

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**Carolina Gavioli Silva**

**NO FLUXO DAS TELAS:**  
processos e dinâmicas comunicacionais dos fãs do BBB16

**PPGCOM/UFJF**  
**Fevereiro de 2017**

**Carolina Gavioli Silva**

**NO FLUXO DAS TELAS:**

processos e dinâmicas comunicacionais dos fãs do BBB16

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Comunicação do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Soraya Maria Ferreira Vieira

**PPGCOM/UFJF**  
**Fevereiro de 2017**

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Gavioli, Carolina.

No fluxo das telas : Processos e dinâmicas comunicacionais dos fãs do BBB16 / Carolina Gavioli. -- 2017.

254 f. : il.

Orientadora: Soraya Maria Ferreira Vieira

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2017.

1. Televisão. 2. Twitter. 3. Fluxo. 4. BBB16. 5. Audiência criativa.  
I. Maria Ferreira Vieira, Soraya, orient. II. Título.

CAROLINA GAVIOLI SILVA

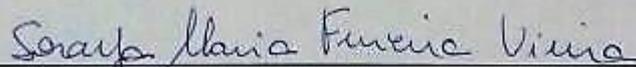
NO FLUXO DAS TELAS:

Processos e dinâmicas comunicacionais dos fãs do BBB16

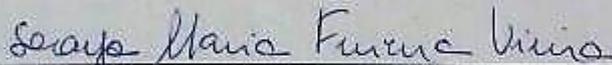
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração Comunicação e Sociedade, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em 17 / 02 / 2017

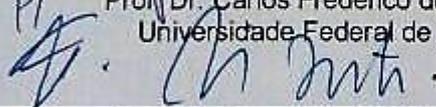
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Soraya Maria Ferreira Vieira (Orientadora)  
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito D'Andrea  
Universidade Federal de Minas Gerais



Prof. Dr. Francisco José Paoliello Pimenta  
Universidade Federal de Juiz de Fora

## **AGRADECIMENTOS**

A realização desta pesquisa só foi possível graças ao apoio de meus pais que sempre me estimularam quando o cansaço tomava conta.

À Marina, que se mostrou a melhor auxiliar de pesquisa que eu poderia ter.

À Soraya, que sempre me mostrou o melhor caminho quando minha cabeça se preocupava em criá-los.

Ao Chico, pela disciplina que contribuiu significativamente na metodologia e pelas considerações na qualificação.

Ao Carlos, por ter aceitado o convite e pelas contribuições na qualificação.

## RESUMO

As fronteiras entre os produtos televisivos e seu público estão cada vez mais borradas graças às redes sociais e à facilidade de comunicação. O público não é só mais um número de audiência. Reality shows como o Big Brother Brasil têm se destacado pela adaptação de seus fãs ao modelo multiplataforma e pela fluidez de gênero, proporcionando um agenciamento mais efetivo. A pesquisa busca compreender como as interações dos fãs do Big Brother Brasil 16 no Twitter se dão e influenciam o andamento e o resultado final do reality. A hipótese é a de que esse processo ocorre através do próprio formato do programa e das características da cultura participativa adquiridas pelos fãs. Os dados discutidos são fruto de mineração de dados ‘através das plataformas *Opsocial* e *TweetReach* nos 12 paredões da edição 2016 do BBB. Além disso, observamos durante este período a movimentação dos fandoms mais influentes e participativos em termos de engajamento. Com isso, foi possível perceber um padrão de ação desses fãs e como se dava o fluxo comunicacional entre o Twitter e o BBB16, e como a primeira tela (televisão), influenciava a outra, o Twitter. Foram obtidos 58 relatórios nos 12 paredões, além de screenshots em tempo real de tweets ao longo do programa de eliminação, obtendo assim uma média de 20 screenshots por paredão. Após esta fase, os dados coletados foram agrupados a cada semana, comparando os resultados de cada plataforma e o resultado oficial da emissora. Assim, obtivemos um percentual de 88% de acertos, mostrando que, em 10 dos 12 paredões, os participantes mais comentados no Twitter foram os reais eliminados. Concluímos que, fatores como a multiplicidade de leituras diferenciadas propiciadas pelo formato do programa e que proporcionam um engajamento mais efetivo dos fãs, agem no modo como esses influenciam o andamento e resultado final do BBB16 através do Twitter. Além disso, as características da cultura participativa, também dos próprios fãs e das audiências criativas também participam deste fluxo comunicacional.

**Palavras-chave:** televisão; Twitter; fluxo; BBB16; audiência criativa.

## ABSTRACT

The limits between television products and their audience are increasingly blurred thanks to social networks and the ease of communication. The viewers are not just another audience number. Reality shows like Big Brother Brazil have stood out by adapting their fans to the multiplatform model and thanks to the fluidity of gender, providing a more effective agencying. The research seeks to understand how the interactions of Big Brother Brazil 16 fans on Twitter happens and influence the progress and the final result of the reality show. The data discussed are the result of mining through the *Opsocial* and *TweetReach* platforms in the 12 elimination nights of the 2016 edition of the BBB. In addition, we observed during this period the movement of the most influential and participatory fandoms in terms of engagement. This way, it was possible to perceive a pattern of action of these fans and how the communication flow between Twitter and the BBB16 happened, and how one screen (television) influenced the other, the Twitter. 58 reports on the 12 elimination nights were obtained, plus screenshots in real time of tweets throughout the elimination program, obtaining an average of 20 screenshots per break. After this phase, the data collected were grouped each week, comparing the results of each platform and the official result of the television station. Thus, we obtained a percentage of 88% of hits, showing that in 10 of the 12 elimination nights or in Brazilian Portuguese "paredões", the participants most commented on Twitter were the eliminated ones. We conclude that factors such as the multiplicity of differentiated readings provided by the format of the program and which provide a more effective engagement of the fans, act in the way the fans influence the progress and final result of the BBB16 through Twitter. In addition, the characteristics of the participatory culture and also the fans themselves and the elements of creative audiences also participate in this communication flow.

**Keywords:** television; Twitter; flow; BBB16; Creative audience.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Gráfico da diminuição de audiência tradicional no BBB.....	29
Figura 2: Tabela de ITTR.....	30
Figura 3: Exemplo de hashtag.....	37
Figura 4: Exemplo de análise de sentimento da Opsocial.....	38
Figura 5: Exemplo de dados obtidos na TweetReach.....	40
Figura 6: Exemplo de hashtag na TweetReach.....	40
Figura 7: Diagrama com a divisão dos perfis principais.....	43
Figura 8: Diagrama com a divisão de padrão de post.....	43
Figura 9: Foto dos 12 primeiros participantes a entrarem na casa do BBB16.....	47
Figura 10: Geralda e Matheus.....	47
Figura 11: Animação de Maurício Ricardo da Quadrilha Suicida.....	49
Figura 12: Animação de Maurício Ricardo do Esquadrão da Meditação.....	49
Figura 13: Screenshot dos perfis Ana Paula Mutirões e Senta lá, Esquadrão.....	56
Figura 14: Shipping do casal formado por Matheus e Maria Claudia (Cacau).....	57
Figura 15: Screenshot do perfil individual @miuzinh4 e @UILacrei.....	58
Figura 16: Screenshots pedindo votos dos fãs.....	59
Figura 17: Screenshot de Munik Barbosa Nunes.....	60
Figura 18: Screenshot do Portal Clanessa.....	61
Figura 19: Screenshot de tweet de mutirão.....	62
Figura 20: Screenshot de tweet de divulgação de mutirão.....	63
Figura 21: Screenshot da organização do fandom Munik Barbosa Nunes.....	64
Figura 22: Screenshot do tweet do perfil Central Munik Nunes.....	64
Figura 23: Screenshot de memes da participante Ana Paula.....	65
Figura 24: Screenshot da torcida tomando a vitória para si.....	65
Figura 25: Screenshot da torcida tomando a vitória para si.....	66
Figura 26: Screenshot da torcida se organizando para votar.....	66
Figura 27: Screenshot da replicação de notícias do site Gshow.....	67
Figura 28: Screenshot da torcida ANNIK.....	68
Figura 29: Screenshot da torcida ANNIK.....	68

Figura 30: Screenshot da torcida ANNIK.....	69
Figura 31: Exemplo da tag “VITÓRIA NA GUERRA ANA PAULA.....	69
Figura 32: Screenshot da tag “VAI COM TUDO ANA PAULA”.....	70
Figura 33: Screenshot de enquete.....	70
Figura 34: Resumo das principais ações dos fãs no Twitter.....	72
Figura 35: Screenshot do usuário @MutiroesAnaP.....	80
Figura 36: Screenshot da comemoração dos fandoms.....	81

## **LISTA DE TABELAS**

TABELA 1 - Tabela de paredões, lideranças e resultado.....	51
TABELA 2 – Tabela de dados das votações.....	53

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>CONVERGÊNCIA E CULTURA PARTICIPATIVA</b>	<b>18</b>
2.1	O SUJEITO: INTERATOR-FÃ	24
<b>3</b>	<b>BIG BROTHER BRASIL E A FLUIÇÃO DO INTERATOR-FÃ</b>	<b>28</b>
3.1	RELAÇÕES QUE EMERGEM: INTERATOR-FÃ E NOVAS MÍDIAS	32
3.2	DINÂMICA DAS TELAS E DAS INTERAÇÕES	33
3.3	METODOLOGIA: MINERAÇÃO DE DADOS E FLUXO DE INTERAÇÃO	35
<b>4</b>	<b>O FLUXO DA TV PARA A WEB</b>	<b>45</b>
4.1	TRANSFORMAÇÕES DA TV	45
4.1.1	Os tipos de perfis	55
4.1.2	O padrão	58
4.1.2.1	<i>Estímulo para a votação</i>	59
4.1.2.1.1	Mutirões	60
4.1.2.2	<i>Comemoração das vitórias</i>	65
4.1.2.2.1	Memes	65
4.1.2.2.2	Vitória pessoal	65
4.1.2.3	<i>Divulgação de acontecimentos</i>	66
4.1.2.3.1	Replicação do Gshow	67
4.1.2.3.2	Informações do pay-per-view	67
4.1.2.4	<i>Embate entre fandoms rivais</i>	68
4.1.2.5	<i>Subida de tag</i>	69
4.1.2.6	<i>Enquetes</i>	70
4.2	DINÂMICAS E FLUXOS COMUNICACIONAIS	71
<b>5</b>	<b>DA SEGUNDA TELA PARA A TV</b>	<b>76</b>
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>87</b>
<b>7</b>	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>93</b>
	<b>APÊNDICE A: RELATÓRIOS DE MONITORAMENTO OPSOCIAL</b>	<b>97</b>

<b>APÊNDICE B: RELATÓRIOS DE MONITORAMENTO TWEETREACH.....</b>	<b>162</b>
--	------------

## 1 INTRODUÇÃO

O gênero televisivo dos reality shows já faz parte da grade de programação brasileira desde os anos 2000 quando a Rede Globo exibiu *No Limite*, baseado no reality americano *Survivor*, em que participantes anônimos deveriam vencer privações e completar provas para ser o vencedor. No ano seguinte, o SBT exibiu *Casa dos Artistas*, formato mais semelhante ao *BBB*, que contava com participantes famosos como cantores e atrizes que disputavam a preferência do público. Apenas em 2004, a Rede Record exibiu seu primeiro reality show, *O Aprendiz*, baseado no americano *The Apprentice* (apresentado por Donald Trump), em que os participantes concorriam a um contrato com uma grande empresa.

Dentro do gênero dos reality shows, existem subgêneros como os realities que contam com a participação do público como *A Fazenda* (Record) e *Big Brother Brasil* (Globo). Existe também o subgênero dos realities que não dependem da votação direta do público, como *MasterChef* (Band) e *O Aprendiz* (Record). Por último, há o subgênero que ora não depende do público para definir quem avança no programa, ora depende do público como o reality musical *The Voice* (Globo), em que, nas primeiras fases são jurados que definem quem avança na competição e nas últimas etapas é o público que escolhe. Esta pesquisa trata do subgênero de reality show que depende da participação do público.

O fluxo comunicacional entre plataformas é também característico dos reality shows que dependem da participação do público. Desde seu surgimento, o *BBB* trabalha com a relação entre a TV e ligações telefônicas/SMS; com os acontecimentos dentro da narrativa do programa e a opinião do público que aparecia na forma dos resultados dos paredões. Agora, esse fluxo se desenvolve entre a TV, com as possibilidades narrativas do *BBB*, e o Twitter que permite os agenciamentos dos fandoms.

A própria audiência do programa também mudou, alicerçada pelo desenvolvimento da web, hoje, aquela audiência que já se diferenciava das demais por ter alguma escolha diante dos acontecimentos narrativos do programa, é hoje uma audiência criativa, que não está satisfeita em impor uma vontade individual, mas um anseio de um grupo. Os fandoms são formados por pessoas dispersas geograficamente, movidas por interesses comum pela cultura popular (nesse caso o *BBB16*), e que agem com o intuito de jogar o *BBB* da forma mais

participativa possível. O que move esses fãs é o desejo de fazer do participante escolhido o grande vencedor do programa.

Para a social TV, o fluxo comunicacional dos fãs do BBB16 é um caso de sucesso por mostrar um engajamento intenso durante os três meses de exibição do programa. O fandom era uma organização quase homogênea, focada em seu objetivo, que desenvolvia estratégia e que, principalmente, se sentia parte das vitórias e das derrotas do participante. É exatamente por ser uma comunicação que acontece em fluxo que ora a TV se mostra como primeira tela, ora como segunda e o mesmo acontece com o Twitter.

O Big Brother Brasil é exibido há mais de uma década no país e já acumulou grandes números em audiência. O que se percebe agora é que, a cada ano a audiência vem caindo drasticamente na TV<sup>1</sup>. Mesmo assim, ela ainda é maior que em muitas outras atrações de outros canais abertos. De acordo com matéria do site Correio Braziliense, o BBB14 teve a audiência mais baixa de todos os programas, alcançando 24 pontos, a edição de 2005 teve o maior número até então com 69,7% de participação tradicional. Entretanto, mesmo com essa crise, a matéria ainda destaca a renovação do reality até 2018. Mas por que renovar um programa que a cada ano que passa enfrenta queda de audiência? Por que a Rede Globo ainda aposta em um formato tão desgastado?

De acordo com Arlindo Machado (2011), estamos vivendo um período de audiência simultaneamente fragmentada e homogênea, em que a internet é também uma grande reprodutora do conteúdo televisivo. Exemplo de um primeiro momento de destaque da ação dos fandoms, o BBB14 teve sua importância para a organização e especialização dos fãs. Assim, até o dia 8/4/2015, essa mesma edição do BBB havia sido citada em 34,3 milhões<sup>1</sup> de postagens na internet, mostrando a força do programa nesse novo meio. Se pensarmos que o Big Brother Brasil começou a ser exibido em 2001<sup>2</sup> e o número de pessoas com acesso à internet por domicílio no Brasil<sup>2</sup> era de 11.106.000, em 2014, ano da exibição do programa de pior audiência, o número era de 87.938.000. Isso mostra a necessidade de um novo olhar para a

---

<sup>1</sup> Informação contida em pesquisa realizada dentro da matéria do site do jornal Correio Braziliense, disponível em: <[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2015/04/08/interna\\_diversao\\_arte,478692/bbb-em-criese-audiencia-do-programa-cai-30-pontos-percentuais-em-10-an.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2015/04/08/interna_diversao_arte,478692/bbb-em-criese-audiencia-do-programa-cai-30-pontos-percentuais-em-10-an.shtml)> Acesso em: 07 ago. 2015.

<sup>2</sup> Pesquisa divulgada pelo instituto IBOPE Nielsen sobre a evolução do acesso à internet no país, disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2014/Acesso-a-internet-em-domicilios-dispara-e-chega-a-quase-90-milhoes.html>> Acesso em: 07 ago. 2015.

questão da audiência tradicional, que sofreu uma mudança durante esses anos referente à influência do aumento da disponibilização de banda larga e da facilidade de acesso a notebooks e a aparelhos móveis como smartphones no país.

O ambiente digital, a cultura participativa e a convergência mudaram a subcultura de fã a partir do momento em que concederam a esses grupos acesso a seus programas preferidos, divulgação de *fanfictions*, comentários, jogos, formas de interação variada a qualquer momento, de qualquer lugar, para qualquer pessoa. Dessa forma, ao trazer o exemplo do BBB14, com sua edição menos assistida, podemos pensar que o tipo de audiência do programa mudou de um grupo amplo de espectadores, para um nicho específico? Os fãs, não só do BBB, mas a exemplo do que ocorreu no programa, têm tido forte impacto na renovação de produtos televisivos.

Essa mesma edição de 2014 pode ser exemplo dessa mudança, pelo fato da grande movimentação causada pelas fãs de um casal formado por integrantes dentro do programa. As participantes contavam com várias *fanpages* no Facebook, perfis no Twitter, *fanfictions*, clipes feitos com momentos dentro da casa e outras diversas interações – a maioria ainda existe e tem alguma movimentação. O casal apelidado nas redes sociais de “Clanessa”, durante os meses de exibição foi buscado no Google<sup>3</sup> de forma crescente, até atingir seu ápice duas semanas depois do término do programa, que aconteceu dia 1º de abril. Mesmo depois desse período, o termo “Clanessa” aparece ainda nas buscas com certo destaque. Isso se pensarmos nas pesquisas apenas no Google. Dentro de sites de redes sociais como Facebook e Twitter, havia diversas formas de manifestação dos fãs. Mesmo após um ano da exibição da temporada do BBB14, uma das páginas responsáveis por divulgar boletins simultâneos (algumas vezes apenas um resumo de algum evento acontecido durante a madrugada) sobre acontecimentos no *pay-per-view*; seja na forma de texto, ou mesmo o próprio vídeo do acontecimento, além coordenar as fãs nas votações a fim de traçar a melhor estratégia para conseguir colocar o casal “Clanessa” entre os finalistas; a página “Máfia Clanessa” ainda tem mais de 11 mil curtidas e se mostra ativa apesar da diminuição da interação ser constante ao longo dos anos.

A *fanpage*, que durante a exibição do BBB14 fez campanha para que Vanessa Mesquita e Clara Aguilar vencessem o programa, mantinha as fãs em contato com acontecimentos do *pay-per-view* durante 24h através do rodízio entre as responsáveis pelas publicações, e também pelas fãs que comentavam, curtiam e compartilhavam as publicações, o que nos lembra aquilo que Ivana Fechinne denomina como um “espaço-tempo sem duração

social: o tempo é homogêneo, um eterno presente, um tempo sem “marcação”(sem horários), bem distante do tempo descontínuo e diferenciado do cotidiano”. Assim, os fãs tinham acesso a todos os acontecimentos da casa e sabiam sempre quando a edição novelizada da TV aberta era editada de forma a prejudicar ou mesmo a ignorar ações do casal. Nas festas, o boletim era realizado quase que de minuto a minuto.

Os fãs criaram um universo em torno das participantes e não do programa especificamente, mas era a partir de conhecimento prévio sobre o funcionamento, sobre as regras pré-fixadas que eles agiam. Dessa forma, nas votações importantes, como no paredão formado por Vanessa e Marcelo, o último antes da grande final, no qual Marcelo mostrava vitória diante das enquetes, eles faziam posts na *fanpage* pedindo foco, para que a votação só se dirigisse para o programa e que não se perdessem votando em enquetes de sites, ação que foi fundamental para que o objetivo fosse concluído, como apontado pelos próprios administradores da *fanpages* em entrevista ao programa Encontro com Fátima Bernardes. Arthur Guedes Mesquita (2014) disserta sobre os diferentes tipos de realidades que faziam parte das relações do *fandom* “Clanessa”. Sobre isso, ele explica a estratégia dos fãs e o que invoca a reconfiguração das audiências baseadas nessas ações e como acontecia uma espécie de “troca de favores” onde Clara e Vanessa eram personagens de um jogo narrativo e os fãs eram os jogadores que permitiam a permanência do casal no programa.

**A partir da influência da audiência de forma diferenciada na edição 2014 do Big Brother Brasil nasceu o interesse por essa pesquisa. O BBB14 aparece como um primeiro momento de organização dos fãs que conseguiram atingir o objetivo de levar um participante à vitória através das conversações no Twitter. Assim, a pergunta central da investigação trata justamente do modo como as ações e dinâmicas comunicacionais efetuadas pelos fãs no Twitter se dão a ver na TV influenciando o andamento e resultado do BBB16. A hipótese é a de que esse processo ocorre através do próprio formato do programa e das características da cultura participativa adquiridas pelos fãs. O objeto dessa pesquisa, são as interações dos fãs do BBB16.**

Para isso, foi necessário desenvolver uma metodologia que mostrasse primariamente a existência de uma relação entre aqueles participantes mais citados positivamente no Twitter e o participante que vencia os paredões. Nesse caso, duas plataformas de coleta de dados de redes sociais foram utilizadas, são elas a *Opsocial* e o *TweetReach*. Destaca-se que, o uso delas foi adaptado para a pesquisa, uma vez que, não existe ainda uma

plataforma que qualifique exclusivamente o sentimento positivo atrelado à ação de fãs de reality show.

Em seguida, percebeu-se que os dados quantitativos não eram suficientes e não mostravam as reais ações dos fãs e nem como elas se davam. Assim, um segundo procedimento metodológico foi analisar screenshots das conversações desses fãs no Twitter, organizá-los de forma a identificar um padrão de ação realizado por todos os fandoms presentes nessa edição do BBB. Foi definido que os dados seriam coletados durante todos os paredões (foram 12 paredões em 3 meses de programa) apenas no horário de exibição na TV aberta, quando os fãs realizam o maior número de interações. Foram coletados 48 relatórios das plataformas de redes sociais no total, 237 screenshots dos posts e perfis que se destacaram de acordo com a hashtag pesquisada.

Um dos pressupostos do programa é justamente que a audiência interaja no andamento e no resultado através das votações que acontecem toda semana para eliminar um participante. O que diferencia o formato do BBB de outros realities como MasterChef (que também conta com grande movimentação dos fãs no Twitter) é que, no caso do MasterChef, quem elimina os participantes são os jurados do programa e não há uma linha direta que permita a participação do público.

Pensar que a audiência tem poder para combinar votos e provocar a vitória de um participante parece irreal considerando todo o histórico do programa: antes, era necessário apenas que pessoas dispersas geograficamente, com interesses e gostos opostos votassem na permanência de um mesmo participante por mero acaso, talvez. Agora é possível promover mutirões de votos. O Big Brother virou um jogo de estratégia não apenas para quem está dentro da casa, e também para quem vota do lado de fora, e mais ainda, para quem acompanha e participa pelas redes sociais. Virou um jogo em que a TV e a web têm de estar em sintonia para que o mesmo aconteça.

O capítulo 2 contribui para a compreensão de quem são agora esses interatores-fã que, se propõem a levar seus participantes preferidos à vitória; em que ambiente estão inseridos; e como se dá essa fluidez do jogo através do console TV e web, onde surgem questões sobre comportamento da audiência na web através das redes sociais. É no fluxo entre TV e Web que acontece a dinâmica da audiência movida pela cultura participativa.

O capítulo 3 discute especificamente as mudanças da audiência e como o BBB16 participa desse movimento. Além disso, discute a relação do interator-fã com a social TV e as novas mídias, trazendo também um pouco da história das características que propiciam a interação dadas pela emissora ao programa de maneira diacrônica. Por fim, apresenta a metodologia utilizada para coleta de dados, uma vez apresentadas as características da audiência criativa.

No capítulo 4, os acontecimentos do reality na TV são trazidos para mostrar como se desenharam paredões e como isso interferiu na criação de fandoms, shipping e agenciamentos dos fãs. A mudança na forma de votação também se destaca nesse capítulo, uma vez que implicou em mudanças de estratégia dos fãs. Detalha também os tipos de perfis e as ações dos fãs durante todo o programa.

O capítulo 5 problematiza as ações dos fãs trazidas no capítulo anterior, pensando em como as aberturas do formato do programa dialogam com o engajamento do interator-fã nas redes sociais e em como a audiência criativa tem reposicionado as dinâmicas dos processos comunicacionais presentes no fluxo de interações que vai da web para a TV e vice-versa.

## 2 CONVERGÊNCIA E CULTURA PARTICIPATIVA

Desde que os computadores saíram das grandes salas dos pesquisadores da cibernética e se tornaram pequenos o suficiente para entrar nas casas dos consumidores, começamos uma corrida sem rumo definido, mas que a cada dia mostra um aspecto tecnológico diferente e muito além disso, influencia a cognição humana. Em seu livro sobre a Comunicação Ubíqua (2013), Santaella define a “sociedade de cognição distribuída”, em que mais do que na tecnologia em si, nossa cognição está focada na extração do conhecimento necessário para atender problemas concretos ou abstratos. Conhecimento este que já está entre nós, vindo da nossa experiência consciente e inconsciente sobre a internet das coisas, da hiper mobilidade, de ambientes cada vez mais imersivos, da ubiquidade, da convergência, da plasticidade dos meios, da cultura participativa.

A convergência é um dos paradigmas mais populares para se referir à contemporaneidade, se popularizou com Jenkins, mas já era conhecida desde a época em que se falava de revolução digital nos anos 1980 (JENKINS, 2011). A importância de trazer esse conceito se dá por ser centrado nos hibridismos e nas multiplicidades, assim a própria definição de convergência que tratava da mistura puramente tecnológica ao se referir aos dispositivos, foi evoluindo e hoje concentra um espectro de significações mais amplo. Jenkins trata a convergência como uma mistura entre conteúdos que são exibidos por várias plataformas e que envolve um cooperativismo entre os mercados produtores. Principalmente, o autor mostra como isso está ligado ao novo comportamento dos públicos desses produtos midiáticos, já tão acostumados a irem em busca de seus conteúdos preferidos. Para a pesquisa em si, ele se mostra essencial, uma vez que também diz respeito aos conteúdos televisivos replicados nas redes sociais.

Carlos A. Scolari, também com diversos trabalhos sobre a convergência, a trata como aquilo que afeta as linguagens e os sistemas semióticos que articulam a produção de sentido nos meios. Scolari enxerga a convergência nas dimensões empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa, enquanto Jenkins a enxerga nas dimensões tecnológica, cultural, mercadológica e social, o que mostra que a convergência não é mais restrita à mistura de dispositivos. O autor, ao apontar os limites da convergência, fala da dificuldade de acordos

estáveis entre as empresas de telecomunicações, fabricantes de aparelhos celulares e produtores de conteúdo.

Santaella explica que a convergência diz respeito e afeta a produção de linguagens para os meios, como as narrativas transmídias em que um produto é levado para outros dispositivos mas preserva características particulares.

Sobre o pensamento desses autores, a convergência é entendida como uma confluência de linguagens que já está presente em muitos âmbitos. Jenkins e Scolari inclusive reconhecem que, as empresas de comunicação devem estar atentas a todo este acontecimento cultural, aos novos modelos de negócios gerados, às novas formas de consumo, às novas formas de fazer política, entre outras. Entretanto, Scolari destaca a importância de estarmos atentos ao movimento de divergência, como consequência da convergência, conceito brevemente citado por Jenkins. Ao compreender os três autores, podemos destacar fundamentalmente que não é mais possível fugir da convergência, ela ocorre dentro dos cérebros (JENKINS, 2011), onde o velho e o novo se unem e fluem para novos caminhos.

A convergência não acontece puramente sozinha, ela se entrecruza com outras dimensões que vão além do aspecto tecnológico. Transitam no âmbito das linguagens e da construção da cultura participativa. É fato que o movimento fluído é a alma deste tempo atual. Esses ambientes oferecem ao usuário vários caminhos e várias possibilidades de escolha. As redes sociais digitais são um bom exemplo deste processo dinâmico.

Uma barragem de rejeitos de mineração rompe na cidade de Mariana (MG) e destrói casas, vidas e o rio Doce. Comovidos, usuários do Facebook utilizam um aplicativo<sup>3</sup> que estiliza suas fotos de perfil com uma espécie de moldura com a bandeira de Minas Gerais. Cada foto consegue alguma interação disponível na rede social. Alguns curtem, outros compartilham e alguns comentam. Parece um processo simples e banal, entretanto, destrinchando temos muitos elementos acontecendo em um processo fluído em que cada nó traz novas relações. Aquele desastre externo à rede da internet penetra neste meio, provoca ações dos usuários e dela saem novas relações: algumas pessoas comovidas também trocam a foto do perfil, outras levam doações em pontos de recebimento, algumas comentam apenas, cada usuário tem várias opções de ação. Cada ação gera um novo nó, e aquilo tem ou não capacidade de continuar se

---

<sup>3</sup> O próprio Facebook disponibiliza esse aplicativo e divulgou recentemente que pesquisa dados a fim de traçar um perfil sobre usuários que participam de mobilizações.

propagando. O acontecimento externo se tornou parte da rede ao se tornar parte das fotos dos perfis, ao se tornar assunto. Por ser um processo rápido (que acontece quase simultaneamente à primeira divulgação do fato, através da presentidade trazida pela ubiquidade dos dispositivos smartphones), fluído (a ideia da fluidez novamente, em que a maleabilidade determina a liberdade que tal elemento tem de ir para qualquer direção) e híbrido (essa hibridez que se refere ao cruzamento de mídias), temos alguma dificuldade em pensar tudo isso de forma separada e é quase impossível identificar aquele primeiro usuário que deu origem à primeira movimentação acerca da tragédia na rede social.

Geane Alzamora correlaciona este fenômeno com a ideia de lógica das conexões, exemplificando com os episódios da invasão do Complexo do Alemão, da queda do ditador egípcio Hosni Mubarak e da repercussão da prisão de Julian Assange por hackers do mundo todo, e seus intrincamentos entre a comunicação de massa e as novas mídias, tratando de questões como intermediação, audiência e rede. Para Alzamora, a própria configuração da rede intermídia cheia de misturas entre a mídia tradicional e da hipermídia/mídias digitais é regida pela lógica das conexões:

(...) que integra mecanismos sociocomunicacionais típicos da lógica transmissiva, que rege a comunicação de massa, e da lógica participativa, relacionada ao compartilhamento de informações em ambientes colaborativos como blogs e redes sociais. Com base na dinâmica de rede, a lógica das conexões privilegia o entrelaçamento e a interdependência dos fenômenos (CAPRA, 2008).” (ALZAMORA, 2012, p.5)

A base do conceito de cultura participativa, outro alicerce desta pesquisa, trata da mudança entre produtores e consumidores de mídia que antes eram separados e hoje participam de um processo de características fluidas, que se alteram rapidamente e ninguém sabe dizer suas consequências ao certo. Casos já muito difundidos como o da Primavera Árabe, que aconteceu em 2010; ou da invasão do Complexo do Alemão aqui no Brasil novembro de 2010, em que Renê Silva dos Santos, Igor Santos e Jackson Alves, respectivamente de 17, 15 e 13 anos, fizeram, via Twitter, a divulgação sobre os conflitos na tomada do complexo de favelas pela polícia e essas informações foram reproduzidas pela imprensa do mundo, em redes como CNN, BBC e Al Jazeera (ALZAMORA, 2012). Jenkins já apontou diversos exemplos de resultados obtidos quando as pessoas assumem o controle das mídias, vide as crianças fãs de

Harry Potter que brigaram com a detentora dos direitos autorais das obras para poder continuar contando suas histórias.

A cultura participativa aborda muitos elementos, sendo parte integrante das narrativas transmidiáticas, por exemplo. É também essencial para os aplicativos de segunda tela, é ela que, aliada a outros processos, provoca a interação. A cultura participativa é uma das bases das interações nas redes sociais sobre diversos temas, como cultura, política, sobre tudo que atrai a participação dos usuários. A participação está, assim como a convergência, dentro das cabeças de todos nós, influenciando a cognição humana.

Janet Murray já apontava ao descrever “as quatro propriedades essenciais do ambiente digital”, a organização participativa como aquilo que, junto com o elemento procedimental faz surgir a interação. Somos imbuídos a participar de votações em reality shows, somos tentados a criar nossa própria versão de Star Wars, e essas não são ações apenas do campo midiático, mas também nas áreas da política e de movimentos sociais. A participação não é uma característica exclusiva do momento que vivemos atualmente, a grande diferença está nas formas em que ela se dá: através de meios tecnológicos, que propiciam a interação síncrona (no mesmo momento em que o programa está sendo exibido).

A cultura participativa se mostra no aspecto da consciência propiciada – a partir dos novos meios – para a participação: sabemos que é possível participar e ser ouvido, aceitamos nossa capacidade de falar. A partir dos acontecimentos do BBB14, os fãs viram que é possível com organização e os fandoms estão cada vez mais bem organizados. O próprio fandom “Clanessa” participou da edição 2016 do BBB apoiando a participante Ana Paula Renault, liderando mutirões e definindo estratégias de ação.

Trazendo nosso foco para a interação via redes sociais, Santaella aponta algumas características fundamentais nessa cultura participativa:

- a) Afiliações, formais e informais, em comunidades on-line centradas em diversas formas de mídia.
- b) Usos que potencialmente produzem mudanças na plataforma. Usos baseados em valores de afinidade, confiança e afetividade.
- c) Solução colaborativa de problemas pelo trabalho conjunto de equipes para realizar tarefas e desenvolver novos conhecimentos
- d) Circulação que determinam o tipo de fluxo entre as mídias (SANTAELLA, 2013, p. 117).

Propriedades participativas também são vistas em videogames. Murray, ao falar dos ambientes digitais participativos, cita o jogo Zork, criado por pesquisadores do MIT que, por sua vez, foi inspirado em outro jogo, o Dungeons and Dragons. Nele, o computador faria o papel de mestre do calabouço e os jogadores teriam que passar por diversas aventuras, como vencer trolls inimigos, atravessar becos sem saída para ganhar recompensas pelos desafios concluídos. A autora destaca que o game foi um dos primeiros a “desenvolver um universo ficcional que estruturasse a participação de modo mais firme, resultando num engajamento mais sustentado” (MURRAY, 2003, p. 65). Entretanto, Zork ainda era bastante limitado, principalmente pela estrutura da programação feita na época.

Os fandoms são um bom exemplo para ilustrar as possibilidades interativas no ambiente convergente. A convergência possibilitou que os fãs entrassem em suas histórias preferidas, a cultura participativa nos leva a interagir. Os fãs têm sua história marcada pela vontade de interferir em suas obras da cultura popular preferidas, mas que, com a convergência e a cultura participativa latentes, obtiveram um resultado melhor que seus antecessores que escreviam cartas para os autores em busca de mudanças na história. Agora, os fãs do BBB não votam naquele participante que preferem e torcem pelo melhor resultado na terça-feira (dia de eliminação), eles conseguem organizar mutirões que contabilizam milhões de votos, conseguem controlar a segmentação desses votos pelas cinco regiões do país, lideram uma rede que divulga notícias, define estratégias, estão no pay-per-view, no site do BBB, nas redes sociais. São fãs que entenderam que, juntos conseguem um resultado mais eficaz em um programa que é sustentado pelo gosto popular, pela maioria dos votos. Quanto mais fãs se unirem e votarem, maiores as chances daquele participante continuar no programa. E foi no Twitter o lugar de organização desses fãs.

O foco no usuário tem sido o grande divisor de águas, principalmente pela participação ser de cunho cultural. A necessidade que parte do usuário de participar ajuda no tráfego, na criação de conteúdo e não para por aí, Santaella também aponta que:

Gera vínculos emocionais, gera uma “cultura participativa onde cada um conta e todos colaboram, portanto uma cultura integrativa, assimilativa, cultura da convivência que evolui de acordo com as exigências impostas pelo uso dos participantes (SANTAELLA, 2013, p. 117).

Tudo isso que acontece com o usuário de forma geral, acontece também no nível individual, no nosso comportamento, nas formas de relacionarmos e na forma que agimos enquanto audiência. Ferrés i Prats fala da convergência emocional como sendo fundamental nesses processos, visto que, as emoções têm importância capital na cultura contemporânea. Assim, na associação com a cultura participativa, temos nas redes sociais um objeto rico desses movimentos.

As emoções também são fatores importantes para as subjetividades dos sujeitos. Quando os usuários criam perfis nas redes sociais, criam, em verdade, “personas” – uma representação daquele sujeito. Cada usuário tem sua preferência sobre o que ver, com quem ter ou não “amizade” (ou como seguidor, dependendo da rede social), é possível enxergar um perfil daquele usuário a partir de suas escolhas (o próprio algoritmo do Facebook já faz isso ao direcionar publicidades específicas para cada grupo de interesse). Lorenzo Vilches, ao tratar da internet como objeto estético, exalta o modo como uma foto publicada na rede se converte numa realidade desvanecida e abstrata:

Quanto mais íntima, sensual ou afetiva for a experiência do sujeito na rede, mais codificada é a realidade e mais autônoma com relação a origem material”. (VILCHES, 2010, p. 194).

Isto posto, serve principalmente para mostrar como as emoções, as subjetividades dos sujeitos fazem parte desse processo de fluência do usuário dentro das redes sociais. Trazendo para o objeto da pesquisa, podemos dizer que é a partir disso, da convergência, das redes sociais e das emoções, que esses interatores-fã operam. A própria definição de fã já pressupõe envolvimento emocional com aquele produto da cultura popular.

## 2.1 O SUJEITO: INTERATOR-FÃ

O usuário surge como parte dessa dinâmica: é ele a “vítima” da convergência. É o sujeito que participa numa cultura participativa. O sujeito se tornou líquido assim que entrou nesse mar contemporâneo. Lembremos da frase de Vilches: “Fazemos a rede, logo a rede nos faz” (VILCHES, 2010, p. 194).

Sendo a convergência, a cultura participativa e a interação já tão presentes nas mentes e fora dela, assim como a hiper mobilidade e o fato de sermos cercados por interfaces diversas mediando outras tantas relações, surge a partir daí uma das características desses seres, a chamada ubiquidade. Ela se refere à sensação de “presente-ausente” em que “estamos, ao mesmo tempo, em algum lugar e fora dele” (SANTAELLA, 2013, p. 16). As implicações para outras formas cognitivas como a memória também existem. Para qualquer coisa que se tenha uma pergunta na internet, aparecem milhares de respostas, basta saber escolher. Não precisamos mais guardar conceitos, definições na memória, está tudo na rede. Agora vivemos em simbiose com a rede. A própria web semântica trabalha com essa ideia, uma vez que, um de seus objetivos é ser eficiente a ponto dos sites se organizarem, em tempo real, à maneira do usuário.

Santaella lembra que, muitas vezes, a própria tecnologia já se camufla diante de olhos já acostumados com sua presença constante “Quanto mais a tecnologia se infiltra em todos os lugares, tanto mais ela vai se tornando invisível” (SANTAELLA, 2013, p. 59).

Sobre esta simbiose, André Lemos explica que a TAR<sup>4</sup> coloca homem e objeto no mesmo patamar, eliminando dicotomias e tratando-os principalmente como híbridos, como já citado anteriormente. Assim, Lemos abre nosso pensamento e destaca essa relação humano/não-humano quase invisível quando diz que:

(...) esses usos de artefatos digitais conectados a redes telemáticas podem ocorrer em maior ou menor grau, a depender do indivíduo, da cidade, do país, mas, de qualquer maneira, estamos sempre fazendo coisas que outros agentes (que vou chamar mais adiante de “actantes”) nos fazem fazer e dos quais dependemos completamente: o carro, o transporte público, o rádio, a TV, os jornais, o telefone, a eletricidade, as redes de água e esgoto, as leis e normas... (LEMOS, 2013, p. 22)

---

<sup>4</sup>TAR – Teoria ator-rede definida como sociologia da mobilidade, por analisar as controvérsias como lugar e o tempo das associações e de formação do social. Tem como pai Bruno Latour.

A TAR não será um conceito operante na pesquisa, porém a importância deste pensamento colocado aqui se dá por indicar a relação dos sujeitos e seus aparelhos tecnológicos. Trata do costume de ter sempre um elo tecnológico ao redor (já se fala inclusive no lado patológico como a nomofobia, em que o usuário do celular se sente aflito ao ficar longe de tudo que o aparelho traz).

Pierre Lévy pensa a virtualização do corpo a nível do sujeito, no qual “cada novo aparelho acrescenta um gênero de pele, um corpo visível ao corpo atual” (LÉVY, 2011, p. 30). Mais adiante, ele trabalha com o compartilhamento em outro patamar, do corpo coletivo que já começa a ser construído no transplante, do sangue desterritorializado, para chegar aos corpos associados virtualmente que compartilham as mesmas redes médicas e técnicas. Lévy usa o termo hiperorganismo híbrido e mundializado e aponta as operações comuns para o sujeito de inteligência coletiva em estado nascente. Para isso, ele trabalha com a ideia de um megapsiquismo social que consiste em:

- agir sobre a conectividade: montar redes, abrir portas, difundir ou, ao contrário, reter a informação, manter barreiras, filtrar a informação, ou ainda garantir segurança do conjunto (comunicações, transportes, comércio, formações, serviços sociais, polícia, exércitos, governos etc.);
- criar ou modificar representações, imagens, fazer evoluir de uma maneira ou de outra as linguagens em uso e os signos e circulação (artes, ciências, técnicas, indústrias, meios de comunicação etc.);
- criar, transformar ou manter os tropismos, os valores, os afetos sociais: o bem e o mal, o útil e o prejudicial, o agradável e o penoso, o belo e o feio etc. (educação, religião, filosofia, moral, artes...);
- modificar, deslocar, aumentar, diminuir a força dos afetos ligados a esta ou àquela representação em circulação (meio de comunicação, publicidade, comércio, retórica...). (LÉVY, 2011, p. 69)

É fácil pensar em inúmeros processos realizados hoje nos quais podemos enxergar tais características latentes. É agindo sobre a conectividade, montando redes, fazendo modificações nas linguagens, trazendo transformações nos afetos sociais que agem os fãs de participantes de reality shows, por exemplo. O caso do fandom<sup>5</sup> “Clanessa”, em que as fãs se uniram nas redes sociais, criaram redes de contagens de votos, construíram fanfictions<sup>6</sup> sobre um relacionamento fictício entre as participantes Clara e Vanessa da edição de 2014 do Big

<sup>5</sup> Se refere à subcultura dos fãs em geral, em que sentimentos como camaradagem são comuns com os outros que compartilham os mesmos interesses.

<sup>6</sup> Narrativas criadas por fãs a partir de personagens e de situações de obras da cultura de massa

Brother Brasil, retrata de forma prática esse megapsiquismo pré inteligência coletiva. Sobre a própria ideia de inteligência coletiva repousa a sensação de afetividade inerente ao social. Mais uma vez trazendo o lado emocional como alternativa para se enxergar todos esses movimentos nas redes sociais.

Janet Murray propõe o termo “interator” para se referir ao usuário-espectador, que passa a ser não só aquele a quem o produto é direcionado, mas também aquele que participa de sua criação, oportuno para o momento atual, uma vez que, o usuário agora também detém poder interativo e não é apenas a emissora que determina o que será exibido. Já Alex Primo utiliza o termo interagente, aquele membro do processo interativo que não é apenas humano, mas não-humano também é incluso, visto que não trabalha com uma análise puramente social.

Jenkins, ao falar das mudanças propiciadas pelos novos meios quando os fãs desses produtos midiáticos perceberam o poder que tinham em mãos, fala de como a tecnologia ajudou na sua aglomeração por interesses em comum. Antes, eles se juntavam em grupos pequenos e particulares para discutirem sobre produtos da cultura de massa, como por exemplo os fãs de Star Wars, de Twin Peaks, e diversos outros (JENKINS, 2011). É preciso entender que existem nuances diferentes. Existe diferença entre aquele espectador mais confortável em assistir sem interagir, e aquele interator-fã, que assiste todas as temporadas, busca conteúdo extra, busca comunidades que discutam sobre o programa, produz conteúdo sobre aquilo, entre outras diversas formas, tem uma relação afetiva com o produto midiático. É esse interator-fã o foco desta pesquisa. São eles que têm conseguido interferir no jogo. São eles os reais jogadores desse programa através da TV e da internet. Trabalharemos com o termo interator-fã por ser o que melhor explicita as ações dos fãs nos meios digitais, que não somente tem características de fã, mas também conseguem interferir naquele produto, coisa que os fãs de pouco tempo atrás apenas vislumbravam sem muitos êxitos.

Destaca-se também o trabalho coletivo desses fãs interatores. De acordo com Hills (2015), o que deve ser pensado agora, mais do que um conceito fechado para fandoms, é como ele se realiza, para quem é feito, os contextos ali postos. O autor aponta as diversas formas em que é possível se pensar os fandoms, como a partir da plataforma que agem (Twitter, Tumblr, Facebook, entre outros), a partir de sua produção como as fanfics. Os fandoms também são marcados pela ligação afetiva com o produto de sua adoração. Nesta pesquisa, os fandoms são

analisados através de suas conversações no twitter e sua produção de estratégias para vencer o BBB16.

O próximo capítulo trará os conceitos de audiência e social TV, suas mudanças para o campo da comunicação e principalmente sua aplicabilidade neste momento em que os fãs mostram o poder de suas conversações no Twitter. Além disso, trazemos o foco da cultura participativa para a cultura dos fãs. Por fim, trazemos os elementos do reality show que propiciam um engajamento tão expressivo como o acontecido no BBB16.

### 3 BIG BROTHER BRASIL E A FLUIÇÃO DO INTERATOR-FÃ

A interação não é algo exclusivo da internet. Os fãs têm sua história marcada pela vontade interferir nos produtos midiáticos consumidos por eles. Antes, interagiam por meio de cartas para os produtores e autores e esperavam que seus pedidos sobre mudanças na história fossem atendidos, por exemplo. O Big Brother nasce com a premissa da participação direta do público na TV. O espectador vota em quem deve ser eliminado e é a vontade da maioria que se faz vista. O BB surge no início da popularização dos computadores e da internet pelo mundo, sua primeira edição foi exibida na Holanda, em 1999. O que casa exatamente com esses sujeitos que cresceram com a internet. São sujeitos interfaceados, acostumados com as facilidades comunicativas dadas pela rede. No início, o público votava pelo telefone e por SMS, agora é possível votar pelo site do programa e através do aplicativo para smartphones.

O Brasil exhibe o reality desde 2002 e coleciona grandes números em audiência. A imagem abaixo, publicada pelo site da Folha de São Paulo<sup>7</sup>, apresenta a variação de audiência do BBB no período compreendido de 2004 a 2014 na TV. A matéria aponta queda de 50% da audiência tradicional.

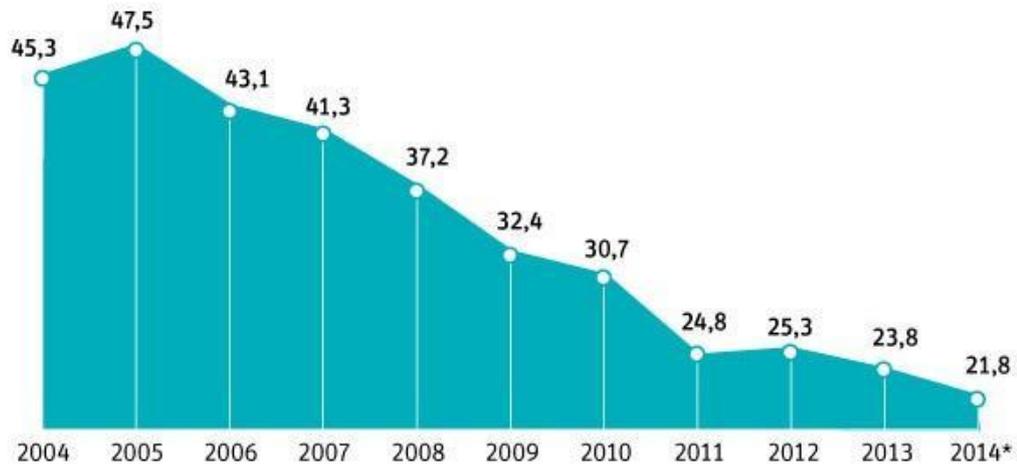
---

<sup>7</sup><<http://f5.folha.uol.com.br/colunistas/ricardofeltrin/2014/03/1428065-ibope-do-big-brother-brasil-cai-mais-de-50-em-dez-anos.shtml>>. Acesso em: 28/09/2016

## A EVOLUÇÃO DA AUDIÊNCIA DO “BIG BROTHER BRASIL”

Nos últimos dez anos, o reality show da Globo perdeu 50% de audiência

Em pontos



\*Ibope parcial até o momento

Fonte: Dados do Ibope Workstation; não foram computados exibições eventuais durante a madrugada e tampouco flashes durante a programação. Cada ponto equivale a 65 mil domicílios na Grande São Paulo

**Figura 1** – Gráfico da diminuição da audiência tradicional do BBB no período de 2004 a 2014.

Enquanto a audiência tradicional apresentava queda (conforme figura 1) e levava os críticos do programa a pensar que seus dias estavam contados, na internet acontecia algo totalmente diferente. A imagem abaixo (IBOPE Twitter TV Ratings), tirada do site<sup>8</sup> do Ibope, indica a repercussão do conteúdo televisivo no Twitter na semana final do Big Brother Brasil 16 (a final foi exibida em 05/04/2016), a posição dos programas é baseada no total de impressões. Assim, a tabela apresenta dados como Twitter Total Impressions, que se referem à quantidade de vezes em que os tweets relacionados a um programa foram visualizados durante sua exibição; Twitter Unique Audience, que trata do número de diferentes contas que visualizaram ao menos uma mensagem relacionada a determinado programa; Tweets, que é simplesmente o total de postagens sobre um determinado programa; e autores únicos são as contas diferentes que comentavam sobre aquele programa. Na grande final de terça-feira, (como mostra figura 2) foram vistos um total de 51 milhões de posts, onde os autores únicos chegaram

<sup>8</sup> <<https://www.kantaribopemedia.com/ibope-Twitter-tv-ratings-0404-a-100416/>>. Acesso em: 28/09/2016.

a 230 mil. O BBB só aparece em dois dias na tabela, pois foram os dois últimos dias de sua exibição. O reality esteve nessa lista em pelo menos 3 dias da semana durante todos os três meses de exibição.

ITTR		IBOPE TWITTER TV RATINGS (04/04 – 10/04/16)					
RANKING	PROGRAMA*	REDE	DATA	TWITTER TOTAL IMPRESSIONS #TTI	TWITTER UNIQUE AUDIENCE #TUA	TWEETS	AUTORES UNICOS
1	<b>Big Brother Brasil</b>	Globo	TER	<b>51.0M</b>	<b>673K</b>	<b>1.5M</b>	<b>230K</b>
2	<b>Masterchef Brasil</b>	Band	TER	<b>7.7M</b>	<b>678K</b>	<b>80.9K</b>	<b>26.3K</b>
3	<b>SuperStar</b>	Globo	DOM	<b>5.7M</b>	<b>285K</b>	<b>106K</b>	<b>29.2K</b>
4	<b>Mais Você</b>	Globo	QUA	<b>3.2M</b>	<b>115K</b>	<b>88.9K</b>	<b>16.9K</b>
5	<b>Big Brother Brasil</b>	Globo	SEG	<b>2.6M</b>	<b>209K</b>	<b>92.5K</b>	<b>26.8K</b>
6	<b>Tá no ar: a TV na TV</b>	Globo	TER	<b>2.2M</b>	<b>262K</b>	<b>41.1K</b>	<b>14.7K</b>
7	<b>Domingão do Faustão</b>	Globo	DOM	<b>1.6M</b>	<b>286K</b>	<b>39.5K</b>	<b>16.9K</b>
8	<b>Pânico na Band</b>	Band	DOM	<b>1.5M</b>	<b>252K</b>	<b>18.1K</b>	<b>9.31K</b>
9	<b>Os Dez Mandamentos</b>	Record	SEG	<b>1.5M</b>	<b>167K</b>	<b>44.4K</b>	<b>14.5K</b>

**Figura 2** – Tabela de ITTR da semana compreendida entre os dias 04/04/2016 à 10/04/2016).

A mudança de audiência já foi percebida pelo mercado, que já se empenha em atrair cada vez mais esse espectador com perfil mais interativo. A indústria midiática tem se apropriado do modelo de interação do fã e o transformado em negócio, não da forma praticada até então, mas um marketing de nicho, voltado para o fã. Iniciativas como a da novela Cheias de Charme, exibida em 2012 pela Rede Globo, que se destacou por ser a primeira novela a ser bem sucedida em se espalhar para outras plataformas além da TV, mostram um empenho em buscar esse público.

Também dentro desse movimento, o fã é um tipo de consumidor dos produtos televisivos bastante engajado. Se diferencia do público comum, quer adentrar nas histórias para

além daquilo exibido pelas emissoras. Constrói novas leituras das obras, produz fanfics, remixa textos para unir seus personagens preferidos, faz memes, desempenha inúmeras ações para manter aquele produto sempre vivo, mesmo quando a emissora já abandonou a produção daquele programa. É justamente essa a ideia de audiência criativa, em que mais do que apenas assistir, o público produz novas leituras e as expande para outros meios, mantendo sempre as referências àquele determinado produto midiático. Dentro dos reality shows, o MasterChef (Band) tem realizado ações próprias para o público do Twitter. O programa já exibe um contador de tweets e promete conteúdo extra quando a tag #MasterChefBR atinge certo número de tweets. Também exibem os comentários do público em tempo real na tela. Agora, o episódio de maior audiência, a final do programa, onde o vencedor é anunciado, dá em primeira mão o resultado através do perfil oficial do programa no Twitter e só depois de alguns minutos, o vencedor é conhecido pelo público da TV.

A social TV, termo cunhado por Proulx e Shepatin fala da relação entre assistir um programa na TV e comentar nas redes sociais, o alicerce da ação dos fãs do BBB16 no Twitter. Os autores também trazem o conceito de backchannel, que se refere às interações nas redes sociais que acontecem no momento da exibição de determinado programa. No caso do BBB16, o volume maior de interações acontecia durante a exibição, mais precisamente quando acontecia algum paredão. Entretanto, o BBB16 extrapolava o backchannel ao conseguir grande movimentação dos fãs ao longo de todo o dia. A exemplo desse feito, a estreia desta edição contou com grande movimentação dos fãs nas redes sociais, e antes mesmo do programa ser exibido, termos relacionados ao mesmo já apareciam nos trending topics do Twitter.

### 3.1 RELAÇÕES QUE EMERGEM: INTERATOR-FÃ E NOVAS MÍDIAS

As próprias características do fã dialogam com os agenciamentos feitos no Big Brother Brasil. Os fãs deixam de ser apenas um número de audiência, seja ela medida de forma tradicional ou nas redes sociais. São pessoas que constroem e circulam suas próprias leituras do programa. Jenkins fala do embaço dos limites entre textos canônicos e populares, bastante comum na subcultura dos fãs e no caso do BBB isso se dava através de fanfics, das leituras diferenciadas que eles faziam de cada acontecimento do programa que gerava um mote para essas histórias. Além disso, o próprio borramento entre as fronteiras do BBB como jogo já tradicional, em que o público elimina participantes e a nova forma que isso se dá através de ações coordenadas pelos fãs com o uso das novas mídias, é também representativo desse embaçamento entre textos canônicos e populares.

Jenkins aponta que a motivação para o envolvimento do fã com a TV é uma mistura de fascínio/adoração e frustração/antagonismo. No caso da frustração e do antagonismo, no BBB16 e nas formas de agenciamentos feitos pelos fãs, isso se dava de forma diferente dos outros programas televisivos, uma vez que quando o fã percebeu que tinha poder de interferir no reality de forma organizada com um grupo de fãs ativos o antagonismo deu lugar a atitude não de protagonista, mas de detentores do jogo. Jenkins se referiu à frustração do fã ao não ter seus desejos atendidos, no BBB16, à frustração que se dava quando havia conflito de participantes do mesmo grupo e as torcidas não conseguiam entrar em consenso, haja visto o paredão entre Ronan e Geralda que causou conflito entre os fãs e culminou com a eliminação de Geralda (ambos do mesmo grupo).

O autor também fala das categorias que os fãs constroem dentro da sua própria cultura. No BBB16 havia uma hierarquização dos fãs, existiam aqueles que eram donos de perfis no Twitter que coordenavam as ações dos fãs individuais, semelhante a curadores; e havia fãs individuais que postavam suas opiniões em seu perfil pessoal.

No Brasil, a história dos fãs diverge muito do que acontece nos EUA. Lá, os relatos de Jenkins falam de fãs de séries, produto pouco popular para o grande público acostumado com as novelas aqui. Assim como as séries, as novelas lidam com o componente emocional do seu público. Entretanto, o envolvimento é momentâneo, apenas no período no qual ela é exibida,

ao contrário das séries americanas que costumam ter inúmeras temporadas e fazem com o que o público se mantenha ligado àquela narrativa por anos.

Além disso, os fãs de novelas também têm características diferentes dos fãs de reality shows. Pela diferença de gênero, mesmo o BBB possuindo elementos de novela, os fãs do programa sabem que é possível interferir diretamente na narrativa através das votações, mesmo que dentro de um dado script de regras do jogo. Por isso, o engajamento destes parece ser maior em termos de sentimento de agência proporcionado, o que aumenta a imersão e consequentemente, a interatividade.

### 3.2 DINÂMICAS DAS TELAS E DAS INTERAÇÕES

Para contar a história da interação do BBB desde sua primeira edição, Luiza de Mello Stefano apresenta um histórico das ações interativas. Começando pela edição de 2002, quando o Big Brother Brasil contava apenas com um site simples. No primeiro e no segundo BBB, o site não noticiava os acontecimentos dentro da casa, apenas continha informações básicas e um histórico do programa no mundo. A partir do terceiro BBB, foi implementado no site a cobertura dos acontecimentos dentro da casa de modo semelhante ao atual, assim como a assinatura para assistir o pay-per-view online e já contava com alguma interação como enquetes, bolão, chat e recados através de formulário para os participantes. Foi também nessa edição, exibida em 2003, que o programa começou a utilizar os celulares para enquetes, chats, testes de conhecimento e principalmente, para a votação do paredão.

Na sétima edição, em 2007, o site se modificou e agregou blogs das torcidas dos participantes, além de preservar os elementos anteriores. Na oitava edição, a interatividade do

público com o programa foi expandida ao adicionarem a “Comunidade BBB”, uma espécie de rede social do próprio BBB onde os fãs podiam criar perfis para comentar os acontecimentos do programa, assim como conversar entre si e participar de enquetes e votações.

No Big Brother Brasil 11, além de alterações de layout, a criação da aba “Fala galera” permitia saber o que estava sendo dito sobre o programa através da hashtag #bbb e o que os Brothers falavam em seus microblogs.

Foi a partir da décima segunda edição, com o aplicativo gratuito para dispositivos móveis, que o internauta pode ter uma experiência de segunda tela diferenciada até então: ao colocar o celular na frente da TV durante a exibição, automaticamente eram recebidos conteúdos exclusivos.

No BBB13, a emissora resolveu alistar dois blogs já famosos por comentarem o programa. O “De cara pra Lua” e o “Morri de Sunga Branca” eram responsáveis pelos comentários de tudo que acontecia na casa através da aba “BBB do B” no menu principal do site. A aba “Diz aí, BBB!” exibia os comentários dos internautas e era possível curtir e compartilhar através do Facebook e Twitter.

O BBB14 foi responsável por diversas mudanças, como a adoção de linguagem informal e o uso de memes, gírias e hashtags, elementos típicos das torcidas dos participantes que passaram a ser incluídos nas publicações na página do BBB no Facebook. O destaque dessa edição vai muito além. Foi nessa edição que o fenômeno “Clanessa” se deu e a partir daí, a atenção da emissora começou a se voltar para os fãs.

Pensando em formas interativas criadas para a TV, como os reality shows, é possível dizer quais mudanças no próprio jogo foram construídas com a inserção das redes sociais ao longo dos anos? Não se pode precisar mudanças efetivas após a inserção das redes sociais. O que se pode dizer é que a emissora se mostrou aberta (até certo ponto) com a participação pelas redes sociais e agregou redes como Twitter aos comentários do site ao longo dos anos. Além disso, muito se falou que, na edição 2016 a mudança na votação ocorreu justamente para inibir a ação dos fãs que combinavam os votos através do Twitter e influenciavam o programa de forma a extrapolar o controle da emissora.

Poderíamos entender as novas relações interativas que emergem com os novos meios, juntamente com os reality shows, como uma forma de pensar o reality show-game? O

reality show é essencialmente um game, o público joga através das ligações e SMS que enviam para eliminar um participante. O que muda é justamente a forma como a participação é construída pelos fãs.

### 3.3 METODOLOGIA: MINERAÇÃO DE DADOS E FLUXO DE INTERAÇÃO

Para entender como os fãs influenciam o andamento e o resultado final do Big Brother Brasil 16 (problema central desta pesquisa), pressupõe-se, de início, mostrar que existe alguma relação entre as conversações dos fãs no Twitter e os resultados dos paredões e da final do programa. Por esta razão, o objeto de pesquisa merece adequação de metodologia. Dessa forma, ela apresenta dois viés: o primeiro deles trata de dados quantitativos obtidos através de plataformas de análise de redes sociais e o segundo, traz elementos sociais tais como as relações entre os fãs, a realização de mutirões de votos e vários outros agenciamentos.

Dentre as inúmeras redes sociais existentes atualmente, a escolha pelo Twitter se deu devido ao precedente caso das "Clanessas", que se mostrou mais intenso nessa rede. Além disso, durante a pesquisa, o Facebook não estava permitindo mineração de dados por plataformas externas, o que impedia que a pesquisa o utilizasse.

A metodologia para análise dos dados obtidos pelas plataformas *Opsocial* e *TweetReach* foi desenvolvida a partir de teste prévio feito com o reality show *A Fazenda*, exibido pela Record nos meses de setembro a dezembro de 2015. A escolha por *A Fazenda* aconteceu por ser um reality de formato mais semelhante ao Big Brother Brasil, com eliminações dos participantes que dependiam do público, ao contrário de outros realities como o *MasterChef*, que tem jurados internos responsáveis pelas eliminações.

Nesse teste viu-se a necessidade de utilizar duas plataformas, visto que, por se tratar de ferramentas que não foram feitas para este tipo de mineração, algumas adaptações foram

necessárias. Entretanto, como os dados quantitativos só buscavam determinar que existia sim uma influência dos fãs através de seus comentários e, a partir deles determinar como isto se dava, o resultado se mostrou satisfatório, já que conseguimos quantificar a relação entre a interação de fãs e o resultado real divulgado pelo programa. Por isto, tal metodologia foi utilizada também no Big Brother Brasil 16.

É importante destacar que, as tags utilizadas nas buscas dentro das plataformas já eram de uso comum por fãs de reality shows. Na própria Fazenda os fãs usavam o padrão de tag #ForaPessoaX e #FicaPessoaY, o programa estimulava o uso de tais etiquetas. No BBB, essas informações foram obtidas através de observação das ações de perfis determinados logo na primeira semana.

As plataformas utilizadas para coleta de dados foram *Opsocial* e *TweetReach*. A diferença principal entre as duas é que a *Opsocial* foi utilizada para cobrir o paredão inteiro, desde domingo, quando o anúncio dos emparelhados é feito até na terça-feira, durante o programa de eliminação. Portanto, tal ferramenta cobria os dados com uma amplitude maior. A *TweetReach* foi usada para as anormalidades que fugiam à *Opsocial*, como por exemplo, a mudança de opinião do "pessoal do sofá", que votava sob a influência dos acontecimentos exibidos no resumo de cada participante que estava no paredão. Novamente, como as ferramentas não foram criadas para esse tipo de função específica, se tornou fundamental trabalhar com duas plataformas para trazer com mais segurança o movimento claro dos fãs nas redes sociais, mas que necessitava de dados quantitativos.

A *Opsocial* é uma plataforma de mineração de dados utilizada para monitorar o desempenho de uma empresa nas redes sociais. É uma ferramenta paga, possuiu uma versão gratuita com menos funcionalidades para teste, mas foi utilizada de forma completa para a pesquisa. Com ela, é possível saber se a empresa é bem vista pelos seus consumidores, pois ela realiza uma busca de termos positivos vinculados ao nome da empresa. Dentre todos os dados que podem ser obtidos tais como: horário com maior número de posts, divisão entre homens e mulheres, top hashtags, top links, número e qualificação de post por termo monitorado, tags mais marcadas por rede, top links, resultados recuperados por rede, resultados encontrados por dia e horário, usuários com mais posts positivos, usuários com mais posts negativos, o que mais nos interessava era a análise de sentimento. Como o objetivo era descobrir se o número de

menções de determinada hashtag sobre os participantes do paredão batia com o eliminado, essa colocação foi determinante.

A *Opsocial* foi utilizada da seguinte forma: em um paredão entre as participantes Ana Paula e Juliana, através de observação do programa e principalmente das interações dos fãs no Twitter, era possível determinar quem teria maior probabilidade de sair. Assim, neste caso, a Ana Paula já havia aparecido no trending topics inúmeras vezes, já havia voltado de 2 paredões e se mostrava bastante querida no Twitter por diversas torcidas. A partir disso, foi atribuído a ela o sentimento positivo trabalhando com a ideia de que ela não seria eliminada, os posts dos usuários do *Twitter* serão classificados da seguinte forma:

The screenshot shows the 'Novo monitoramento' (New monitoring) configuration window in the Opsocial application. The interface is organized into several sections:

- Nome do monitoramento:** A text input field containing 'Paredão 5 - bbb16'.
- Termos do monitoramento:** A text input field containing the hashtags '#FicaAnaPaula; #FicaJuliana; #ForaAnaPaula; #ForaJuliana'.
- Termos ignorados:** A text input field with the placeholder text 'Digite os termos que deseja ignorar separados por ponto e vírgula ;'.
- Grupos do Facebook:** A section with the text 'Em breve monitoramento de grupos do Facebook :)'.
- Qualificação automática:** A section with three colored boxes:
  - A green box containing '#FicaAnaPaula; #ForaJuliana'.
  - A yellow box (empty).
  - A red box containing '#FicaJuliana; #ForaAnaPaula'.
- Customização:** A section with a button labeled 'Selecionar logotipo'.
- Rodapé:** A text area with the placeholder text 'Edite as informações do rodapé dos relatórios.'

At the bottom of the window, there is a prominent blue button labeled 'INICIAR MONITORAMENTO'.

**Figura 3** – Exemplo de hashtags utilizadas na qualificação de sentimento da *Opsocial*. Classificadas como sentimento positivo as tags #FicaAnaPaula e #ForaJuliana. Como sentimento negativo, as tags #FicaJuliana e #ForaAnaPaula.

Utilizando essa classificação, é possível saber o percentual de sentimento positivo (pró-Ana Paula) e negativo (pró-Juliana) e determinar quem pode ser eliminada do programa. Neste caso, o gráfico abaixo aponta que o índice de aprovação de Ana Paula, medido pelas hashtags, foi de 62%, enquanto o de Juliana foi de 38%.



**Figura 4** – Exemplo da análise de sentimento da *Opsocial*, em que 62% foi o total de posts com sentimento classificado como positivo, indicando a permanência de Ana Paula.

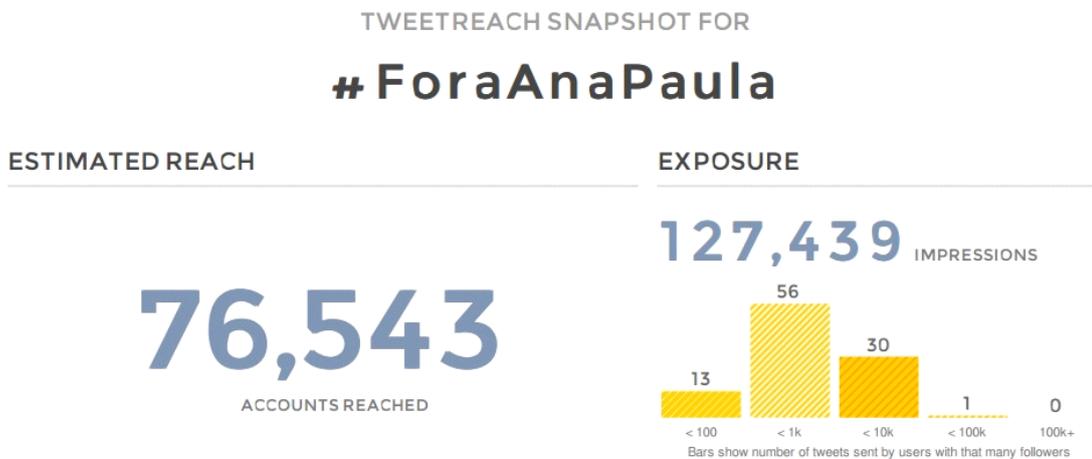
Durante a exibição deste paredão, Juliana foi eliminada em todas as cinco regiões do país e através de SMS e ligações, totalizando 6 pontos. Isso mostra que há correlação entre os dados da plataforma e o resultado do programa. O resultado também se mostrou o mesmo na plataforma *TweetReach*.

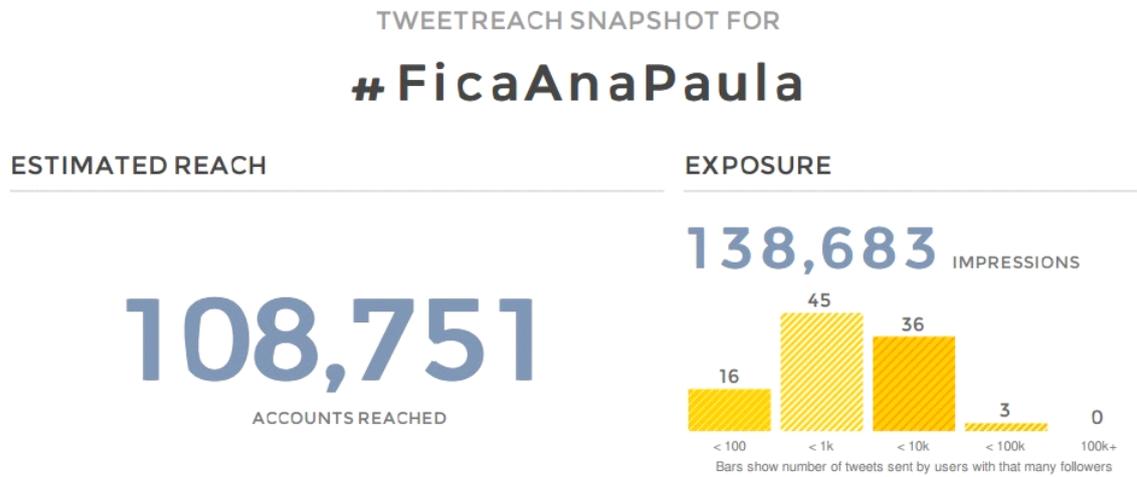
A segunda plataforma, *TweetReach*, gratuita, foi utilizada durante a exibição do programa em uma busca mais instantânea, nas menções do backchannel<sup>9</sup>. Dentre tantas outras informações, como top contribuidores, número de impressões, tweets mais retuitados, a que mais nos interessava era o número de contas alcançadas, pois este dado se refere ao número de contas que estavam utilizando tal hashtag em tempo real (no exemplo do paredão entre Ana Paula e Juliana, as hashtags mais utilizadas foram #ForaJuliana e #FicaAnaPaula)

<sup>9</sup> Conceito trazido por Proulx e Shepatin que se refere às conversações da audiência simultâneas à exibição do produto televisivo.

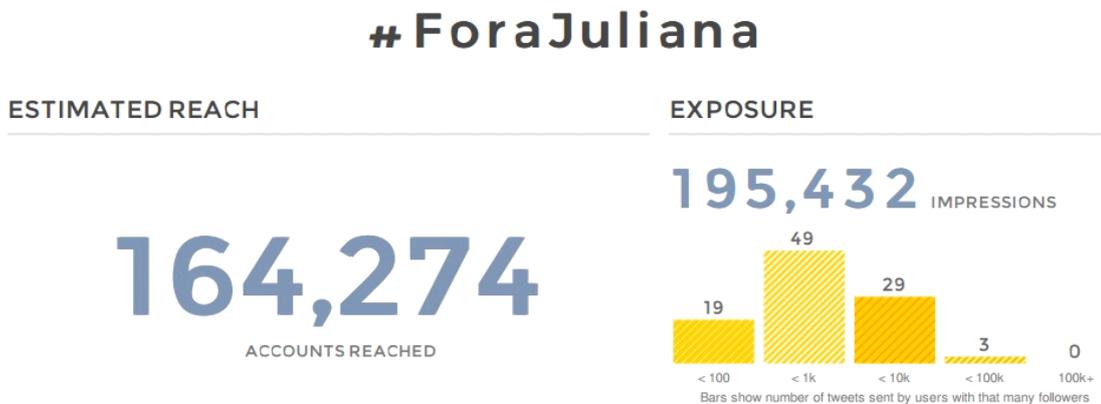
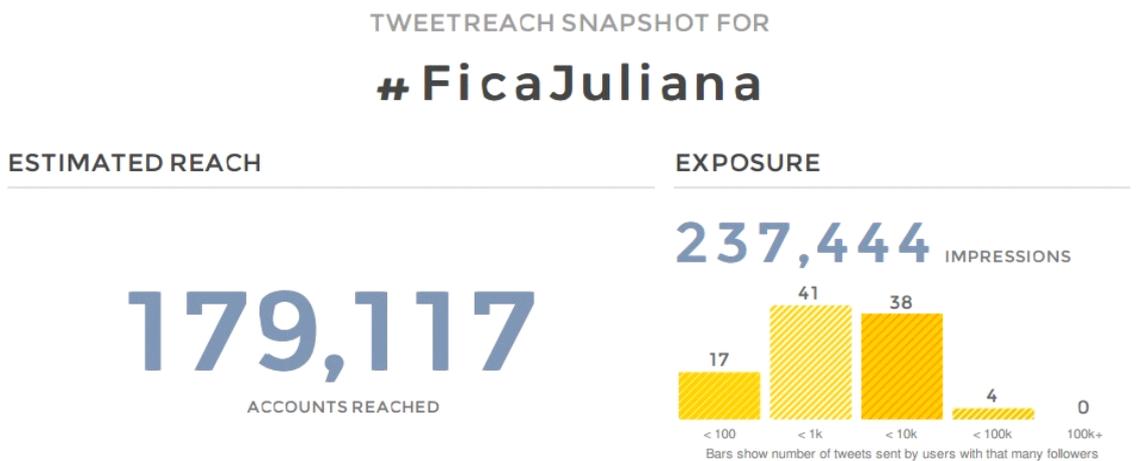
O uso da *TweetReach* se justifica também por ser mais uma forma de obter os resultados e colaborar para uma confiabilidade maior, mostrando a variação de tweets durante a exibição do programa. É comum durante a edição novelizada do programa, mais especificamente durante a eliminação, que o público modifique sua opinião e isso influencie na votação final.

Nesta ferramenta, o padrão de hashtag também foi utilizado. Entretanto, a forma de utilização respeitou a diferença da *TweetReach*. Assim, utilizando o exemplo do paredão entre Ana Paula e Juliana, durante a exibição do programa de eliminação, obtinha-se 4 relatórios. O primeiro deles, com os dados referentes à busca pela hashtag #FicaAnaPaula; o segundo, com os dados da #ForaAnaPaula; o terceiro, com #FicaJuliana e o quarto, com #ForaJuliana. A utilização de duas hashtags para cada emparelhada se dá pelo próprio padrão já utilizado pelos fãs. Se escolhêssemos apenas uma delas para cada participante é possível que o resultado não se mostrasse fiel, visto que, não é possível garantir uma regra tanto para o #Fica quanto para o #Fora. Em muitos casos, a #Fica se mostrava mais forte, em outros, a #Fora se destacava.





**Figura 5** – exemplo de dados obtidos da TweetReach com as #ForaAnaPaula e #FicaAnaPaula.



**Figura 6** – Exemplo de dados obtidos da *TweetReach* com as hashtags #ForaJuliana e #FicaJuliana.

Percebe-se, neste caso, que para a hashtag #Fica Juliana (179.117 contos mencionando #FicaJuliana) estava em vantagem em relação a Ana Paula (108.751 contos utilizando #FicaAnaPaula). Se utilizarmos apenas esse marcador (#Fica), o resultado indicaria que Juliana ficaria. Entretanto, com a hashtag #Fora Juliana estaria eliminada, visto que 164.274 contos utilizavam a #ForaJuliana, expressando descontentamento com a permanência da participante. Como assistir o programa na TV e no Twitter é essencial nesta pesquisa, visto que é necessário saber qual participante esteve mais vezes nos trending topics, aliado a palavras de apoio, no caso do paredão entre Ana Paula e Juliana, o resultado da #Fora se mostra mais acertado.

Assim, a ideia central desta metodologia é trabalhar com a aplicabilidade de hipóteses baseadas no conhecimento prévio conseguido através da observação da movimentação dos fãs. Funciona através da apreensão da lógica do universo e na criação de regra geral. Sobre essa base de lançamento de hipóteses, Pimenta traz a máxima pragmática de Peirce:

A partir dessa formulação, o significado passa a ser associado a uma possível mudança de hábitos derivada de resultados obtidos com a investigação, decorrente, por sua vez, do lançamento de hipóteses, da dedução de suas possíveis consequências práticas e da avaliação do grau de confirmação indutiva desses efeitos previstos perante os fatos observados. Como se verá a seguir, esse complexo de relações está diretamente relacionado aos procedimentos adotados tanto no teste da hipótese relativa às possíveis mudanças ligadas aos aspectos multicódigos, quanto na verificação sobre as transformações que poderiam advir da adoção de uma concepção pragmaticista da área da Comunicação. (PIMENTA, 2015, p.14)

Dessa forma, a lógica pragmática sintetiza os passos necessários para as descobertas. Da nossa percepção do campo, tiramos uma hipótese e deduzimos seus possíveis efeitos práticos, caso esteja correta. Com isso, novas possibilidades acerca daquela questão são percebidas (metodológicas, nesse caso). Por fim, atribui-se uma regra geral, até que anomalias surjam e novas questões apareçam.

No caso da metodologia utilizada para coleta de dados das plataformas, a hipótese nasce de nossa percepção a partir da observação das interações dos fãs nas redes sociais. Baseado nessas movimentações percebidas ao acaso durante o primeiro dia de exibição do programa, a hipótese era de que, na primeira semana do BBB16 a participante Harumi sairia e o participante Daniel continuaria no programa. A consequência prática era que Harumi sairia

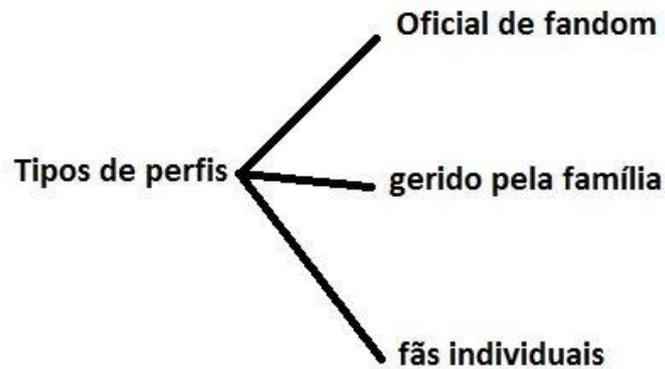
realmente (caso a hipótese se mostrasse verdadeira) ou Daniel sairia (caso a hipótese não fosse verdadeira). Com o auxílio das plataformas, a hipótese se mostrou correta.

É necessário apontar que, durante toda a utilização das plataformas, novas hipóteses eram criadas e testadas semanalmente, durante os paredões, repetindo os mesmos passos, mas com participantes e fandoms diferentes para, por fim, perceber que participantes que fossem para o paredão com o grupo de Ana Paula (composto por Munik, Ronan e Geralda), seriam sempre eliminados.

Um cuidado que deve ser tomado diz respeito à variação da hashtag. As variações entre #ForaAnaPaula, #foraanapaula e #foraAnapaula faziam diferença nos resultados. Comparar um #foraanapaula com #FicaJuliana podia indicar resultado errado.

Após mostrar a relação entre o número de tags positivas/negativas e o eliminado oficial pelo programa, se torna necessário mostrar como os fãs agiam para conseguir atingir seus objetivos. Dessa forma, também foi feita uma análise das interações que compreendem os perfis principais dos fandoms, a forma como realizavam mutirões (como a nova forma de votação interferiu também), para também mostrar a importância de, no caso do BBB16, não desvincular a TV da internet. O que nos interessa é monitorar a audiência conectada e como se dá o fluxo da segunda tela para a primeira.

Para mostrar tudo isso, foram tirados *screenshots* no domingo, na segunda e na terça-feira, dias em que o público era incumbido de votar. Como existe um padrão de comentários e de movimentação, foram escolhidos alguns representativos. Assim, esses *screenshots* foram separados conforme apontam os diagramas abaixo.



**Figura 7** – Diagrama com a divisão de perfis principais.



**Figura 8** – Diagrama com a divisão de padrão dos posts.

O diagrama (figura 8) aponta 6 tipos de posts principais: **Estímulo para votação**, em que os fandoms organizavam os mutirões, agradeciam a participação de cada fã, divulgavam o horário em que cada curador estaria disponível para recolher os votos de quem se empenhou no mutirão e divulgavam também como votar várias vezes abrindo diversas janelas no modo

espião; **comemoração** das vitórias diante de cada paredão, que gerava memes e o sentimento de conquista pessoal; **divulgação de acontecimentos**, replicando links do próprio site do BBB no Gshow e também coisas que quem tinha pay-per-view divulgava antes; **embate entre fandoms** de torcidas opostas que viam nos acontecimentos dentro do programa motivos para tweetar contra tal participante; **subida de tag nos trending topics**, em que alguns fãs se esforçavam para conseguir dar destaque ao participante, pedindo aos outros para utilizar tal tag; **enquetes** feitas dentro do próprio Twitter para saber a intenção de voto de acordo com o paredão do momento.

Essa descrição esboça como se davam as interações dos fãs. Entretanto, é necessário também mostrar as diferenças entre os perfis. Assim, de acordo com o diagrama, os perfis se enquadram em 3 tipos: **oficial do fandom**, em que um grupo de pessoas fica responsável por realizar as ações descritas no parágrafo anterior; **gerido pela família**, nesse BBB todos os participantes já tinham perfis no Twitter geridos pela família desde o primeiro dia de programa e todos atuantes, empenhados nas votações, mas poucos realizando todos os itens que um perfil de fandom faz; e **fãs individuais** que participavam ou não de um perfil de fandom, mas participavam de toda a dinâmica, e utilizavam seus perfis pessoais que, embora muitas vezes tivessem fotos do participante preferido, não tweetavam apenas sobre o BBB.

## 4 O FLUXO DA TV PARA A WEB

### 4.1 TRANSFORMAÇÕES DA TV

O BBB é um reality show do subgênero que depende da participação do público nas votações para eliminar participantes. Normalmente, são três meses de exibição, mas nem sempre são 12 paredões, pois o número de participantes pode variar. Em algumas edições foram 18 participantes, mas em média são 14. A dinâmica do programa é baseada em um jogo, em que são realizadas provas dentro da casa que definem o líder e o anjo. O líder é responsável por indicar um dos participantes para o paredão (o que dá alguma vantagem no jogo). O anjo pode salvar uma pessoa do paredão. As regras variam, em algumas edições o líder poderia indicar mais de um participante, assim como o anjo poderia se salvar. É comum no BBB essa variação de regra previamente revelada ao público, mas os participantes só ficam cientes em momentos chave para a narrativa do jogo.

A quantidade de participantes no paredão também varia, o número máximo de participantes em um paredão foi 4, mas normalmente são 2. Provas extras, ligações do BigFone também são responsáveis por colocar participantes no paredão. Os fãs devem ficar atentos a todos os acontecimentos para conseguir imprimir a melhor estratégia, pois novas regras podem surgir, tais como paredões com mais pessoas, inserção de novos participantes, uma indicação surpresa para o paredão, etc.

Para mostrar como a participação dos fãs através do Twitter foi um dos fatores responsáveis por influenciar o andamento e o resultado do programa, é necessário apontar o que aconteceu dentro da casa do BBB16 e como os fãs se relacionavam com isso. Para tal, mostraremos inicialmente os principais acontecimentos dentro do programa, como a formação de grupos de participantes, momentos de destaques como desentendimentos, os paredões, eliminações, mudança na votação que ocorreu durante o programa para, após essa fase, mostrar como os fãs se organizavam nas redes para vencer cada paredão e como se davam os mutirões no Twitter.

Todo acontecimento dentro do programa tem uma repercussão de variado tamanho e forma no Twitter. Portanto, em todos os acontecimentos aqui tratados, os fãs sempre se

organizavam para atingir seu objetivo. Foi necessário trazer os acontecimentos em separado por ser uma maneira de explicar de forma mais clara. Mas não podemos perder de vista a relação de mutualismo<sup>10</sup> facultativo, em que ambas as mídias se beneficiam e em que as fronteiras parecem se unir e ampliar concepções anteriores sobre a própria interação e os programas televisivos.

Fazendo jus ao que Rodrigo Dourado<sup>11</sup>, diretor-geral do reality, disse sobre a superutilização das mídias de comunicação no programa, o Big Brother Brasil 16 começou antes do esperado. No último dia de confinamento dos participantes no hotel, antes de entrarem na casa do programa, a emissora disponibilizou uma votação para que o público escolhesse três participantes que seriam exibidos via Periscope<sup>12</sup>. O resultado desta escolha parece já precipitar os acontecimentos de todo reality, uma vez que Ana Paula obteve 19,82%, Munik 18,30% e Maria Claudia 18,17% dos votos.

Oficialmente, o BBB16 começou em 19 de janeiro e já nesta data, nos primeiros minutos da grande aparição dos participantes, já figuravam tags nos trending topics do Twitter sobre os Brothers – “Vai com tudo Munik” foi uma dessas tags. Inicialmente, entraram na casa apenas 12 competidores. Eram eles: Alan, Ana Paula, Daniel, Harumi, Juliana, Laércio, Maria Claudia, Munik, Renan, Ronan, Tamiel e Adélia. Como o programa apresenta surpresas de ano a ano, desta vez haviam 4 participantes escondidos no segundo andar da casa e o público deveria escolher quais desses se juntariam aos outros. Assim, no final da primeira semana, Geralda (53%) e Matheus (61%) foram os preferidos pelo público e desceram para o primeiro andar da casa com a vantagem da imunidade no primeiro paredão.

---

<sup>10</sup> Mutualismo facultativo é um termo utilizado na biologia e trata de toda relação ecológica harmônica, em que ambas as espécies são beneficiadas, mas uma pode viver independentemente da outra. A protocooperação é uma relação benéfica para ambas as espécies, embora não lhes seja indispensável.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/bbb/publico-do-bbb-16-vai-escolher-qual-confinado-tera-transmissao-ao-vivo-do-quarto-do-hotel-18479489.html#ixzz3xdtpZqi6>>. Acesso em: 11/04/16

<sup>12</sup> O Periscope é uma ferramenta do Twitter para transmissão de vídeos em tempo real.



**Figura 9** – Foto dos 12 primeiros participantes a entrarem na casa do BBB16.



**Figura 10** – Geralda e Matheus, participantes que entraram na casa depois da escolha do público.

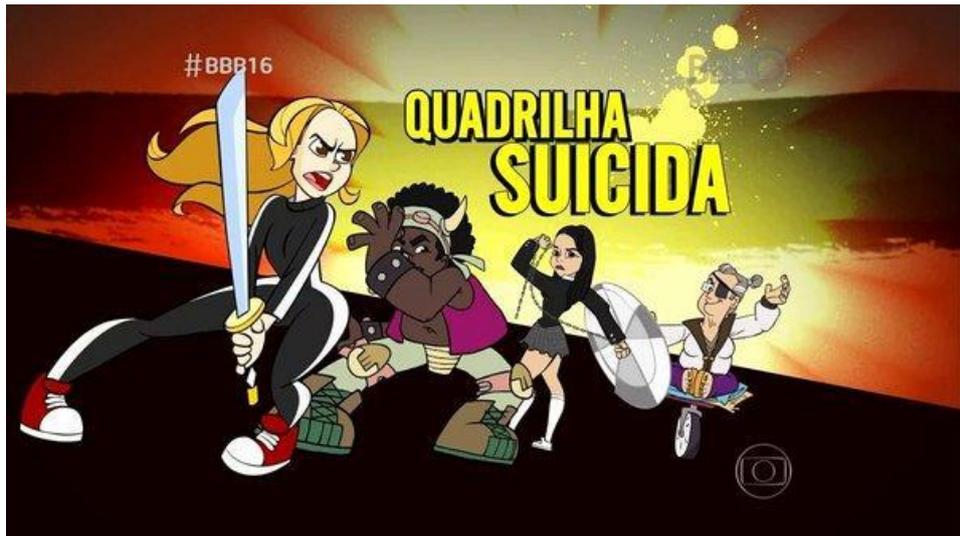
Sobre a trama de relações, muita coisa aconteceu. Ana Paula, logo na primeira semana, se revoltou contra Laércio pelo brother estar dormindo de cueca em um quarto com muitas mulheres. No calor da briga, Ana Paula chamou Laércio de pedófilo e o líder da vez (Daniel), resolveu fazer justiça e colocá-la no paredão, para que a opinião do público se mostrasse sobre o caso. Muitos Brothers pensaram da mesma forma, e votaram em Laércio. Dentro da casa, se via claramente que a maioria acreditava que Laércio ficaria na casa. Contrariando a opinião de muitos participantes, Ana Paula foi a escolhida do público, eliminando seu primeiro concorrente.

No paredão seguinte, após a desistência de Alan por problemas de saúde do pai, o público deveria escolher qual brother ganharia uma vantagem no jogo e iria para o andar de

cima ver e ouvir tudo que os outros dissessem dentro da casa. Neste paredão falso se enfrentaram Ana Paula e Ronan (amigos unidos pela exclusão mútua que sofriam), embate muito querido por boa parte da casa, que não escondeu a alegria ao ver Ana Paula com a maioria dos votos. Ao voltar durante a madrugada, Ana acorda todos gritando “olha ela”, que rapidamente virou meme nas redes sociais e foi citado em vários programas televisivos, dando mais destaque ainda para a mineira.

A partir de sua volta, Ana Paula se viu obstinada a formar um grupo com aqueles que não comemoraram sua saída. Ela, Ronan e Munik ficaram à parte da maioria, sendo boicotados em provas do líder, do anjo, em tudo aquilo que pudesse lhes dar uma chance de se protegerem do paredão. A força do grupo se tornou real quando, no quarto paredão, Ronan enfrentou Daniel, tido como galã da casa, um forte candidato, e o eliminou com 53% dos votos. Duas semanas atrás, antes da amizade com Ana e Munik, todos os participantes se sentiram traídos quando Ronan foi líder e tudo mudou em pouco tempo.

No quinto paredão, Ana Paula enfrentou Juliana, já um reflexo da guerra entre os grupos formados desde o paredão falso. Um dos grupos, liderado por Ana Paula, era composto por Munik e Ronan – Quadrilha Suicida, da animação feita por Maurício Ricardo. O outro, formado por Renan, Daniel, Juliana, Adélia e Tamiel – Esquadrão Meditação, nome apropriado pelo público no Twitter. O terceiro grupo, de Geralda, Matheus e Maria Claudia, até certo ponto, resolveu não tomar partido (até a volta de Ana Paula nesse paredão, em que Dona Geralda percebeu sua força e se integrou à Quadrilha Suicida).



**Figura 11** – Animação de Maurício Ricardo sobre o grupo de Ana Paula, Munik, Ronan e Dona Geralda, nomeado de Quadrilha Suicida.



**Figura 12** – Animação de Maurício Ricardo sobre o grupo de Daniel, Adélia, Juliana, Renan, e Tamiel, nomeado de Esquadrão Meditação.

Em seguida, o resultado já parecia óbvio quando Ana Paula, Tamiel e Munik se enfrentaram no primeiro paredão triplo da temporada. Tamiel, mesmo sendo líder, acabou no paredão e foi eliminado com um alto nível de rejeição em todas as regiões do país, além de SMS e ligações telefônicas totalizando 6x0x0. Nessa altura, o grupo de Tamiel já sabia que a probabilidade de cada um ser eliminado nos próximos paredões era grande. E, contrariando

expectativas e até a lógica, foi nesse momento que Matheus e Cacau se juntaram oficialmente ao grupo de Renan e Adélia.

Nessa mesma semana, durante uma festa, Ana Paula deu tapas no rosto de Renan, seu principal desafeto na casa, e na manhã seguinte, foi desclassificada. O fato foi comemorado por Renan e seu grupo que, antes do ocorrido já planejavam se aproveitar do descontrole de Ana e cavar uma expulsão.

No sétimo paredão, o segundo formado por três participantes, se enfrentaram Munik, Ronan e Adélia. Superando Tamiel, Adélia foi eliminada com uma rejeição maior do que a já alcançada em algumas regiões, 76,5% dos votos e também totalizando 6x0x0.

Em seguida, no paredão entre Renan, Ronan e Geralda, o eliminado da vez foi Renan, novamente com 6x0x0. Era uma questão de tempo até todo o grupo sair do programa.

Assim, Matheus e Geralda formaram o paredão de número 9. E Matheus saiu da casa, também com 6x0.

Próximo ao fim do Big Brother 16, só restavam na casa Cacau, Geralda, Munik e Ronan. Foi realizada uma prova para a escolha do líder e este deveria colocar alguém imediatamente no paredão. O emparedado, por sua vez, deveria escolher quem enfrentar. Cacau venceu a prova do líder e indicou Geralda, formando o décimo paredão com Ronan. Desta vez, a eliminação não foi unânime, alcançando 5x1. Portanto, para a semifinal, restaram Cacau, Ronan e Munik.

Ronan participou de 6 paredões, Munik de 3 e Cacau de nenhum. A estratégia de não demonstrar que havia escolhido um lado, de não se importar com a combinação de votos, talvez tenha favorecido Cacau, que foi para a grande final com Munik. O resultado, ao acompanhar todos os paredões aqui descritos já se torna mais uma vez previsível.

Para simplificar tudo aqui descrito, a tabela abaixo mostra os paredões, lideranças e o resultado. Em negrito, o grupo de Ana Paula, Ronan, Munik e Geralda. Em azul, os paredões com a forma antiga de votação, de maioria simples, e em rosa as votações que ocorreram já no sistema regional.

SEMANA	LÍDER	PAREDÃO	ELIMINADO
1	Daniel, Alan, <b>Ronan</b> , Tamiel	Harumi x Daniel	Harumi (65%)
2	Daniel	<b>Ana Paula</b> x Laércio	Laércio (54%)
3	Juliana	<b>Ana Paula</b> x Ronan	(Paredão falso) 74% <b>Ana Paula</b>
4	<b>Munik</b>	<b>Ronan</b> x Daniel	Daniel (53%)
5	Tamiel e Renan	<b>Ana Paula</b> x Juliana	Juliana (6x0)
6	Tamiel e Renan	<b>Ana Paula</b> x <b>Munik</b> x Tamiel	Tamiel (6x0)
7	Renan	<b>Munik</b> x <b>Ronan</b> x Adélia	Adélia (6x0)
8	<b>Munik</b>	Renan x Ronan x <b>Geralda</b>	Renan (6x0)
9	Maria Claudia	Matheus x <b>Geralda</b>	Matheus (6x0)
10	Maria Claudia	<b>Geralda</b> x <b>Ronan</b>	<b>Geralda</b> (5x1)
11	-----	<b>Munik</b> x <b>Ronan</b>	<b>Ronan</b> (6x0)

 Paredão com votação tradicional, em que o eliminado obtinha maioria de votos simples.

 Paredão com nova forma de votação, em que o eliminado deveria obter maioria entre 5 regiões (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste, Sul) mais a soma de SMS e ligações.

Tabela 1 – tabela de paredões, lideranças e resultado que ilustra os acontecimentos do BBB16 de forma resumida.

Assim se deram os acontecimentos na TV. Quem não estava no Twitter, não seguia nenhum perfil de fandom ou perfil individual que fizesse alguma campanha ou mesmo que movimentasse a rede compartilhando memes de participantes, não via a relação que se fazia entre as interações e o resultado da TV.

O quinto paredão foi o primeiro a ter uma nova forma de votação. Anteriormente, para ser eliminado, bastava a maioria simples de votos. Com a mudança, os votos através da internet seriam separados por região, sendo elas norte, nordeste, centro-oeste, sudeste e sul. Em caso de empate, o participante com maioria absoluta seria o eliminado. As mensagens de texto e ligações seriam agrupadas em um sexto grupo totalizando 6 pontos.

Muito se falou desta alteração acontecer com o programa em andamento. Em matéria publicada<sup>13</sup> no portal UOL, o agenciamento dos fãs nas redes sociais, sua organização e engajamento são apontados como fator que poderia ser um dos responsáveis pela mudança. Já é de claro conhecimento – desde o BBB14 com o caso das "Clanessas" – o poder dos fãs de comandarem o programa. Sobre isso, Boninho, diretor do programa, afirmou que a ideia de regionalizar a votação não passou de uma forma de dar representatividade às regiões do país. O que foi muito questionado, principalmente pelas distorções que o método traz, uma vez que, as regiões têm tamanhos de população distintos e dar o mesmo peso de voto para elas, não mostra realmente a opinião daquela amostra.

A mudança foi divulgada oficialmente durante o programa do dia 16 de fevereiro, quando Daniel foi eliminado. Desde este momento em diante, os fãs buscaram se reorganizar para que continuassem tendo o poder de comando que tinham. Entretanto, a estratégia adotada por cada perfil foi diferente. Após muita especulação, parte dos perfis escolheu que continuaria com a mesma estratégia e outra parte escolheu criar centrais em cada uma das regiões e fazer a contagem de votos dos mutirões separadamente. Presente na torcida de Ana Paula, o @portal\_clanessa foi um dos que optou por continuar agindo da mesma forma, coordenando os mutirões de modo geral.

Independente da mudança, o resultado que começou a se construir com a forma tradicional de votação se perpetuou na nova forma. O grupo de Ana Paula venceu 3 dos 4 paredões anteriores à mudança e eliminou praticamente todos os concorrentes com a regionalização.

Para quem acompanhava o BBB16 na TV e também no Twitter, os motivos para eliminação de um grupo em detrimento de outro pareciam inegáveis. Para conseguir influenciar o resultado e o andamento do programa, os fãs realizaram algumas ações nas redes sociais. No primeiro dia de exibição, todos os participantes já tinham pelo menos um perfil no Twitter. De acordo com buscas realizadas dia 19 de janeiro, momentos antes do início do programa, apenas Alan e Laércio contavam apenas com perfis geridos por família e amigos. Participantes que já

---

<sup>13</sup> <<http://tvefamosos.uol.com.br/bbb/bbb16/noticias/redacao/2016/02/23/criticada-por-fas-nova-votacao-do-bbb-causa-distorcoes-e-nao-impede-fraude.html>>. Acesso em: 25/04/2016.

tinham uma identificação maior com o público, como Ana Paula, Munik e Maria Claudia (as escolhidas para exibição ao vivo via Periscope), contavam com inúmeros perfis de fãs.

Jenkins cita o exemplo dos fãs do reality show Survivor, que despendiam muito esforço para saber quem era o vencedor do programa antes da exibição. Mas o que os fãs do BBB têm feito se distancia muito dessas ações, uma vez que a motivação está em jogar e não em saber previamente quem vence. A diversão parece estar em criar estratégias, botá-las em prática e ajudar o participante a vencer o jogo.

Os dados abaixo (tabela 2) mostram a relação entre as interações dos fãs nas redes sociais e o resultado oficial do programa. No quarto paredão, por exemplo, entre Ronan e Daniel, a tabela aponta que na plataforma *Opsocial*, Ronan tinha 55,9% de chances de ficar, enquanto 44,1% queriam a permanência de Daniel. Na plataforma *TweetReach*, 142.325 contas utilizaram a #FicaRonan, indicando que o brother ficaria na casa, enquanto 104.705 utilizaram #FicaDaniel. No entanto, a hashtag #ForaRonan, apresenta 134.781 contas utilizando e um número bem menor falando sobre #ForaDaniel. O resultado oficial foi Daniel eliminado com 53% dos votos.

### **TABELA DE DADOS DAS VOTAÇÕES**

PAREDÃO	BROTHERS	% OPSOCIAL	TWEETREACH #Fica	TWEETREACH #Fora	DADO OFICIAL GLOBO
1	Harumi x Daniel	 50,9% 49,1%	Harumi 246 315 Daniel 167 186	Harumi 642 762 Daniel 400 223	65% x 35%
2	Ana Paula x Laércio	 68,6% 31,4%	Ana Paula 117 830 Laércio 88 324	Ana Paula 74 560 Laércio 335 566	46% x 54%
3	Ana Paula x Ronan	 87,4% 12,6%	-----	-----	74% x 26%
4	Ronan x Daniel	 55,9% 44,1%	Ronan 142 325 Daniel 104 705	Ronan 134 781 Daniel 90 732	47% x 53%
	<b>MUDANÇA</b>		<b>NA VOTAÇÃO</b>		
5	Ana Paula x Juliana	 62,3% 37,7%	Ana Paula 108 751 Juliana 179 117	Ana Paula 76 543 Juliana 164 274	0 x 6
6	Ana Paula x Munik x Tamiel	 63,5% 36,5%	Annik 101 670 Tamiel 76 623	Annik 63 626 Tamiel 133 689	0 x 6
	<b>EXPULSÃO</b>		DA ANA	PAULA	

7	Munik x Ronan x Adélia	55,5% 44,5%	Ronan 125 363 Munik 121 005 Adélia 69 215	Ronan 49 066 Munik 95 727 Adélia 175 919	0 x 6
8	Renan x Ronan x Geralda	47,7% 52,3%	Renan 67 597 Ronan 68 488 Geralda 64 697	Renan 1 397 542 Ronan 38 818 Geralda 162 995	6 x 0
9	Matheus x Geralda	55,2% 44,8%	Matheus 76 906 Geralda 123 779	Matheus 188 102 Geralda 86 603	6 x 0
10	Geralda x Ronan	64,2% 35,8%	Geralda 211 604 Ronan 148 501	Geralda 83 098 Ronan 951 222	5 x 1
11	Ronan x Munik	72,6% 27,4%	Ronan 168 507 Munik 69 507	Ronan 76 752 Munik 93 492	6 x 0
12	Munik x Maria Claudia	59,6% 40,4%	Munik 152 905 M. Claudia 8 988 214	-----	6 x 0

## PAREDÃO FALSO

## FINAL DO PROGRAMA

Tabela 2 – Dados das votações relacionados com os resultados obtidos na coleta de dados através das plataformas Opsocial e TweetReach. Os dados apresentados estão nos apêndices A e B, dispostos na ordem de ocorrência de cada paredão.

A tabela também aponta que, dos 12 paredões, o número de menções de determinada tag classificada como positiva ou negativa na *Opsocial* comparado com o real eliminado, correspondeu 10 vezes.

Destaca-se também, os momentos que representaram insegurança para os fãs. o primeiro deles, a supracitada mudança na forma de votação, obrigou os fandoms de ambas as partes a discutir novas formas estratégicas. O segundo momento, a expulsão de Ana Paula, foi significativa pois ela era a participante com o maior fandom: já havia ganhado destaque antes mesmo do início do programa, na votação para escolher quais participantes seriam exibidos via periscope; dos 6 paredões tidos até a expulsão, Ana Paula participou de 4 os vencendo com grande diferença (conforme tabela 2). Os fandoms do Renan, Adélia, Matheus e Maria Claudia, tinham esperanças da força do grupo de Ana Paula, Munik, Geralda e Ronan se dissipar e eles conseguirem alguma vitória. Porém, a expulsão apenas deu mais força para a torcida dos amigos

de Ana Paula. Mesmo fora do programa, Ana Paula comandava mutirões através de suas redes sociais, para ajudar os amigos.

Tudo isso é perceptível após a coleta de dados e organização nas tabelas. Durante a exibição do programa, todas as possibilidades parecem possíveis de acontecer: não era possível afirmar que os fãs conseguiriam manter o resultado dos paredões com a mudança na votação; também não era possível ter certeza se o fandom de Ana Paula continuaria a participar das votações e se apoiaria algum candidato em detrimento de outro. A fluidez de possibilidades era constante.

Para entender como isso se deu, é preciso analisar os perfis atuantes: como eles interagem, as ações que efetuavam (mutirões e divulgação de enquetes por exemplo), conforme será detalhado à frente.

#### 4.1.1 – Tipos de perfis

Se torna fundamental explicar de onde os agenciamentos partiam, como se davam e se como replicavam. Os perfis podem ser agrupados em 3 tipos: **oficial do fandom**, em que um grupo de pessoas fica responsável por realizar as ações descritas no parágrafo anterior; **gerido pela família**, nesse BBB todos os participantes já tinham perfis no Twitter geridos pela família desde o primeiro dia de programa e todos atuantes, empenhados nas votações, mas poucos realizando todos os itens que um perfil de fandom faz; **fãs individuais**, que participavam ou não de um perfil de fandom e realizavam toda a dinâmica, mas utilizavam seus perfis pessoais que, embora muitas vezes tivessem fotos do participante preferido, não tuitavam apenas sobre o BBB.

Os perfis oficiais de fandom possuem algumas características em comum, independente da torcida à qual fazem parte. Se apresentam como apoiadores de um grupo ou de um participante individual. Essa relação não se dava de forma exclusiva, uma vez que o perfil individual auxiliava o grupo e também realizava ações em prol de outros participantes do

grupo. O perfil “Esquadrão Mutirões”, por exemplo, realizava mutirões para todos os participantes do grupo de Renan, Adélia, Juliana, Maria Claudia e Alan.

Também são exclusivos no compartilhamento de assuntos do participante e do programa como um todo e não comentam sobre outros assuntos. Abaixo, dois exemplos de perfis oficiais de fandom.



**Figura 13** – Screenshots dos perfis do Fandom Ana Paula e Esquadrão Meditação com dados de número de seguidores e divulgação de contatos.

Nessa edição do programa, alguns fandoms se destacaram. Esses perfis utilizavam a prática do *shipping*, em que o nome de alguns participantes é unido formando um outro nome, que simbolizava o grupo. O termo *ship* é o diminutivo de *relationship* (relacionamento), dele deriva o termo *shipping* (shippagem em português). Assim, ANNIK (formado por Ana Paula e Munik), RONIK (formado por Ronan e Munik), GERONIK (Geralda, Ronan e Munik), RENIK (união dos participantes rivais, mas que chegaram a se relacionar e alguns fãs torciam para o casal Renan e Munik), CATHEUS (formado pelo casal Cacau e Matheus, que iniciaram um namoro na casa) foram os principais. O shipping está ligado à manifestação de afeto do fã com aqueles participantes.



**Figura 14** – Shipping do casal formado por Matheus e Maria Claudia (Cacau).

Esses perfis oficiais agiam como moderadores de uma comunidade, organizavam discussões, votações, enquetes, mutirões, atraíam a participação de mais fãs, divulgavam notícias sobre o participante, buscavam alianças com outros perfis oficiais, atuavam como fãs-curadores coordenando o agenciamento.

Não se sabe se a pedido do próprio programa mas, desde o início, todos os participantes apresentavam perfis com o mesmo padrão de nome e com a descrição apontando a autoria daquele perfil para a família do brother.

Alguns contavam com muitas ações em prol do participante como o de Ana Paula, Munik e Cacau, outros como de Tamiel não se empenhavam tanto, não puxavam muitos mutirões, apenas retuitavam informações postadas por perfis de fãs oficiais.

Destaca-se que os perfis de Laércio e Alan, participantes que, durante um tempo razoável do programa só contavam com esse perfil gerido pela família. No paredão com Ana Paula, Laércio conseguiu apoio de poucos perfis oficiais de fandom.

Alguns fãs postavam sua torcida em seus perfis pessoais, onde o BBB não era assunto principal. Alguns desses fãs já são conhecidos por sempre participarem das torcidas de

participantes de reality shows. @miuzinh4 por exemplo, participou do fandom “Clanessa” e atualmente mantém uma foto da participante Clara Aguiar em seu avatar.



**gabi macumbeira**  
@miuzinh4

Resultado do mutirãozinho que eu fiz, obrigada todos 🍷 #FicaAnaPaula #ForaJuliana

👤 Ana Paula - BBB 16

TOTAL SUDESTE= 6759  
 TOTAL NORDESTE= 5792  
 TOTAL CENTRO OESTE= 1780  
 TOTAL SUL= 1520  
 TOTAL NORTE= 7580  
 TOTAL LIGAÇÃO E SMS= 28  
 EXTERIOR=320

**TOTAL= 23.791**

11:20 AM · 22 fev 16



**Figura 15** – Screenshots de tweets de perfis individuais @miuzinh4 e @UILacrei.

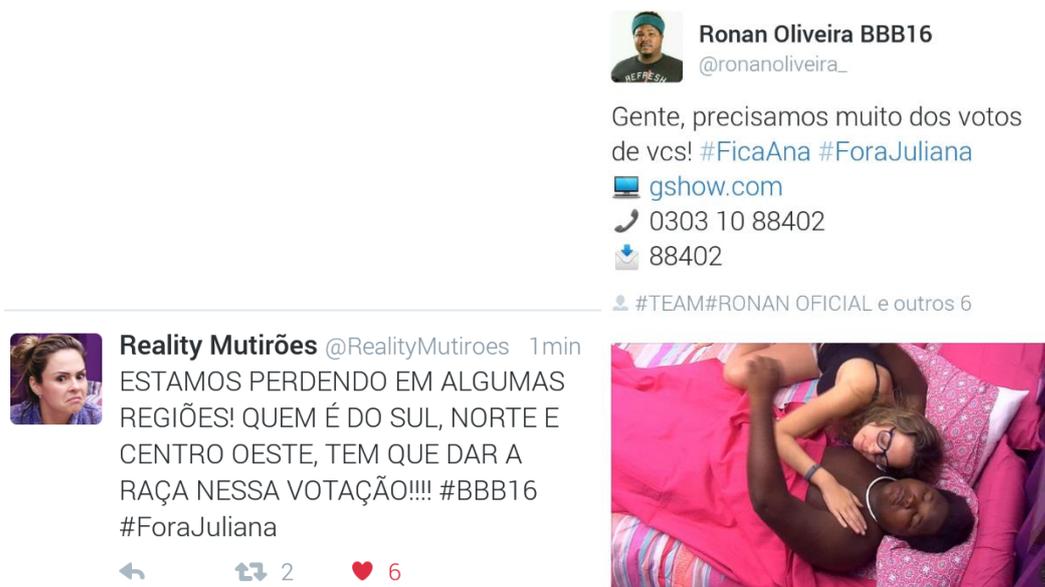
#### 4.1.2 – O padrão

Os fãs mantinham um certo padrão de posts e de comportamento cujo objetivo era levar o participante escolhido à final. Havia tweets que funcionavam como estímulo para votação, tweets em que os fandoms organizavam os mutirões, agradeciam a participação de cada fã, divulgavam o horário em que cada curador estaria disponível para recolher os votos de quem se empenhou no mutirão, divulgavam também como votar várias vezes abrindo diversas janelas no modo espião; tweets para comemorar as vitórias diante de cada paredão que gerava memes e o sentimento de conquista pessoal; tweets para divulgar acontecimentos replicando links do próprio site do BBB no Gshow e também para compartilhar informações que quem tinha pay-per-view divulgava antes; tweets para criar um embate entre fandoms de torcidas opostas que viam nos acontecimentos dentro do programa motivos para tweetar contra tal participante; tweets para subir tags nos trending topics, ou seja, tweets em que alguns fãs se esforçavam para conseguir dar destaque ao participante pedindo aos outros para utilizar

determinada tag; tweets para enquetes feitas dentro do próprio Twitter cuja finalidade era saber a intenção de voto de acordo com o paredão do momento.

#### 4.1.2.1 – Estímulo para votação

Nessa ação, os perfis buscavam coordenar os fãs e estimulá-los a votar. Algumas vezes davam parciais dos mutirões para mostrar que não tinham votos suficientes, outras apenas divulgavam números para votar pelo telefone e SMS, e um link com o site do programa. As tags de #Fica e #Fora também eram divulgadas. Algumas vezes se utilizavam de posts com letras em caixa alta como forma de apelo.



**Figura 16** – Screenshots de tweets pedindo os votos dos fãs.

#### 4.1.2.1.1 – Mutirões

Os mutirões eram as ações mais efetivas dos fãs que, através dessa ação, conseguiam acumular milhares de votos. A dinâmica do mutirão funcionava da seguinte forma: um dos responsáveis pelo perfil (seja oficial de fandom; gerido pela família ou de fã individual) divulgava o horário em que estaria disponível para receber e somar os votos, assim o resto dos fãs deveria se empenhar em votar várias vezes e enviar a quantidade para o perfil através de mensagem direta no Twitter. Ao final daquele horário, o responsável divulgava ou não a quantidade de votos alcançados no período, ou esperava a divulgação dos votos totais durante todo o período de votação oficial do programa.

A figura abaixo mostra a quantidade de votos que um dos perfis afirma ter conseguido em um de seus mutirões de votos.



**Figura 17** – Screenshot de Munik Barbosa Nunes sobre mutirão realizado em 17/02/2016, que obteve 255.416 votos.

Fandom conhecido desde o BBB14, o Portal Clanessa, também realizava mutirões em prol das participantes Ana Paula e Munik. Em um de seus mutirões, afirmam ter conseguido mais de 3 milhões de votos, conforme screenshot abaixo:



**Figura 18** – *Screenshot* de Portal Clanessa, que aponta ter conseguido um total de 3.781.840 votos em favor das participantes Ana Paula e Munik.



**Figura 19** – *Screenshot* de tweet de mutirão.

Os mutirões são utilizados pelos fãs em diversos realities como em A Fazenda, da Record, e os votos são sempre somados e obtém-se o total. Entretanto, após a mudança na forma de votação do BBB16, em que os votos pelos site seriam separados por regiões, alguns perfis decidiram colher os votos de acordo com a mudança, fazendo assim uma coleta regional. Desta forma, era possível identificar quais as regiões contabilizavam menos votos e os fãs se empenhavam em estimular aquela região.

**ANGEL OLHA ELAAAAA** @Rainha... 1hr  
 ✘ ATENÇÃO, PRESTEM MUITA ATENÇÃO ✘  
 ANNIKERS DA REGIÃO NORDESTE, O MUTIRÃO JÁ TEM DATA E HORA, REPASSEM! #BBB16

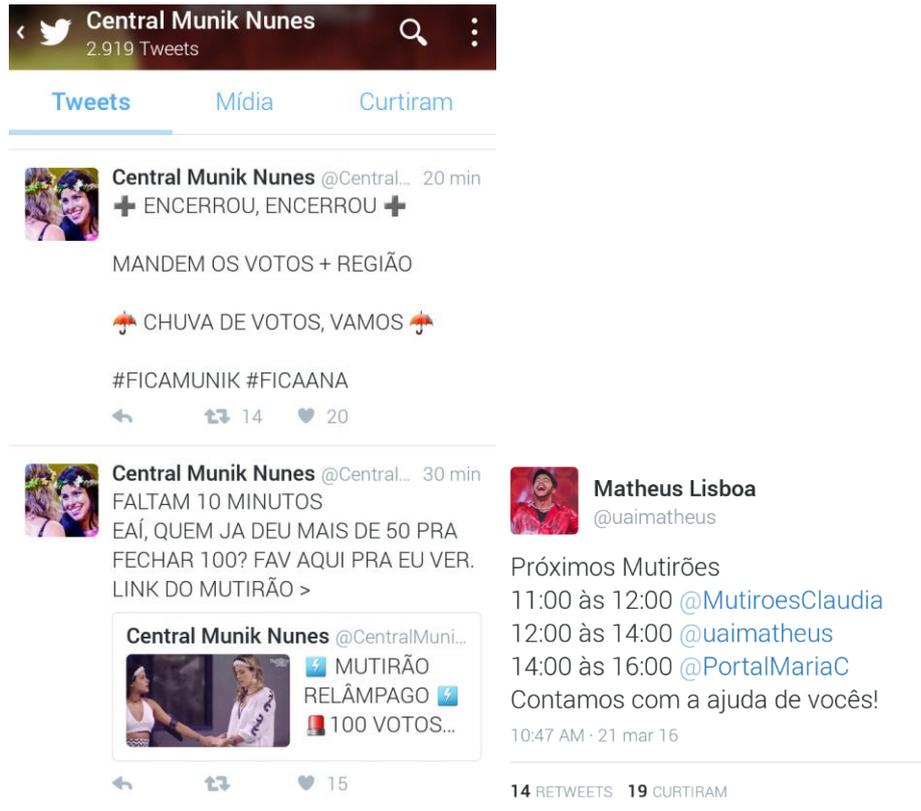
**MUTIRÃO NORDESTE**  
 Início: 0h15  
 Término: 1h  
 Twitter: @RainhaReality

**Munik Barbosa Nunes** @Munik... 21 min  
 E vamos aguardar esse paredão que ta uma super incógnita de como será! Vamos nos preparando... #TeamMunik #TeamAnnik 🍷👊

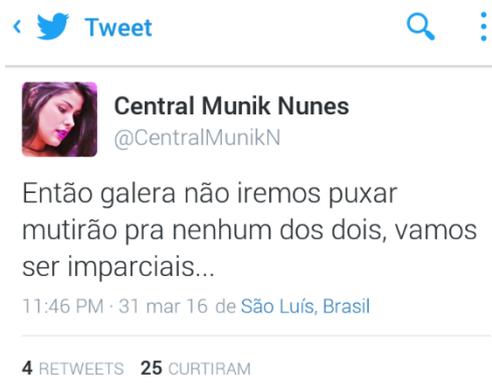
**Munik Barbosa Nunes** @Munik... 22 min  
 E aqui no Oficial ficaremos responsáveis principalmente por ligações e Sms, por tanto, quando for mandar esses 2, mandem somente pra mim! 🍷

**Munik Barbosa Nunes** @Munik... 24 min  
 Mas, na hora de vocês mandarem os votos para as Centrais e para mim mandem os votos + a sua região! Será assim, Ok? 🍷👊

**Figura 20** – Screenshot de tweet de divulgação de mutirão para a região nordeste. No segundo *screenshot*, organização do fandom Munik Barbosa Nunes após mudança para votação regional.



**Figura 21** – *Screenshot* da organização do fandom Munik Barbosa Nunes nos minutos finais da votação. Divulgação dos horários de cada perfil no mutirão da torcida de Matheus Lisboa.



**Figura 22** – *Screenshot* do tweet do perfil Central Munik Nunes sobre o paredão entre Geralda e Ronan, ambos amigos da participante Munik.

#### 4.1.2.2 – Comemoração das vitórias

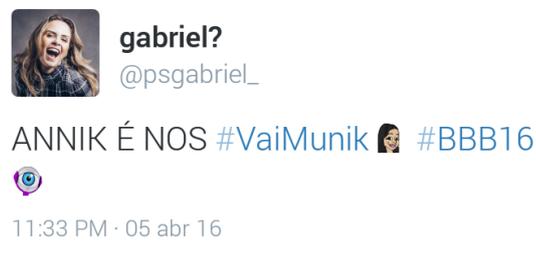
##### 4.1.2.2.1 – Memes

Os memes eram utilizados para comemorar vitórias, seja fazendo piada do fandom adversário, seja enobrecendo um participante. Alguns participantes como Ana Paula eram utilizados em memes com maior frequência.



**Figura 23** – Screenshot de memes da participante Ana Paula. Ambos postados na final do programa.

##### 4.1.2.2.2 – Vitória pessoal



**Figura 24** – Screenshot da torcida tomando a vitória para si.

Sempre que o fandom se empenhava em fazer mutirões e via seu esforço sendo recompensado ao eliminar um participante, os fãs se sentiam parte daquela vitória e isso os

empenhavam a continuar com a estratégia adotada. O sentimento de agência aumentava a interação e o engajamento a cada novo paredão vencido.



**Figura 25** – Screenshot da torcida tomando a vitória para si.

#### 4.1.2.3 – Divulgação de acontecimentos

A especialização dos fandoms ao longo das edições tem aumentado. Os fandoms se perceberam como organização homogênea nos momentos de votações e notaram que a efetividade de suas ações acontece quando o foco está em votar e não perder tempo comentando as escolhas narrativas da produção na exibição da edição na TV Globo.



**Figura 26** – Screenshot da torcida se organizando para votar ao invés comentar os acontecimentos da edição do dia.

É comum entre os fãs a divulgação de acontecimentos do programa tais como provas do líder e intrigas. Reclamações sobre a forma como a emissora opta por exibir a edição do dia com foco em um participante em detrimento de outro são constantes dos fandoms. Entretanto, torcidas mais empenhadas e que conseguem administrar e organizar os fãs, mantêm a estratégia de não comentar a edição enquanto é exibida e prezam por continuar a votação.

#### 4.1.2.3.1 – Replicação do Gshow



**Figura 27** – Screenshot da replicação de notícias do site Gshow.

Os fandoms, além de sempre divulgarem links diretos para o site de votação, também replicam links para notícias sobre seus participantes preferidos. Por terem percebido que essa ação desperdiça tempo de mutirão, o número de notícias replicadas frente à outras publicações é bem baixo.

#### 4.1.2.3.2 – Informações do Pay-per-view

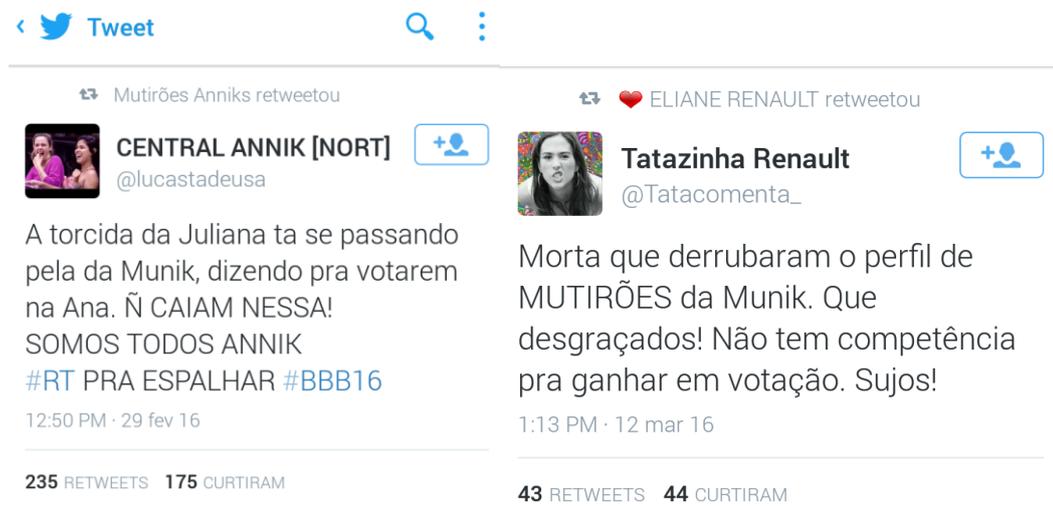
Dentro das torcidas, alguns fãs que tinham acesso ao Pay-per-view do programa divulgavam informações com exclusividade. Esse recurso foi utilizado poucas vezes na edição 2016, uma vez que a cobertura dos fatos no site do Gshow era constante e todos possuíam acesso, além do foco ser sempre a votação. A divulgação de pay-per-view no BBB16 foi utilizada como estratégia para tirar dúvidas de casos como a briga de Ana Paula.

#### 4.1.2.4 – Embate entre fandoms rivais

Os fandoms constantemente discutiam sobre qual torcida era melhor, ou se participante X estava certo ou errado em tomar alguma atitude.



**Figura 28** – Screenshot da torcida Annik se referindo a torcida de Matheus e Cacau que se juntaram ao grupo de Renan.



**Figura 29** – Screenshot da torcida ANNIK e do perfil pessoal Tatazinha Renault falando das estratégias dos fandoms rivais.



**Figura 30** – Screenshot da torcida ANNIK se referindo à eliminação dos participantes Laércio, Daniel, Juliana, Tamiel, Adélia e Renan. Perfil Fora Ronan, em resposta ao post do perfil O próprio Will.

#### 4.1.2.5 – Subida de tag



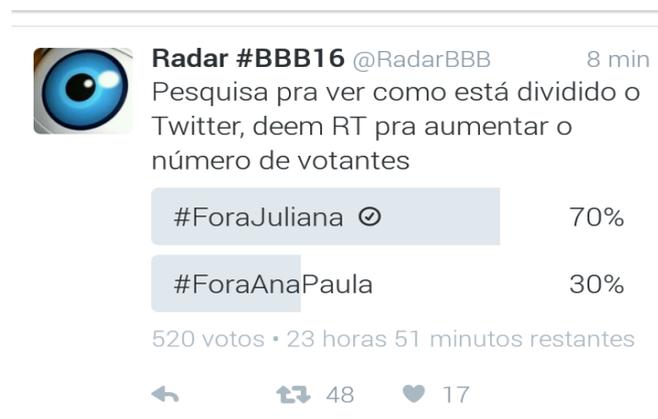
**Figura 31** – Exemplo de tag “VITÓRIA NA GUERRA ANA PAULA”.



**Figura 32** – Screenshot da tag “VAI COM TUDO ANA PAULA”, que esteve nos trending topics.

A subida de tag é uma estratégia do fandom que mostrava seu tamanho e força, uma vez que, para ter uma tag entre os trending topics do Twitter é necessário que ela seja compartilhada milhares de vezes. No BBB16, a frequência de tags sobre o programa que aparecem nos TTs é grande pois o mesmo é exibido em TV aberta, no horário nobre, o que faz com que muitas pessoas assistam e o número de comentários seja alto. Mas o que se destaca não são comentários aleatórios e sim os comentários organizados pelas torcidas, como a tag VAI COM TUDO ANA PAULA, usada pelos fandoms ANNIK e RONNIK para torcer por Ana Paula na prova do líder.

#### 4.1.2.6 – Enquetes

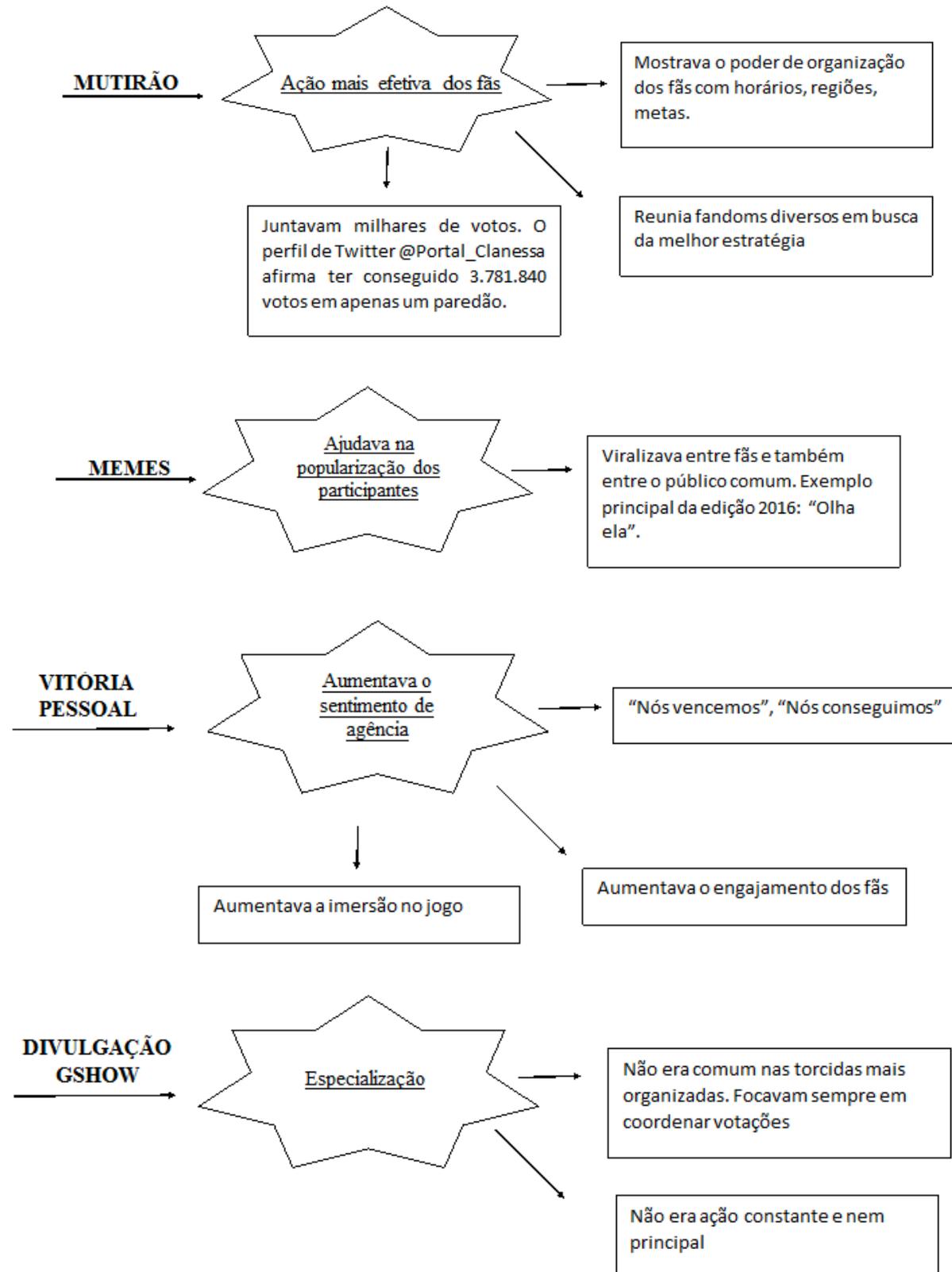


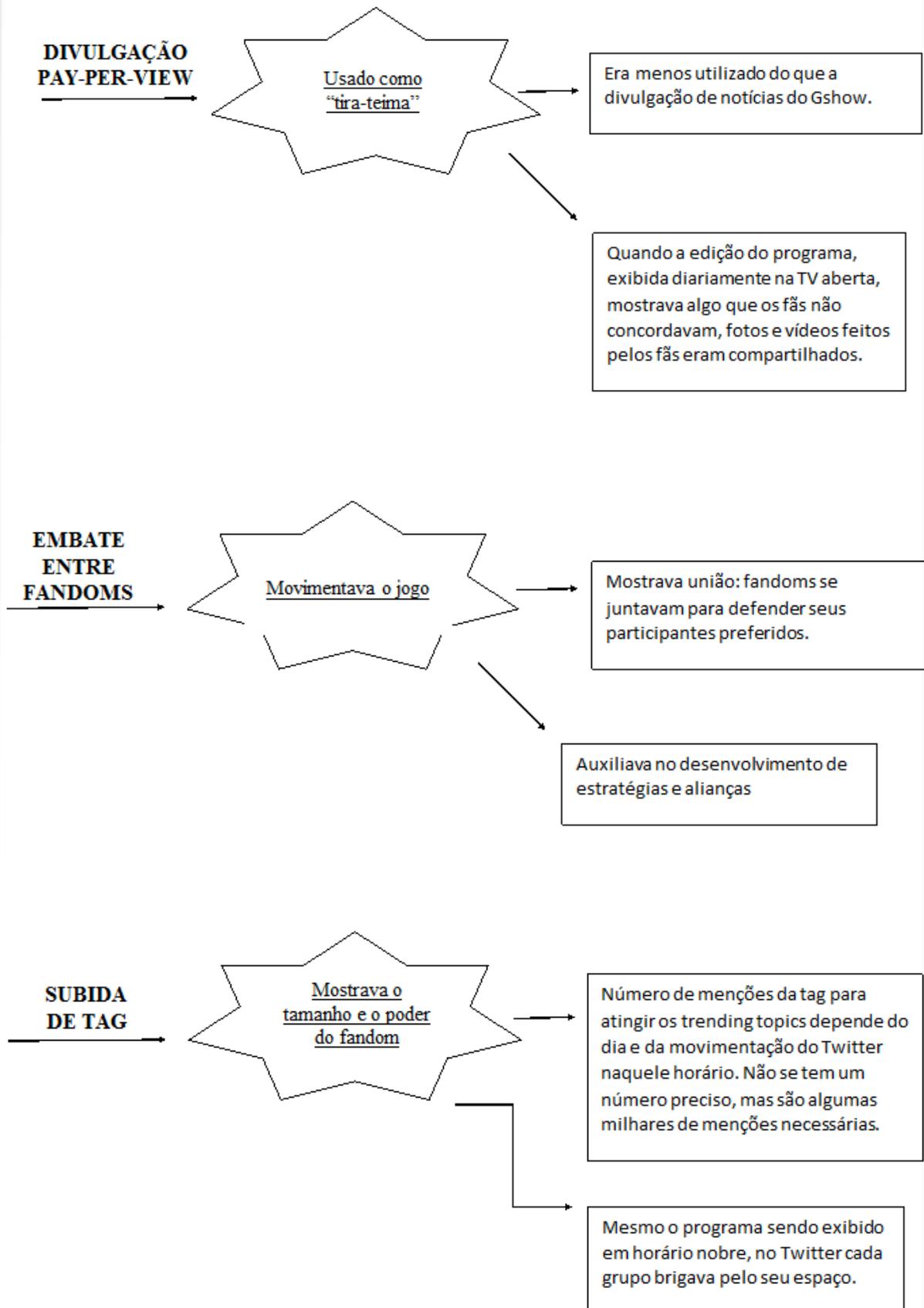
**Figura 33** – Screenshot de enquete realizada pelo perfil Radar#BBB16 sobre o paredão entre Ana Paula e Juliana.

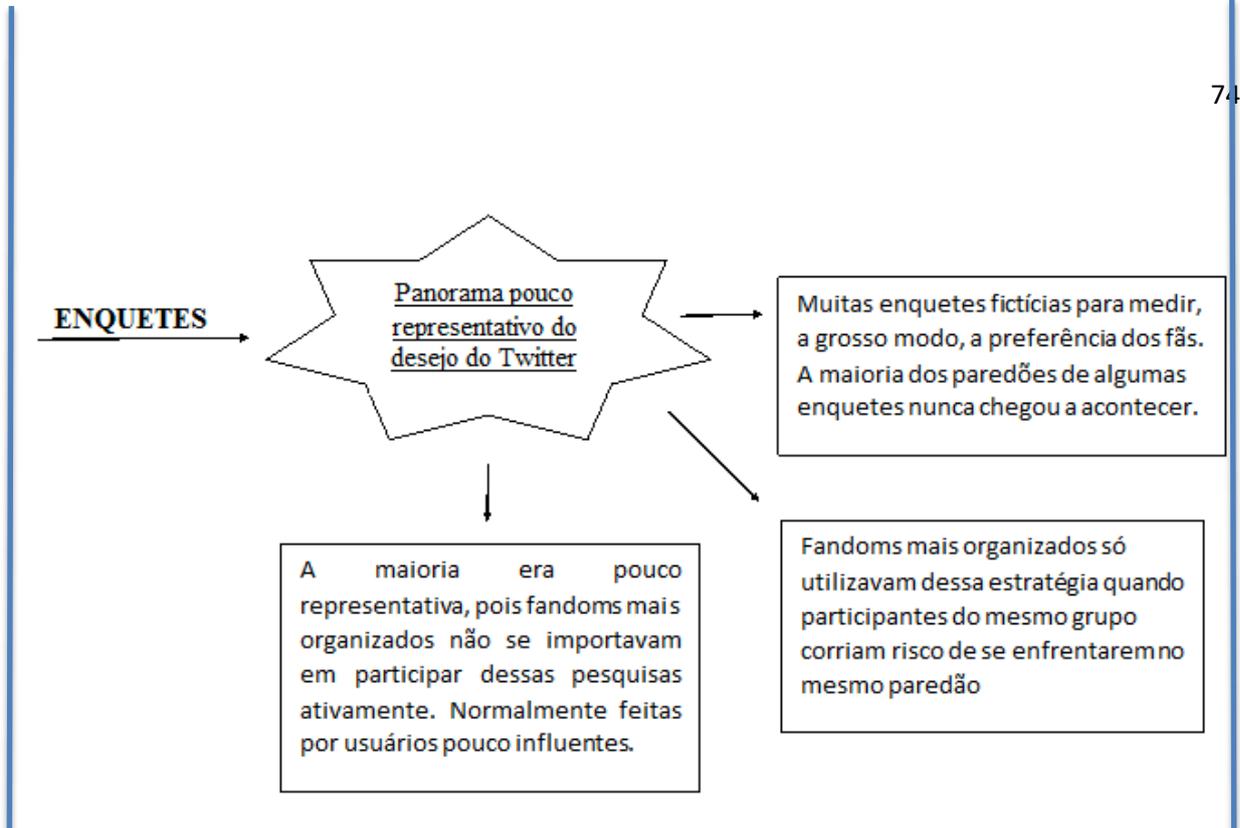
O foco das enquetes era dar um panorama geral do desejo do público, de qual participante gostavam mais, em paredões fictícios quem seria o escolhido. Alguns fandoms realizavam enquetes para que, no caso de paredões entre participantes do mesmo grupo, qual seria a escolha dos fãs, de forma que o fandom inteiro focasse no escolhido. Quando foi divulgada a mudança na votação, os fandoms também realizaram enquetes para saber qual estratégia seguir, se continuariam de forma geral ou se focariam em uma região.

#### 4.2 DINÂMICAS E FLUXOS COMUNICACIONAIS

Todas essas ações dos fãs podem ser agrupadas de forma resumida, conforme a figura 34. Os fandoms trabalhavam para os mutirões, era através deles que o poder de organização de um fandom se mostrava. Se um fandom não conseguisse coordenar os fãs espalhados geograficamente, com horários diferentes e com características diferentes, não conseguiriam de fato promover um “votaço” que alcançasse expressividade. Fandoms fortes, como o de Ana Paula, Munik e Ronan conseguiam mobilizar milhares de fãs e alcançavam milhões de votos.







**Figura 34** – Resumo das principais ações dos fãs no Twitter, conforme apresentado detalhadamente no início deste capítulo.

A divulgação de memes era importante para a popularização dos participantes. Memes são altamente virais. Caso conhecido da edição 2016 do BBB, o bordão “olha ela”, proferido pela participante Ana Paula circulou pela web de diversas maneiras: virou cupom de desconto do aplicativo de transporte Uber, foi dito em vários programas da TV, foi remixado com outros conteúdos, mostrando a facilidade propagação desse meme para diferentes meios e públicos.

O sentimento de vitória pessoal que os fãs tinham a cada paredão conquistado aumentava o engajamento e a imersão no jogo. Janet Murray conceitua essa ideia como sentimento de agência, em que o jogador se sente parte da narrativa, vencendo os obstáculos como personagem. Um fã do BBB16 com o sentimento de agência, que sente que vence as provas ao realizar mutirões, se sente mais engajado e imerso naquele jogo.

Tanto a divulgação de notícias do site do Gshow quanto do pay-per-view não eram o foco dos perfis mais influentes. No caso das notícias do Gshow, a especialização dos fãs e o foco nos mutirões fazia com que essa tarefa fosse menos importante. A divulgação do pay-per-view acontecia como “tira-teima” de algo que a edição diária do programa na Rede Globo tendia a não mostrar. Exemplo disso, a briga e a expulsão da participante Ana Paula foi exaustivamente

compartilhada antes mesmo de ser exibida na TV aberta. Os fãs que assistiam ao vivo, pelo pay-per-view, compartilhavam imagens e vídeos da briga.

O embate entre fandoms era uma ocorrência diária. A relação que os fãs criavam com os participantes, com o jogo em si, era intensa. Além disso, a briga entre os fandoms provocava novas alianças, o que ajudava na estratégia para futuros paredões. O fandom que torcia para Ana Paula e Munik, muitas vezes discordava de atitudes de Ronan (que dentro do programa na TV era do grupo de Ana Paula e Munik). Assim, havia fandoms que discutiam sobre apoiar Ronan e se mostravam neutros em alguns paredões.

A subida de tag nos trending topics acontecia muitas vezes porque os fandoms queriam mostrar sua representatividade. Alguns fandoms combinavam de utilizar certa tag para mostrar que eram maiores que outros. Tags contra o participante Renan ficaram em primeiro lugar nos trending topics do Brasil com milhares de tweets.

As enquetes feitas por perfis de fandoms eram pouco representativas e contavam com poucos votos. Eram também tendenciosas. Um fandom a favor de Renan, por exemplo, publicava uma enquete que perguntava qual participante merecia vencer o programa e listava mais nomes do grupo dele e era mais votada por pessoas que seguiam aquele perfil, a favor do participante Renan.

Por fim, conclui-se que todas essas atitudes são parte do fluxo do Twitter para a TV e da TV para o Twitter. Quando os fãs movimentam um mutirão e aquilo de alguma forma influencia o resultado da TV, vemos o fluxo partir do Twitter. Quando as relações entre os participantes mudam, isso implica num novo arranjo de estratégias dos fãs. Mais do que isso, esse fluxo acontece de várias formas: um meme tirado do programa na TV, viralizado no Twitter e que volta para a TV nas palavras do apresentador; um shipping criado pelos fandoms e usado na animação de Maurício Ricardo; aquela imagem do pay-per-view replicada no Twitter antes mesmo de ser exibida na TV aberta.

A Rede Globo percebeu o potencial desse fluxo e percebeu a mudança da audiência, sobretudo o nível de engajamento desses fãs ao jogarem o BBB da forma mais interativa até então. Ano após ano, a estratégia para lidar com esses grupos tem se adaptado afim de conseguir um controle sobre seu consumo.

## 5. DA SEGUNDA TELA PARA A TV

“... we now not only make meanings for ourselves, but we also make and remake media.”  
Meikle e Young

Alguns aspectos merecem um apontamento por sua importância diante de todas as possibilidades oriundas dos dados coletados. Aspectos como: a multiplicidade de leituras diferenciadas propiciadas pelo formato do programa e que proporcionam um engajamento mais efetivo dos fãs; características da cultura participativa e também dos próprios fãs diante do megapsiquismo apontado por Levy; questões de audiência e como ela se desenha no BBB16 de acordo com elementos contidos no conceito de audiência criativa; são o foco principal da análise, uma vez que, a questão principal diz respeito à **ação dos fãs para influenciar o andamento e resultado final do BBB16 através do Twitter.**

Sobre as leituras que os fãs fazem dos acontecimentos dados no programa serem importantes para o engajamento efetivo, o formato do programa se torna um dos responsáveis por abarcar um espectro significativo de gêneros. Uma leitura possível diz respeito ao jogo em si, proposto pelo BBB, que faz com que o fã seja desafiado, além de ser atraído pelo enredo novelizado das relações entre os participantes. O fã conhece as divisões dos grupos, desvenda combinações de votos, intenções de voto e o ambiente é de grande importância em todos os acontecimentos. O usuário se sente levado a construir a história que quer ver.

É claro, tudo dentro dos limites do formato do programa e do que é ou não permitido pelos produtores. Sobre isto, Bruno Campanella destaca que:

A partir do momento em que cada plataforma carrega sua própria leitura, o Big Brother deixa de ser visto como um texto único para se tornar uma espécie de guarda-chuva de diferentes leituras preferenciais. (CAMPANELLA, 2012, p.18)

As fronteiras entre os produtos televisivos e seu público estão cada vez mais borradas graças às redes sociais e à facilidade de comunicação. O público não é mais um

número de audiência. Reality shows como o Big Brother Brasil têm se destacado pela adaptação de seus fãs ao modelo multiplataforma e pela fluidez de gênero, proporcionando um agenciamento<sup>14</sup> mais efetivo. Desde a expressividade do caso “Clanessa” no BBB14, vemos uma forma de agrupamento dos fãs do programa cada vez mais engajada no *Twitter*.

Meikle e Young apresentam o conceito de “creative audiences”, que reflete também o que acontece com os fãs do BBB, especificamente neste momento de convergência. Segundo os autores, essas audiências criativas estão cada vez mais próximas de produções colaborativas, onde se utilizem o engajamento e a criatividade para criar novos textos e remixar os anteriores. Sobre o que também acontece com os fãs do BBB, Meikle e Young afirmam que:

Convergent media (...) are enabling us to extend our natural impulses for collaboration, cooperation and sociability to into the networked digital media environment. What is new is the scale and scope of possibilities afforded to us users, who can now find common ground and common purpose with remote, dispersed others (...). (MEIKLE & YOUNG, 2012, p. 121).

Com isso, a interatividade das novas redes aliada à social TV está transformando a forma de interação tradicional e característica de reality shows como o Big Brother Brasil. O próprio formato do programa é baseado na interação efetiva com o público: ao votar, eliminamos um participante até o vencedor ser escolhido. Entretanto, a mudança principal advém do modo como público se dispõe a participar: o que antes era um agrupamento de votos ao acaso, hoje se mostra uma guerra entre fandoms com estratégias e contagem de votos.

Pressupõe-se uma diferenciação entre o público comum (aqueles que não possuem um grau de envolvimento afetivo com o produto televisivo) e os fãs, que superam a divisão entre produção e audiência. Ao formar uma comunidade através dos interesses em comum, os fandoms (juntamente com a cultura participativa) transformam a experiência de consumo televisivo ao impor suas vontades ao programa. Assim, a sensação de agência é maior para os fãs de reality show, ou seja, o BBB é mais interativo para esses fandoms. Esses grupos

---

<sup>14</sup> Conceito de agência, de Janet Murray, trata da capacidade gratificante de realizar ações significativas. É a agência que causa maior imersão e aumenta a interatividade.

sentem que podem controlar quem sai e quem permanece no programa ao realizarem ações no *Twitter*<sup>3</sup> como mutirões de votos.

O engajamento tem relação com a afetividade das pessoas com aquele produto, e no caso do *Twitter*, é mais do que um número de likes em um post, de compartilhamentos. Quando aquele programa faz com que o fã seja ouvido, o fã se sente reconhecido e tende a falar mais sobre o assunto. A história dos media fandoms é a de fazer-se visto pela produção, isto é, de ter suas opiniões sobre o produto televisivo serem efetivadas na programação (JENKINS, 2015). E no caso do BBB, é isso que os fãs sentem que fazem ao realizarem os mutirões e verem determinado participante ser eliminado.

Para quem acompanhava o BBB16 na TV e também no *Twitter*, os motivos para eliminação de um grupo em detrimento de outro pareciam inegáveis. Para conseguir influenciar o resultado e o andamento do programa, os fãs realizavam algumas ações nas redes sociais. No primeiro dia de exibição, todos os participantes já tinham pelo menos um perfil no *Twitter*. De acordo com buscas realizadas no dia 19 de janeiro, momentos antes do início do programa, apenas Alan e Laércio contavam com perfis geridos por família e amigos. Participantes que já tinham uma identificação maior com o público, como Ana Paula, Munik e Maria Cláudia (as escolhidas para exibição ao vivo via Periscope), contavam com inúmeros perfis de fãs. Mais adiante, apontaremos de onde os agenciamentos partiam, como se davam e se replicavam.

Conforme dito anteriormente, os fãs executavam uma série de ações para levar o participante à vitória no programa. Não é possível fazer essa análise separando o programa da TV e os acontecimentos no *Twitter*, principalmente porque alianças entre os participantes, brigas e desentendimentos e atitudes do apresentador refletiam-se nas ações dos fãs como escolha da melhor estratégia de mutirão.

O padrão que os fãs mantinham no *Twitter* com tweets que funcionavam como estímulo para votação, tweets em que os fandoms organizavam os mutirões, agradeciam a participação de cada fã, divulgavam o horário em que cada curador estaria disponível para recolher os votos de quem se empenhou no mutirão, divulgavam também como votar várias vezes abrindo diversas janelas no modo espião; tweets para comemorar as vitórias diante de cada paredão que gerava memes e o sentimento de conquista pessoal; tweets para divulgar acontecimentos replicando links do próprio site do BBB no Gshow e também para

compartilhar informações que quem tinha pay-per-view divulgava antes; tweets para criar um embate entre fandoms de torcidas opostas que viam nos acontecimentos dentro do programa motivos para tweetar contra tal participante; tweets para subir tags nos trending topics, ou seja, tweets em que alguns fãs se esforçavam para conseguir dar destaque ao participante pedindo aos outros para utilizar determinada tag; tweets para enquetes feitas dentro do próprio Twitter cuja finalidade era saber a intenção de voto de acordo com o paredão do momento, tudo isso indicava como as leituras também afetavam esses agenciamentos.

Os mutirões merecem destaque por serem o principal meio direto de engajamento dos fãs. É através deles que os fãs viam seu objetivo se concretizar e se empenhavam para continuar com a estratégia. É aí que o agenciamento acontecia de fato. Essa ação já é conhecida pelos fãs de reality show e não foi utilizada apenas na edição do BBB16, mas funciona da mesma forma. Nela, após a divulgação oficial dos participantes emparelhados durante a votação no domingo, os fandoms já haviam discutido previamente quem deveriam eliminar. Assim, o perfil curador posta os horários que cada membro ficará disponível para coordenar o mutirão, receber os votos, fazer a contagem e estimular os fãs a votarem mais e ao final, divulgam a quantidade de votos recebidos. A figura abaixo representa um desses curadores divulgando seu horário de coordenação da votação. O que chama atenção é a quantidade de votos que ele objetiva conseguir em 1 hora: 30 mil votos.



**Figura 35** – Screenshot do usuário @MutiroesAnaP estimulando seus seguidores a votarem. Tirado em 29/02/16.

Os fandoms tomavam para si a vitória. Quando o participante eliminado é o mesmo no qual focaram o mutirão, eles comemoram, agradecem aos que votaram. No screenshot abaixo, os perfis #TeamMunik# (@feitosapj), Portal Munik (@PortalRunik), Angel 6x0 (@RainhaReality), comemoram a eliminação de Tamiel por 6 x 0<sup>15</sup> contra Munik e Ana Paula.

<sup>15</sup> Em 2016 o sistema de votação do público mudou. Antes, a maioria simples de votos eliminava um participante. Com a mudança, os votos da internet são divididos em 5 regiões (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste). As ligações e SMS foram agrupados e representam 1 ponto. É eliminado aquele que alcança a maior quantidade de pontos.



**Figura 36** - Screenshot da comemoração de alguns perfis fandoms quando conseguiram eliminar o participante que queriam. Tirado em 01/03/2016.

Os fãs operam de forma a fazer suas próprias leituras do programa: ao shippar participantes que não necessariamente tenham uma relação, ao interpretar olhares de inimizades entre participantes, ao dar crédito ou não à forma como o apresentador fala de alguns casais, por exemplo. Mas tal leitura é possível a partir da própria abertura que o programa fornece, por ter um formato fluído, com nuances de novela, de programa de auditório e até do caráter multiplataforma que abarca todos os meios de transmissão.

Em 2000 foi exibido o primeiro reality no Brasil, e seu desenvolvimento casa com o crescimento da internet no país. São pessoas acostumadas a navegar em vários sites simultaneamente no computador, depois no celular, pessoas que se sentem confortáveis com reality shows. Existe uma categoria de fãs que gosta, especificamente, de reality show, que estão presentes em torcidas de participantes do BBB, da Fazenda, e em outros realities de outras emissoras. O caráter multiplataforma também se adequa a esses fãs acostumados com o reality na TV, na internet, em todos os lugares.

O formato do Big Brother Brasil, mais do que os formatos televisivos tradicionais, se encaixa perfeitamente nesse novo ambiente midiático. Ele é um produto feito para ser consumido tanto em TV aberta, TV paga, Pay-per-view, internet, quanto em telefonia (celular e fixa). (CAMPANELLA, 2012, p.197)

A fluidez de formatos – que diz respeito à facilidade de navegar entre a novela, o programa de auditório, entre outros – presente no BBB, consegue cativar o fã. A edição do programa, exibida todos os dias em horário nobre na Rede Globo, trazia casais ao som de músicas românticas, mostrava brigas e reconciliações. Temos o herói, a louca, o vilão, cada um representando um personagem através da edição. Os fãs se apegam afetivamente ao herói, torcem pelo casal, ou mesmo contra. A relação de fã já é caracterizada pelo afeto por um produto midiático. Desde livros, nos primórdios da subcultura de fã, até os produtos mais complexos. Agora, com o poder de fazer seu desejo ser realizado, os fãs do BBB têm cada vez mais consciência do poder que tem nas mãos.

O jogo, que sempre foi característico desse reality show, pelo fato do público votar em quem deve sair do programa, nunca foi tão organizado, contabilizado e manipulado pela audiência como é agora. Dados quantitativos do número de votos, da região que tinha preferência por cada participante, entre inúmeros outros dados que antes ficavam apenas disponíveis à emissora, agora, mesmo que apenas uma amostra, estão nas mãos de quem assiste. Os sites que fazem enquetes sobre a intenção de voto desde o início do BBB em 2002, agora não são confiáveis como foram há pouco tempo. Os fãs deixaram de perder tempo votando nas enquetes, para coordenar mutirões de votos, para abrir inúmeras janelas e votar várias vezes de uma só vez, para dividir centrais regionais de votação e para ter um controle maior de como está a apuração. O que realmente diferencia e se destaca é aquilo que saiu das mãos da emissora e hoje é possível estar entre os fãs. A Rede Globo já percebeu que isso acontece e anda fazendo alterações no programa e nas formas de replicar o conteúdo, mas ainda não encontrou uma maneira de interferir nessa cultura e no modo de agir dos fãs e nem como transformá-los em commodities.

Muito se falou da mudança da forma de votação no programa ser uma maneira de impedir a ação dos fandoms. Em matéria publicada no portal UOL, o agenciamento dos fãs nas redes sociais, sua organização e engajamento são apontados como fator que poderia ser um dos responsáveis pela mudança. Já é de claro conhecimento – desde o BBB14 com o caso das “Clanessas” – o poder dos fãs de comandarem o programa. Sobre isso, Boninho, diretor do reality, afirmou que a ideia de regionalizar a votação não passou de uma forma de dar representatividade às regiões do país. O que foi muito questionado devido às distorções nos

tamanhos das regiões, mas que não alterou o resultado que já se fazia em favor do grupo de Ana Paula e Munik.

A mudança foi divulgada oficialmente durante o programa do dia 16 de fevereiro, quando Daniel foi eliminado. Desse momento em diante, os fãs buscaram se reorganizar para que continuassem tendo o poder de comando que tinham. Entretanto, a estratégia adotada por cada perfil foi diferente. Após muita especulação, parte dos perfis escolheu que continuaria com a mesma estratégia e outra parte escolheu criar centrais regionais e fazer as contagens de votos de mutirões separadamente. Presente na torcida de Ana Paula, o @portal\_clanessa foi um dos que optou por continuar agindo da mesma forma, coordenando de modo geral. Independente disso, o resultado que começou a se fazer com a forma tradicional de votação, se perpetuou na nova forma. O grupo de Ana Paula venceu 3 dos 4 paredões anteriores à mudança e eliminou praticamente todos os concorrentes com a regionalização.

Todas essas atitudes da Rede Globo indicam que, talvez a emissora tenha percebido esse sentimento de agência supracitado aqui, e que esteja iniciando um diálogo indireto com esses fãs. O próprio site do BBB16 tem utilizado da linguagem desse público para tratar das notícias dos participantes, com gírias típicas desses fandoms. Entretanto, a emissora ainda tem papel preponderante na interação dos fãs.

Para a social TV, o fenômeno dos fãs do BBB extrapola os limites da interação simultânea durante a exibição. A articulação dos fãs, principalmente nos mutirões, era focada nos horários que cada um se dispunha a participar. No entanto, durante o programa, os assuntos se concentravam nos acontecimentos, na escolha pela produção dos rumos da edição, apenas poucas vezes eram discutidas estratégias de votação nesses momentos. Talvez por que os assinantes do pay-per-view já divulgavam o que fosse relevante. Esse é o grande diferencial, os fãs não comentavam apenas o enredo do programa ou falavam sobre personagens, eles se organizavam, contabilizavam e manipulavam votações.

Tudo isso posto, nota-se que a sensação de agência é mais efetiva no BBB, uma vez que o fã consegue ver as consequências de suas ações nas eliminações do programa e isso se confirma na edição analisada, conforme os dados apresentados. Fatores atrelados ao formato do programa como o caráter multiplataforma e o gênero fluido se mostram intensificadores desse agenciamento, uma vez que trazem ideias complementares ao conceito de social TV que vai além do backchannel.

No capítulo “Convergência e cultura participativa”, ao falar do megapsiquismo como consequência de um sujeito mundializado, Levy explica como isto acontece ao agir sobre a conectividade, ao lidar com as representações, ao tocar nos valores sociais e nos afetos ligados às representações em circulação. Pensando nos fãs do BBB16, que realizaram as ações já supracitadas para levar seus participantes preferidos à vitória, podemos pensar que é esse megapsiquismo que faz aquelas pessoas separadas geograficamente, com interesses e culturas distintas, se tornarem um conjunto unido, uma rede com um interesse em comum: vencer o jogo.

Portanto, esse conjunto de fãs que atua na remixagem de conteúdo, que cria e modifica as representações da cultura popular, que tem uma relação afetiva com aquela narrativa frágil e mutável do BBB, cada vez mais parece perceber as formas mais efetivas dessa organização. Se antes eles ainda se preocupavam em utilizar o Twitter para comentar a edição, para lidar com questões comuns do “público do sofá”, cada vez mais entendem que o foco na votação é o que traz a vitória. O volume de dados comentando a edição de 2014, vídeos do pay-per-view, entre outros, era maior do que na edição 2016. Exemplo máximo disso foi a final do programa, por contar com apenas dois participantes e de grupos rivais.

Ainda no capítulo “Convergência e cultura participativa”, trouxemos as características da cultura participativa, entre elas: “d) Solução colaborativa de problemas pelo trabalho conjunto de equipes para realizar tarefas e desenvolver novos conhecimentos” (SANTAELLA, 2013, p. 117), alicerce da ação do interator-fã para desenvolver seus objetivos. É o trabalho em conjunto de cada membro do fandom, de cada perfil individual, e também dos perfis da família do participante no Twitter, que levou Munik à vitória.

Outras características como: “b) Usos que potencialmente produzem mudanças na plataforma. Usos baseados em valores de afinidade, confiança e afetividade” (SANTAELLA, 2013, p. 117), também se mostraram no caso do BBB16, principalmente quando pensamos que isso tudo ocorreu a partir de um console único formado pela TV e WEB. Mesmo que a participação dos fãs não tenha mudado o Twitter especificamente, ela influenciou a forma da contagem dos votos do modelo tradicional para o modelo regional, modificou o conjunto, bem como alterou o modo como a organização dos fãs se dava.

A circulação e o fluxo entre mídias, que Santaella também aponta como característica da cultura participativa, no BBB16, é também umas das bases da ação dos fãs.

Com ela, durante os três meses de exibição do reality, os fãs levavam imagens, narrativas, remixavam nas redes e ainda que a expressão máxima seja a eliminação de participantes, vez ou outra, o apresentador do programa trazia algum elemento dos fãs para dentro da TV ao citar algum shipping, ao falar de algum meme, chamar um participante pelo apelido dele nas redes sociais. Aquelas relações que os fãs construíram ao “jogar” o BBB no Twitter, conseguiam transitar entre os meios. Não apenas na TV, mas o próprio site do BBB16 mantinha uma linguagem típica dos fãs, utilizava-se de gírias, falava em “shippar”, palavras eram abreviadas da forma utilizada no Twitter.

Os fãs dos participantes do BBB16 criaram uma comunidade, um grupo formado por pessoas diversas, que possuíam vínculo emocional com o programa (característica do fã), criando uma “cultura da convivência que evolui de acordo com as exigências impostas pelo uso dos participantes” (SANTAELLA, 2013, p. 117).

A própria ideia de laço social, conceito trabalhado por Wolton, como característica da TV que agrega público numeroso e anônimo simultaneamente, é relida nesse caso do BBB16. Não só a TV foi responsável por agregar esse público formado por pessoas diversas, mas também o Twitter. São as conversações dos fãs e o sentimento de agência gerado que impulsionam diariamente o agrupamento dos fandoms. O laço social também é compreendido como uma representação da sociedade na TV, e a premissa do BBB é justamente de ser um retrato da sociedade.

O público de massa é, neste caso, representado e identificado pelos fãs como o “público do sofá”. Aquele público que não participa efetivamente do jogo (da maneira que os fãs jogam). Os fãs reconhecem que o “público do sofá” consegue mudar resultados, ou pelo menos atribuem a eles as mudanças da votação, enquanto a edição novelizada está no ar. Em inúmeros posts os fãs pedem empenho na hora da votação “pois o público do sofá pode ser convencido pela edição e votar contra tal participante”. Além de jogarem contra outro fandom, os fãs também contam com a reação do “público do sofá”.

A final do programa teve resultado divergente entre as duas plataformas. A plataforma *Opsocial* coletou dados das conversações dos fãs durante 2 dias, enquanto a *TweetReach* capturou apenas os dados do backchannel. Assim, no paredão da grande final, o resultado da *Opsocial* se mostrou fiel à realidade, enquanto que na *TweetReach* as tags #MunikCampea (152.905 usuários) #CacauCampea (8.988.214 usuários) apresentavam grande

divergência. Os próprios fandoms apontaram seu foco na votação como motivo para uma diferença tão gritante. Era de senso comum que durante as votações se perde muito tempo postando impressões sobre o programa, característica que os fãs adquiriram com o passar do tempo. Além disso, o “pessoal do sofá” costuma aparecer nas redes sociais e comentar algo por se tratar da final do programa, um dos episódios de maior de audiência. Assim, esses fatores podem ter influenciado os dados colhidos no instante em que o reality era exibido.

Outro momento que mostra divergência de dados entre o resultado da plataforma aconteceu no primeiro paredão. Nesse caso, ainda não se tinha segurança para saber qual participante era preferido pelo público. Os fandoms ainda não tinham se dividido em dois grupos, tudo era possível. Mesmo Daniel tendo sido protagonista de uma confusão, isso não foi suficiente para que 12 fandoms pudessem articular em quem votar. Com o passar das semanas, com o conhecimento dos participantes, estratégias são traçadas através das alianças dos participantes, porém, na primeira semana, nada disso está claro. Assim, a *Opsocial* apontou a saída de Harumi com uma diferença de menos de 1%. Para a *TweetReach*, a tag #Fica mostrava Daniel como possível eliminado e a tag #Fora apresentava diferença de 242 mil usuários que estavam utilizando a tag no momento que o programa era exibido. No final, Harumi foi eliminada com 65% dos votos.

## 6 CONCLUSÃO

A pesquisa buscou compreender como os fãs do Big Brother Brasil 16 influenciavam o andamento e o resultado do programa através de suas conversações no Twitter. A hipótese de que esse processo ocorre, nos moldes do BBB16, através do engajamento proporcionado pelo formato do programa multiplataforma e que mistura vários gêneros) e pelas características da cultura participativa, se mostrou verdadeira.

Foram 58 relatórios obtidos nos 12 paredões do programa. Desses, 88% (10 dos 12 paredões) apontam correlação entre o participante mais citado no Twitter e aquele que permanecia no BBB16 após o paredão, fase que foi utilizada para comprovar a base desta dissertação. A importância da cultura participativa, além dos números expressivos de votos nos mutirões, mostrando o engajamento desses fãs, está também na necessidade do interator-fã de participar da construção da narrativa daquele objeto de consumo que o mesmo tem relação afetiva.

O que diferencia o BBB1 do BBB16, não é a participação dos fãs em si, mas a forma como ela acontece. Em 2002, os fãs dispersos geograficamente, com pouco acesso à internet, votavam em seus participantes preferidos e esperavam o resultado oficial ser apresentado com surpresa. Participantes mais queridos pelo público eram apontados por revistas que falavam sobre novelas, sem um aprofundamento. 14 anos depois, os fãs se organizaram na internet e tomaram o jogo para si. Agora esses fandoms desempenham uma série de ações, discutem estratégias e tem conseguido alcançar o objetivo proposto: em 88% dos paredões, os fãs mais comentados continuaram no programa.

O BBB, desde sua estreia, é tido como um jogo. Atualmente, a edição 2016 mostrou como esse jogo se transfigurou com a popularização das redes, com o acesso à internet, e principalmente com a consciência do poder dos fãs nesse jogo. O sentimento de agência, o nível de imersão, e a participação do público aumentaram de forma a levar o fã a sentir que ele é responsável pela vitória do participante. Os fandoms agradeciam a participação de cada um nos paredões, utilizavam os termos “nós conseguimos”, “salvamos elas”, atitude típica de jogadores de vídeo game ao personificar o personagem do game.

Todo o movimento dos fãs do BBB, desde adotar um participante e desenvolver estratégias nas redes para que ele vença, não é novo. O processo é conhecido pelos fãs há anos. No BBB10, a Rede Globo colocou famosos da internet no programa. Os fãs e seguidores de Serginho tentaram se organizar para fazê-lo vencer, entretanto, o esforço não foi suficiente. O diferencial do ocorrido no BBB16 foi a especialização que esses fãs atingiram graças às experiências anteriores.

A convergência possibilitou que os fãs tivessem a oportunidade de ter um contato diferenciado com suas histórias preferidas. No BBB16, os fãs conseguiram se organizar e se tornaram uma espécie de autor escolhendo o participante que deveria vencer a cada etapa, demonstrando o modo como aquela narrativa era construída coletivamente, tanto pelos fãs quanto pelos próprios personagens (participantes).

Janet Murray aponta que a interação surge a partir da organização participativa junto do elemento procedimental. No BBB16, o elemento procedimental se deu através da organização padronizada dos fãs; desde a escolha do participante preferido; da criação de perfis no Twitter; do aglutinamento de fãs para a criação do fandom; da organização dos mutirões; enfim, de todos os procedimentos organizacionais dos fãs. A participação é inevitável, para os fãs que consomem aquele produto, que têm relação afetiva com o programa. Assim é o fluxo dessas comunicações em que vão se constituindo os laços sociais e a social tv vai ganhando força.

O interator-fã, termo apropriado para os fãs que não se contentam em apenas ser espectadores de suas histórias preferidas, e se sentem na necessidade de interferir e mudar seus rumos, caracteriza os fãs do BBB16. Para eles, não era suficiente apenas votar individualmente, era preciso criar uma rede cheia de relações que buscava impor suas vontades diante daquela narrativa.

A queda da audiência tradicional do Big Brother Brasil ao longo dos anos não indica que o programa se tornou menos atrativo para os espectadores. Mesmo após 16 edições, o reality continua um sucesso de audiência na internet. O que mudou foi justamente o modo como público tem se organizado e repercutido o programa. Em dias de eliminação, o BBB16 esteve em primeiro lugar entre os mais comentados do Twitter. Em dias normais, ainda assim, o BBB16 figurava entre os assuntos mais comentados da rede.

A questão levantada na introdução desta pesquisa – **podemos pensar que o tipo de audiência do programa mudou de um grupo amplo de espectadores, para um nicho específico?** – nos leva a concluir que, o BBB16 não foi feito apenas pelos fãs, o público comum tem sua importância, entretanto, cada vez mais tem se buscado formas de lidar com essa forma de audiência. Anunciantes que buscam esse tipo de consumidor já se mostram atentos às possibilidades.

O tipo de audiência de massa, homogênea, que caracterizava-se por ser “de um para muitos”, agora passa a ser definida conforme vimos como audiência criativa, como aquela que gosta de participar e interferir no produto, também mudou. Antes era necessário que pessoas separadas geograficamente e com vidas diferentes se propusessem a participar das votações do programa. Agora, as pessoas se juntam, formam fandoms, desenvolvem estratégias e conseguem alcançar seu objetivo, interferindo na narrativa.

Emissoras tem se esforçado para criar formas de engajar o público com seus produtos televisivos. O trunfo na produção do BBB é que a vontade de participar, interagir, o engajamento desses fandoms parte exclusivamente deles. A Rede Globo não estimulava a reprodução de seu conteúdo no Twitter. No BBB14 o apresentador não chamava o casal Clara e Vanessa pelo nome de shipping e isso incomodava os fãs. Entretanto, pouco a pouco ela tem mudado sua estratégia e buscado dar mais voz a esse público fiel.

Assim, um dos primeiros desdobramentos sobre essa relação entre emissora e os fãs aconteceu no paredão 5 entre Ana Paula e Juliana. Quase na metade da temporada 2016, a Rede Globo resolveu mudar a regra de votação, para os votos vindos da internet. Assim, os votos enviados pelo site foram divididos pelas 5 regiões do Brasil e as ligações e sms foram agrupadas, somando 6 pontos. A atitude foi tida pelos fandoms como uma forma de burlar os mutirões, mas a mudança da votação não alterou o resultado que já se fazia antes da alteração. Com isso, o BBB17, não sustentou a mudança e voltou para a forma tradicional de votação.

O segundo desdobramento dos acontecimentos do BBB16, se mostrou no BBB17. Neste, foi criada uma rede responsável por trabalhar o Big Brother Brasil em diversas redes sociais. A “Rede BBB”, foi a novidade da edição e apontou a atenção da emissora para a ação dos fãs nas redes sociais.

Para a social TV, o fenômeno dos fãs do BBB16 é representativo. É comum ver aplicativos de segunda tela que buscam a interação dos fãs, perdendo público ao longo do tempo. O BBB16 utilizava-se do Twitter para a interação do público e aquilo acontecia espontaneamente entre os fãs. O número de comentários em dias de paredão era da ordem do milhão e a TV nunca precisou pedir aos fãs que comentassem, que utilizassem tal tag para que aquilo ocorresse. Exceto na final do programa, em que tags específicas foram divulgadas pela produção, muito diferentes do padrão já adotado pelos fandoms.

A interação disponível proposta pela emissora foi aumentando ao longo dos anos. O BBB surgiu junto da popularização da internet no país, antes o site não possuía muitos elementos interativos, contava apenas com um resumo da história do programa. Com o passar dos anos, foram inseridas fotos, vídeos, possibilidade de mandar recados para os participantes através de um blog, login via Twitter, entre outros. Atualmente, até a linguagem nas matérias dentro do site é semelhante à usada pelos fandoms. São palavras como “shippar”, “flopap”, “tour”, “dar close”, utilizadas pelos grupos de fãs. Os memes também vem ganhando seu espaço, o meme “olha ela” de Ana Paula foi usado exaustivamente no site do BBB16.

O fluxo comunicacional entre a TV e Twitter é constante. Por isso, apontar a TV como primeira tela e o Twitter como segunda tela, mostra uma realidade estática, ideia que não se aplica a pesquisa, uma vez que o fluxo trata justamente de movimento em que ora a TV se apresenta como primeira tela, ora se apresenta como segunda tela e o mesmo acontece com o Twitter. O fluxo é o alicerce entre as ações dos fãs que não acontecem puramente

A metodologia desta pesquisa apresentou dois viés. A parte quantitativa, que utilizou as plataformas de redes sociais, enfrentou algumas dificuldades. A ferramenta principal da pesquisa, a *Opsocial*, permitia a inserção de apenas 5 termos de monitoramento. Em paredões triplos isso se tornava um problema pois as tags “#FicaAnaPaula, #ForaAnaPaula, #FicaMunik, #ForaMunik, #FicaTamiel, #ForaTamiel” ultrapassavam o limite máximo permitido. Assim, a estratégia utilizada para contornar esse problema foi, a partir do conhecimento dos fandoms, utilizar o nome de shipping nas buscas. Desta forma, no paredão entre Ana Paula, Munik e Tamiel (Paredão 6), na área “Termos de monitoramento” da *Opsocial*, foram inseridos os termos “#FicaAnnik, #ForaAnnik, #FicaTamiel e #ForaTamiel”.

Outro problema enfrentado foi a divergência de dados. Como o intuito era utilizar a plataforma *TweetReach* para colher dados que fugiam à *Opsocial* (como a conversação do

backchannel e o número de contas que utilizaram tal tag), os dados divergiam em muitos casos. O mais gritante deles se deu no final do programa, apontava que Munik seria a vencedora (*Opsocial*) com 60% das menções a seu favor. Entretanto, mais de 8 milhões de contas citavam a tag *VaiMariaClaudia*, indicando a preferência pela loira. Em um primeiro momento, o conflito parecia atrapalhar o resultado da pesquisa, mas a diferença levantava questões como: o que poderia ter causado tal discrepância tão intensa de dados? Durante a final, a plataforma *TweetReach* foi usada mais vezes afim de acompanhar qualquer mudança, por se tratar da final do programa. Assim, a *TweetReach* foi executada 3 vezes para cada hashtag e obteve o mesmo resultado da *Opsocial*, que apontava vitória de Munik, nas duas primeiras vezes que foi executada. Na última vez, quando o resultado oficial já estava próximo de ser anunciado, a tag *VaiMunik* foi mencionada por 152.905 contas, enquanto a tag *VaiMariaClaudia* ultrapassou os 8 milhões quase ao final do programa. É provável que tenha ocorrida uma intensificação dos mutirões do fandom Munik, mas outros fatores também podem ter influenciado esse resultado, como o próprio “pessoal do sofá”.

A quantidade de dados obtidos ao final do programa também foi um complicador. As plataformas não se limitavam a pegar só os dados usados na pesquisa. Outras informações poderiam ser extraídas, tais como região que mais utilizava a tag, o sexo, as hashtags que se relacionavam às pesquisadas, entre outras. Esses dados não foram utilizados na pesquisa, pois, infelizmente, após 58 relatórios, 20 screenshots por paredão em média, não houve tempo hábil para contabilizá-los.

A divisão dos participantes em dois grupos logo na primeira semana ajudou os fandoms nas alianças. Após o paredão falso, as alianças permaneceram praticamente as mesmas. Outras opções e formas de jogar poderiam ter se colocado para os fãs, construindo um jogo mais complexo ainda ou com poucas alianças, dissolvendo o poder dos grandes fandoms.

O próprio padrão de ação dos fãs poderia ter sido diferente, caso os acontecimentos da TV não houvessem transcorrido da maneira como transcorreram. O padrão se manteve da forma descrita nessa pesquisa exclusivamente no BBB16. Em outras edições, o mesmo se alterou, conforme apontado no capítulo anterior. A cada BBB os fãs adquirem um conhecimento e melhoram sua organização, seu modo de agir. O próprio BBB resolveu mudar as regras e isso poderia ter influenciado as ações dos fandoms, o que não ocorreu. Dos 12 paredões em que foram coletados dados do Twitter, 10 deles apontaram que existe uma relação

entre as conversações no Twitter e o resultado do programa. O próprio diretor geral, Rodrigo Dourado, afirmou em entrevista para o jornal Extra, que essa edição foi feita para ser a mais interativa. O BBB16 foi feito pelos fãs.

O formato do programa é um dos responsáveis por aumentar o engajamento e consequentemente motiva os fãs a falarem sobre o programa nas redes, a criarem os perfis, a realizar mutirões e com isso influenciaram o andamento e o resultado final do Big Brother Brasil 2016. A fluidez de gênero proporciona várias leituras, cada fã pode fazer a sua leitura preferencial.

Para a cultura participativa, a circulação de conteúdos entre as mídias, conforme aconteceu no Big Brother Brasil 16, é característica fundamental. Os diálogos entre os meios promovidos pelos fãs e pelo próprio programa, em que um criava um shipping, este viralizava e aquilo voltava para a emissora através de animação, ou nas falas do apresentador. O programa acontecia enquanto fluxo. Tudo dito até então sobre mudanças na audiência reflete a ideia do BBB16 como um programa que habita o fluxo comunicacional entre TV e web.

Por fim, mesmo a pesquisa não se atentando para as dinâmicas de game, a abordagem seria interessante já que muitas das características estão presentes nas ações desses fandoms. Novas formas de pensar essas novas relações propostas por um programa já tão antigo, que se mostrava esgotado até a pouco tempo, têm surgido e devem ser pesquisadas.

## 7 REFERÊNCIAS

- AFFINI, Letícia Passos; USHINOHAMA, Tatiana Zuardi. **Interação via segunda tela: o caso Hannibal**. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Manaus, AM, setembro de 2013.
- ALZAMORA, Geane. **Especificidades da rede intermídia contemporânea: considerações sobre a audiência em contextos reticulares**. Revista Alaic, n.17, p. 50-61, 2012.
- ANDACHT, Fernando. **Uma aproximação analítica do formato televisual do reality Big Brother**. *Galáxia*, n. 6, p. 145-164, out. 2003.
- CALDAS, Carlos Henrique Sabino; OLIVEIRA, Bruno Jareta de; NETO, Octavio Nascimento. **Práticas interacionais no consumo televisivo: uma interatividade SuperStar?** In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014. Foz do Iguaçu, PR, setembro de 2014.
- CAMPANELLA, Bruno. **Os olhos do Grande Irmão: Uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil**. Editora Sulina. 2012. Porto Alegre. 295 p.
- \_\_\_\_\_. **Visões do cotidiano: indivíduo e sociedade no big brother brasil**. In: A Programação da TV no Cenário de Digitalização dos Meios: Configurações que Emergem dos Reality Shows. Org. João Freire Filho. Editora Sulina. 2009. p. 171-194.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Vol 1.
- CASTRO, Cosette. **Por que os reality shows conquistam audiências?** Editora Paulus. 2006. São Paulo.
- COCA, Adriana Pierre; MENDONÇA, Bruno Henrique Marques de. **Segunda tela: a internet pervasiva como possibilidade de extensão dos conteúdos televisuais**. In: 7º Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Ciberultura, 2013, Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba: novembro de 2013.
- FECHINE, Yvana. **A TV em transição – Tendências de programação no Brasil e no mundo**. In: A Programação da TV no Cenário de Digitalização dos Meios: Configurações que Emergem dos *Reality Shows*. Org. João Freire Filho. Editora Sulina. 2009.
- FERREIRA, Soraya. **A televisão em tempos de convergência**. 1a. ed. Juiz de Fora: Editora da UFJF, 2014.
- FERREIRA, Soraya; SILVA, Liliane Maria de O. **Modos de fluência do usuário no uso da segunda tela. Dinâmicas dos processos comunicacionais em emissoras brasileiras**. In: VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC - Políticas, actores y prácticas de la comunicación: encrucijadas de la investigación en América Latina. 2015, Córdoba, Argentina

FILHO, Francisco Machado; BEVILAQUA, Leire Mara. **Pré-requisitos para produção de conteúdo em segunda tela para televisão aberta.** In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014. Foz do Iguaçu, PR, setembro de 2014.

\_\_\_\_\_. **Segunda tela: tendências, oportunidades e modelo de negócio concomitante à TV digital aberta no Brasil.** In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Manaus, AM, setembro de 2013.

GUIMARÃES, Michelle Fabiene Pires Ferreira. **Cheias de Charme: metalinguagem, segunda tela e transmídia na teledramaturgia brasileira.** In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Manaus, AM, setembro de 2013.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiáticos: Pesquisa de mediação na era da “mediação de tudo”. **MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, jan./jun. 2014

HILLS, Matt. **Fan Cultures.** Nova Iorque: Routledge, 2002.

HILLS, Matt. O fandom como objeto e os objetos do fandom. **Matrizes**, São Paulo, v. 9, nº 1, p. 147-163 jan./jun. 2015

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o Jogo como Elemento na Cultura (1938).** São Paulo: Perspectiva, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** Tradução: Suzana Alexandria. São Paulo. Aleph. 2009.

LEMO, André. **A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura.** São Paulo: Annablume, 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira.** Coleção Teledramaturgia, vol 4. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** Trad. Paulo Neves. São Paulo, Ed. 34, 1996. 157p.

JENKINS, Henry. **Invasores de texto: fãs e cultura participativa.** Tradução Érico Assis. Nova Iguaçu, RJ. Marsupial Editora, 2015.

\_\_\_\_\_. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e os novos meios de comunicação.** Tradução: Suzana Alexandria. São Paulo. Aleph. 2009.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** 1. ed. São Paulo: Aleph, 2014.

JÚNIOR, Carlos Pernisa. **Segunda tela: uma abordagem sobre narrativas.** In: VIII Simpósio Nacional da ABCiber: comunicação e cultura na era de tecnologias midiáticas onipresentes e oniscientes, 2014, ESPM Media Lab. São Paulo: dezembro de 2014.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. 3. Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

\_\_\_\_\_. **Fim da televisão?** Revista Famecos. Porto Alegre. 2011. V. 16. P. 86 - 97.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1995.

MEIKLE, G. YOUNG, S. **Media Convergence: Network digital media in everyday life**. New York: Palgrave Macmillan, 2012.

MESQUITA, Arthur G. A constituição de realidades a partir do fandom clã: **Reverberações na dinâmica transmidiática do Big Brother Brasil 14**. In: 10º Interprogramas de mestrado Faculdade Casper Líbero. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Arthur-Mesquita-UFGM.pdf>>, acesso em jul. 2015.

MILER, Toby. **A TV em transição – Tendências de programação no Brasil e no mundo**. In: A Televisão Acabou, a Televisão Virou Coisa do Passado, a Televisão Já Era. Org. João Freire Filho. Editora Sulina. 2009.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. Tradução: Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Couzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003

NÖTH, Winfried; SANTAELLA, Lúcia. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1998.

PIENIZ, Mônica. **Tecnicidade como mediação empírica: o trânsito das audiências no Twitter**. XXIII Encontro Anual da Compós, UFPA, Belém, maio 2014.

PIMENTA, Francisco José P. **Ambientes Multicódigos, efetividade comunicacional e pensamento mutante**. Tese – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2015.

PRATS, Joan Ferrés i. **Pantallas y emociones en la cultura de la convergencia**. In: PRATS, Joan Ferrés i. Las pantallas y el cerebro emocional. Gedisa Editorial, 2014. P 91-117.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na web 2.0. 2007. Compós.

PROULX, Mike; SHEPATIN Stacey. **Social TV – How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile**. New Jersey: John Wiley & Sons Inc, 2012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação Ubíqua: Repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Editora Paulus. 2013.

\_\_\_\_\_. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

\_\_\_\_\_. **Culturas e Artes do Pós-Humano**. São Paulo, Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SCOLARI, Carlos A. **Alrededor de la(s) convergencia(s)**: Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. *Signo y pensamiento*, La Rioja, Vol. 28, Nº 54, p. 44-55, jan./jul. 2009.

SILVA, Elissa Schpallir; MEDOLA, Ana Silvia Lopes Davi. **Segunda Tela e a Reconfiguração das Práticas Comunicacionais no Processo de Fruição de Televisão**. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014. Foz do Iguaçu, PR, setembro de 2014.

STEFANO, Luiza de Mello. **Convergência Midiática e Segunda Tela**: uma análise das plataformas online do Big Brother Brasil. Monografia – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016.

VILCHES, Lorenzo. **É possível uma estétia das tecnologias da comunicação?**. In: MORAES, Dênis de. *Mutações do Visível: da comunicação de massa à comunicação de rede*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010. P. 191-209.

\_\_\_\_\_. *Visões do cotidiano: indivíduo e sociedade no big brother brasil*. In: (Org.) FILHO, João Freire. *A Programação da TV no Cenário de Digitalização dos Meios: Configurações que Emergem dos Reality Shows*. Editora Sulina. 2009. p. 171-194.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo, SP. Ática Editora, 1996.

**APÊNDICE A: RELATÓRIOS DE MONITORAMENTO OPSOCIAL**

Paredão 1 - bbb16 • Relatório Monitoramento - 19/01/16 a 25/01/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE

FACEBOOK  
0

TWITTER  
6541

GOOGLE+  
0

NOTÍCIAS  
9

YOUTUBE  
0

RECLAME AQUI  
0

INSTAGRAM  
222

BLOGS  
0

MAIOR VOLUME DE POSTS

TWITTER 97%

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

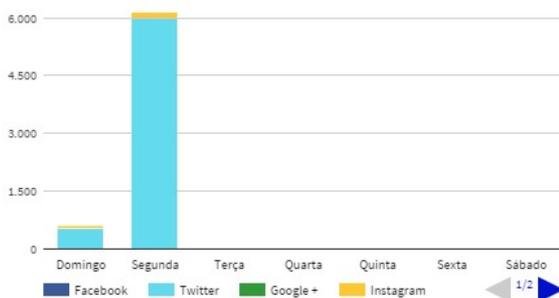
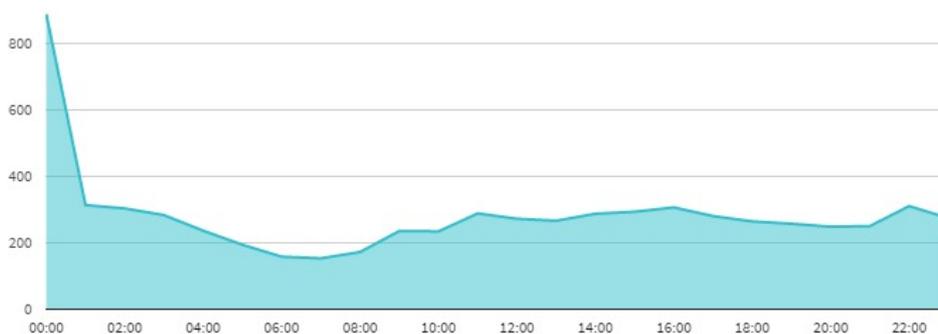
6772

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

0%

*1 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

00:00 - 01:00

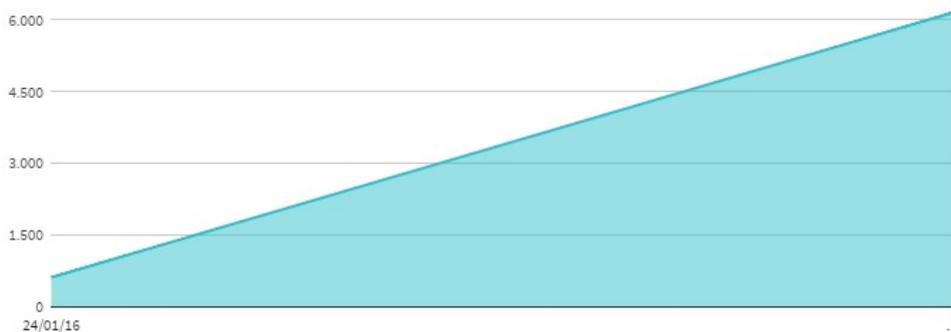
*13% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 00:00 e 01:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

SEGUNDA

*91% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.*

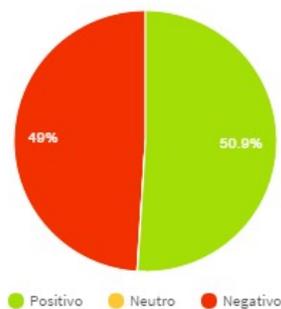
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**3386**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**25/01/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**51%**

De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 5751** POSTS QUALIFICADOS
- 2930** POSTS POSITIVOS
- 4** POSTS NEUTROS
- 2817** POSTS NEGATIVOS

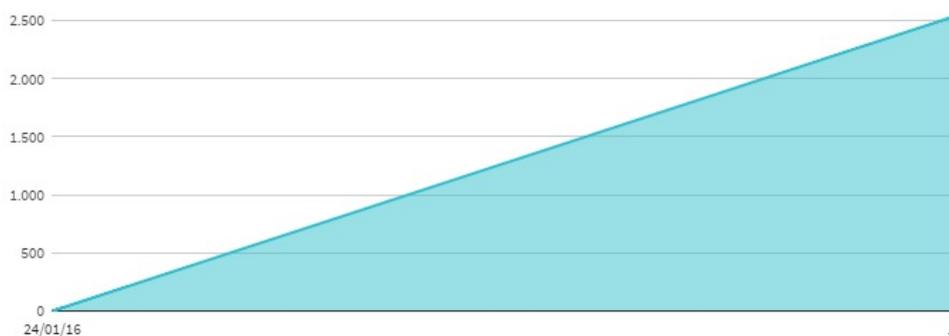
USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. ANA PAULA MUTIRÕES  
SEGUINDO 8 SEGUIDORES 1008 MENÇÕES 40
2. HARUMI BBB16 OFICIAL  
SEGUINDO 3 SEGUIDORES 8 MENÇÕES 29
3. SOU #TEAMANAPAU  
SEGUINDO 706 SEGUIDORES 194 MENÇÕES 26
4. ~ MIOJU  
SEGUINDO 2354 SEGUIDORES 1337 MENÇÕES 25
5. TEAM JULIANA / AP  
SEGUINDO 264 SEGUIDORES 180 MENÇÕES 24
6. RICKY FRANCO SCCP  
SEGUINDO 627 SEGUIDORES 1107 MENÇÕES 24
7. ALINE CRISTINA  
SEGUINDO 2109 SEGUIDORES 286 MENÇÕES 22
8. LUPE  
SEGUINDO 293 SEGUIDORES 113 MENÇÕES 20
9. MONISE CAMPOS  
SEGUINDO 309 SEGUIDORES 121 MENÇÕES 20
10. ANGELRAINHA  
SEGUINDO 67 SEGUIDORES 139 MENÇÕES 18

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. #FICADANIEL  
SEGUINDO 44 SEGUIDORES 76 MENÇÕES 80
2. MUTIRÕES DANIEL  
SEGUINDO 58 SEGUIDORES 595 MENÇÕES 67
3. #FICADANIEL  
SEGUINDO 689 SEGUIDORES 1309 MENÇÕES 39
4. SUSANACARIOCARJ  
SEGUINDO 1408 SEGUIDORES 794 MENÇÕES 39
5. BICHINHO #FICADANIEL  
SEGUINDO 144 SEGUIDORES 282 MENÇÕES 30
6. PORTAL DANIEL BBB  
SEGUINDO 424 SEGUIDORES 729 MENÇÕES 28
7. DANIEL MANZIERI  
SEGUINDO 215 SEGUIDORES 2415 MENÇÕES 27
8. ANACLARA  
SEGUINDO 107 SEGUIDORES 16 MENÇÕES 26
9. #FICADANIEL  
SEGUINDO 9 SEGUIDORES 11 MENÇÕES 26
10. CERCADINHO  
SEGUINDO 2916 SEGUIDORES 24219 MENÇÕES 23

### AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
**2535**

MÉDIA DIÁRIA  
**1268**

TAXA DE RECORRÊNCIA  
**0,04%**

### DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES

**9%** **91%**

### CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Rio de Janeiro, Brasil	33	6	Maceió, Alagoas	3
2	Guarulhos, São Paulo	6	7	Sao Paulo, Brazil	3
3	São Gonçalo, Rio de Janeiro	4	8	Florianópolis, Santa Catarina	2
4	Três Corações, Minas Gerais	4	9	Salvador, Bahia	2
5	Belford Roxo, Rio de Janeiro	3	10	Santana do Cariri, Ceará	2

### NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
		POSITIVO	NEUTRO	NEGATIVO	
#FicaDaniel	2003	1825	0	13	99% 0% 1%
#FicaDaniel	2164	56	1	1670	3% 0% 97%
#FicaHarumi	1257	52	2	1114	4% 0% 95%
#FicaHarumi	1348	997	1	20	98% 0% 2%

### USUÁRIOS MAIS INFLUENTES

 1. LUIZ HALAN SEGUINDO 769 SEGUIDORES 660941 MENÇÕES 2	 6. NAT SEGUINDO 523 SEGUIDORES 11423 MENÇÕES 17
 2. CERCADINHO SEGUINDO 2916 SEGUIDORES 24219 MENÇÕES 25	 7. GABRIEL † SEGUINDO 30885 SEGUIDORES 32062 MENÇÕES 5
 3. O SUMIDO SEGUINDO 479 SEGUIDORES 395686 MENÇÕES 1	 8. LARISSA SEGUINDO 30227 SEGUIDORES 68555 MENÇÕES 2
 4. JOSEANE SILVA SEGUINDO 969 SEGUIDORES 125943 MENÇÕES 2	 9. PORTAL MINERATICOS SEGUINDO 294 SEGUIDORES 12418 MENÇÕES 11
 5. FÉLIX BIPOLAR SEGUINDO 7640 SEGUIDORES 55042 MENÇÕES 4	 10. PORTAL CLANESSA SEGUINDO 1867 SEGUIDORES 44445 MENÇÕES 3

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	▶	📷	Rs	📧	📱	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	FicaDaniel	2459	6	bbb16	238
2	BBB16	2076	7	ficadaniel	230
3	ForaDaniel	2069	8	FORADANIEL	121
4	FicaHarumi	1532	9	BBB	118
5	ForaHarumi	1491	10	ficaharumi	117

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/1/25/quem-voce-quer-eliminar-802043d8-c307-11e5-ba6b-9cb654714a76.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/1/25/quem-voce-quer-eliminar-802043d8-c307-11e5-ba6b-9cb654714a76.html</a>	215
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/">http://gshow.globo.com/realities/bbb/</a>	163
3	<a href="http://gshow.com/bbb">http://gshow.com/bbb</a>	105
4	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/1/25/quem-voce-quer-eliminar-802043d8-c307-11e5-ba6b-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/1/25/quem-voce-quer-eliminar-802043d8-c307-11e5-ba6b-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	56
5	<a href="http://j.mp/VoteForaHarumi">http://j.mp/VoteForaHarumi</a>	34
6	<a href="http://twitter.com/bbb/status/687331761534164997/photo/1">http://twitter.com/bbb/status/687331761534164997/photo/1</a>	22
7	<a href="https://twitter.com/MMaraMaravilha/status/691476027336425472">https://twitter.com/MMaraMaravilha/status/691476027336425472</a>	16
8	<a href="http://twitter.com/LiderBBB/status/691446627073183744/photo/1">http://twitter.com/LiderBBB/status/691446627073183744/photo/1</a>	12
9	<a href="http://abr.ai/1Qor3i6">http://abr.ai/1Qor3i6</a>	9
10	<a href="https://twitter.com/_cercadinho/status/691571350440394752">https://twitter.com/_cercadinho/status/691571350440394752</a>	9

## PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

#foraharumi sms:88402site: **#bbb16** #bbb16: **#ficadaniel #ficaharumi**  
**#foradaniel** #forada... **#foraharumi** @\_cercadinho: @apoiodanielbbb: @bbbgritaria:  
 @comentorealitys: @daniel\_bbb16 @enquetez\_: @joseanee: @leonadivaa: @liderbbb: @vicioreality: amigos babaca

brasil cachorro chamem combinar combinou curte#bbb **daniel** eliminar enquete falar familia  
 favorite#bbb16 for#foradaniel gente geralda grupo **harumi** https://tco/7cbpmbhpnu  
 https://tco/c4k6qhsnnu iniciado mundo mutirao obrigado paredão porque retweet retweet#ficadaniel  
 rt#foraharumi é:#ficaharumi

## NUVEM DE TAGS POSITIVA

**#bbb16** #ficadaniel  
**#ficaharumi**  
**#foradaniel** #forada...  
 #foraharumi @joseanee: @leonadivaa: @liderbbb:

achando armações bucetudanão curte#bbb **daniel**  
 deixem edição ficar **harumi** infelizmente líder  
 meninas mostrou mutirão paredão rt#foraharumi

## NUVEM DE TAGS NEGATIVA

#bbb16 **#ficadaniel**  
**#ficaharumi** #foradaniel **#foraharumi**  
 @apoiodanielbbb: @comentorealitys: @danielmutiroes:  
 @joseanee: apertar babaca combinar combinou consigo  
**daniel** desculpa eliminar falar grupo **harumi**  
 lembrem-se melhor obrigado paredão porque

Paredão 2 - bbb16 • Relatório Monitoramento - 26/01/16 a 01/02/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE

FACEBOOK  
0

TWITTER  
7001

GOOGLE+  
0

NOTÍCIAS  
2

YOUTUBE  
2

RECLAME AQUI  
0

INSTAGRAM  
425

BLOGS  
0

MAIOR VOLUME DE POSTS

TWITTER 94%

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

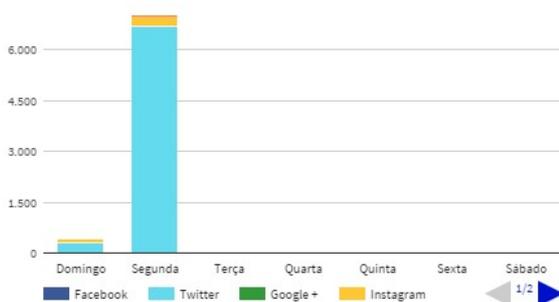
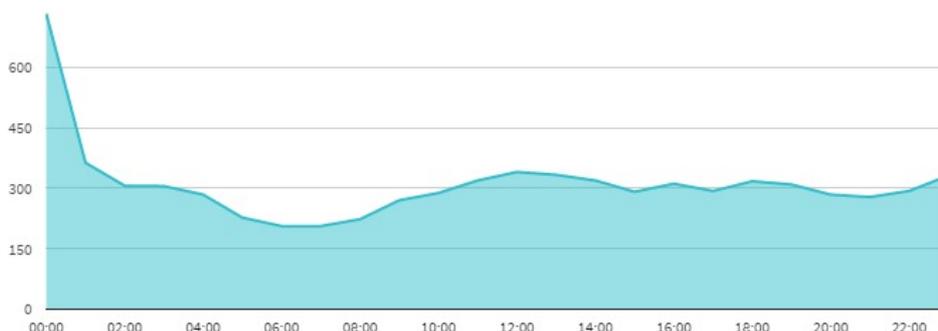
7430

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

0%

*1 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

00:00 - 01:00

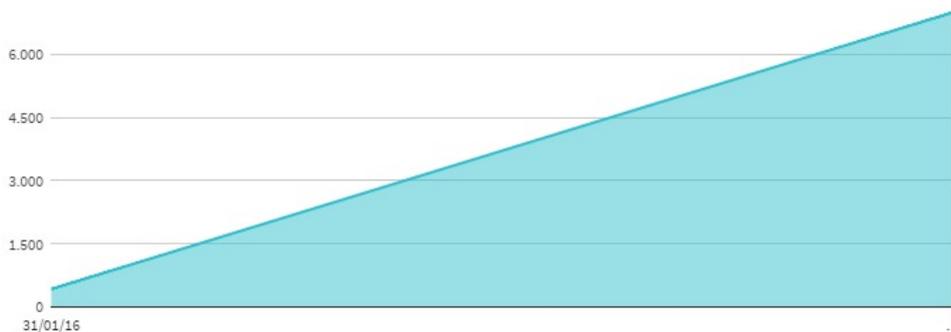
*10% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 00:00 e 01:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

SEGUNDA

*94% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.*

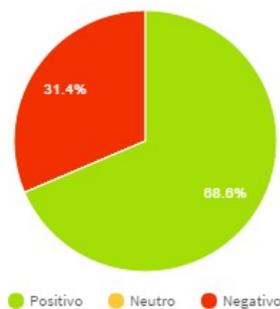
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**3715**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**01/02/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**69%**

De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 6240** POSTS QUALIFICADOS
- 4278** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 1962** POSTS NEGATIVOS

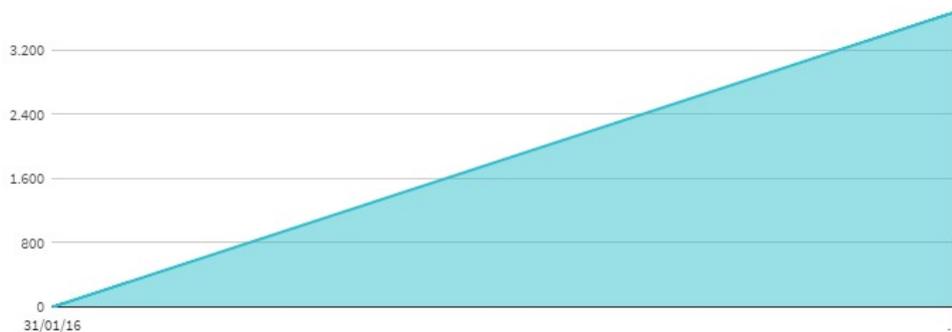
USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. HIGOR  
SEGUINDO 2 SEGUIDORES 4 MENÇÕES 42
2. ANDREIA  
SEGUINDO 2732 SEGUIDORES 613 MENÇÕES 22
3. ANAPAUARENALT  
SEGUINDO 370 SEGUIDORES 238 MENÇÕES 20
4. TEAM ANA PAULA  
SEGUINDO 1619 SEGUIDORES 936 MENÇÕES 15
5. #FICAANAPAU  
SEGUINDO 3813 SEGUIDORES 1068 MENÇÕES 15
6. .  
SEGUINDO 532 SEGUIDORES 402 MENÇÕES 14
7. BBBOT  
SEGUINDO 484 SEGUIDORES 410 MENÇÕES 13
8. #FORALAÉRCIO  
SEGUINDO 1125 SEGUIDORES 477 MENÇÕES 13
9. LAURINHA  
SEGUINDO 3686 SEGUIDORES 3330 MENÇÕES 13
10. JOSIANE  
SEGUINDO 30 SEGUIDORES 88 MENÇÕES 12

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. BBBLBIC  
SEGUINDO 82 SEGUIDORES 86 MENÇÕES 32
2. HIGOR  
SEGUINDO 2 SEGUIDORES 4 MENÇÕES 27
3. GAA R  
SEGUINDO 197 SEGUIDORES 87 MENÇÕES 26
4. ANALU  
SEGUINDO 690 SEGUIDORES 379 MENÇÕES 21
5. ELINE  
SEGUINDO 438 SEGUIDORES 990 MENÇÕES 19
6. MARLON  
SEGUINDO 280 SEGUIDORES 1228 MENÇÕES 18
7. ANDREA SILVERIO  
SEGUINDO 679 SEGUIDORES 269 MENÇÕES 18
8. LEE TIPA DEL 39'3  
SEGUINDO 588 SEGUIDORES 469 MENÇÕES 18
9. MF  
SEGUINDO 64 SEGUIDORES 17 MENÇÕES 17
10. LUCIANA SARMENTO  
SEGUINDO 2694 SEGUIDORES 1254 MENÇÕES 16

### AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
**3671**

MÉDIA DIÁRIA  
**1836**

TAXA DE RECORRÊNCIA  
**0,0%**

### DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES

**7%** **93%**

### CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Rio de Janeiro, Brasil	43	6	Manaus, Amazonas	4
2	Sao Paulo, Brazil	10	7	Duque de Caxias, Rio de Janeiro	3
3	Fortaleza, Ceará	9	8	Presidente Prudente, São Paulo	3
4	Santo Antônio de Pádua, Rio de Janeiro	7	9	Bom Jesus, Rio Grande do Norte	2
5	Guarulhos, São Paulo	5	10	Florianópolis, Santa Catarina	2

### NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#FicaAnaPaula	2235	2009 POSITIVO	0 NEUTRO	1 NEGATIVO	100% 0% 0%
#ForaAnaPaula	1939	57 POSITIVO	0 NEUTRO	1326 NEGATIVO	4% 0% 96%
#FicaLaercio	1423	625 POSITIVO	0 NEUTRO	635 NEGATIVO	50% 0% 50%
#ForaLaercio	1833	1587 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%

### USUÁRIOS MAIS INFLUENTES

 <b>1. LUIZ HALAN</b> SEGUINDO 777 SEGUIDORES 660526 MENÇÕES 15	 <b>6. JOAO</b> SEGUINDO 3417 SEGUIDORES 56399 MENÇÕES 3
 <b>2. RIHANNA LESBICA</b> SEGUINDO 36465 SEGUIDORES 50396 MENÇÕES 10	 <b>7. GABRIEL †</b> SEGUINDO 31393 SEGUIDORES 32580 MENÇÕES 5
 <b>3. JOSEANE SILVA</b> SEGUINDO 969 SEGUIDORES 128664 MENÇÕES 3	 <b>8. MACO</b> SEGUINDO 804 SEGUIDORES 137106 MENÇÕES 1
 <b>4. BIA</b> SEGUINDO 12087 SEGUIDORES 12042 MENÇÕES 17	 <b>9. JEAN @DBARRETOS</b> SEGUINDO 25088 SEGUIDORES 24488 MENÇÕES 5
 <b>5. DANIEL &amp; MATHEUS</b> SEGUINDO 1039 SEGUIDORES 12167 MENÇÕES 15	 <b>10. #FICAANAPAULA</b> SEGUINDO 19979 SEGUIDORES 23973 MENÇÕES 5

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	▶	📷	Rs	📄	📌	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	FicaAnaPaula	3188	6	ForaLaércio	378
2	BBB16	2297	7	bbb16	331
3	ForaAnaPaula	1676	8	FicaLaércio	305
4	ForaLaercio	1494	9	ficaanapaula	215
5	FicaLaercio	1021	10	foraanapaula	196

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html</a>	109
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	82
3	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/">http://gshow.globo.com/realities/bbb/</a>	38
4	<a href="https://umperfildeLaercio.wordpress.com/">https://umperfildeLaercio.wordpress.com/</a>	30
5	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	30
6	<a href="http://gshow.com/realities/bbb">http://gshow.com/realities/bbb</a>	17
7	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html#?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html#?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	13
8	<a href="http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/02/bbb-16-em-rede-social-laercio-diz-ser-efebofilos-e-curte-pagina-de-armas.html">http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/02/bbb-16-em-rede-social-laercio-diz-ser-efebofilos-e-curte-pagina-de-armas.html</a>	11
9	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html#">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/1/quem-voce-quer-eliminar-9dffbe94-c887-11e5-b202-9cb654714a76.html#</a>	11
10	<a href="https://twitter.com/ZAMENZA/status/693994791693127680">https://twitter.com/ZAMENZA/status/693994791693127680</a>	10

## PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

#ficaanapaula **#bbb16** #bbb16: **#ficaanapaula** #ficaanapaula: #ficalaercio  
 #ficalaércio #foraanacobra **#foraanapaula** #foralaercio #foralaércio @bbb\_uol: @bbbagenceira:  
 @guilhmsme: @isabelaafreitas: @joseanee: @naosejatruxa: @portalrunik: @todatv: @wins\_\_: @zamenza: acompanhando aninha  
 apenas curtir daniel deixar descontrolada edição eliminar enquetes escrotos espelho favorite#bbb16 homens  
<https://tco/fgunhxkg5u> laercio laércio machista mulher nojento paredão porque quebrar questão retweet#ficalaercio  
 rt#ficalaércio: sempre sociedade é:#ficaanapaula

## NUVEM DE TAGS POSITIVA

#bbb16  
**#ficaanapaula**  
 #ficaanapaula: **#foralaercio** #foralaércio  
 @bbb\_uol: @enquetez\_: @joseanee: @wins\_\_:  
 @zamenza: curtir daniel deixar esquece favorite#bbb16  
<https://tco/cjrwu8kydt> <https://tco/fgunhxkg5u> laércio  
 machista mulheres retweet#ficalaercio rt#ficalaércio:  
 saindo votando é:#ficaanapaula

## NUVEM DE TAGS NEGATIVA

#bbb16 **#ficalaercio** #ficalaércio  
 #foraanacobra  
**#foraanapaula**  
 @feliixpertubado: @jujugomesn: @laerciobbb16:  
 @naosejatruxa: @reallytando: acreditam... compartilhando  
 correndo engraçado facebook <https://tco/ieyawnyue> justiça  
 laércio nojento oficial orgulho pedofilo perdão pessoa  
 xingando

Paredão 3- fake • Relatório Monitoramento - 02/02/16 a 08/02/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE



MAIOR VOLUME DE POSTS

 TWITTER **100%**

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

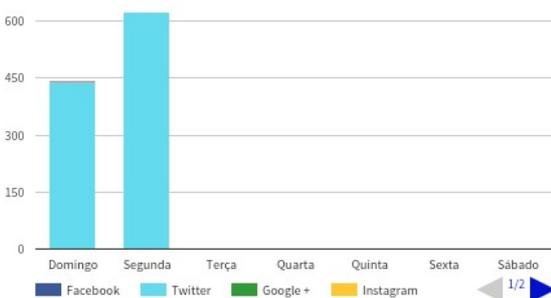
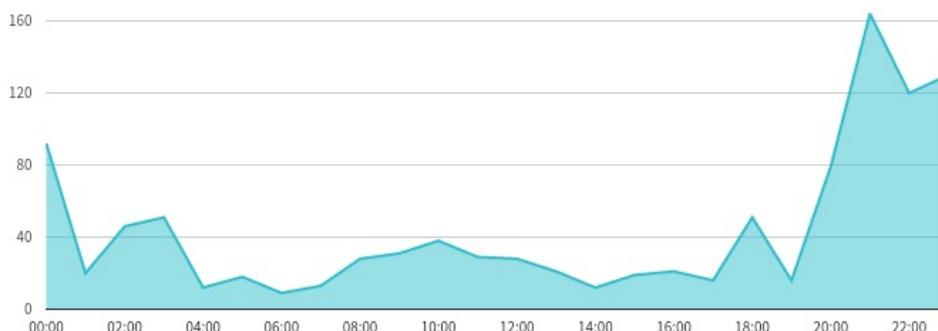
 **1065**

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

 **1%**

*7 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

 **21:00 - 22:00**

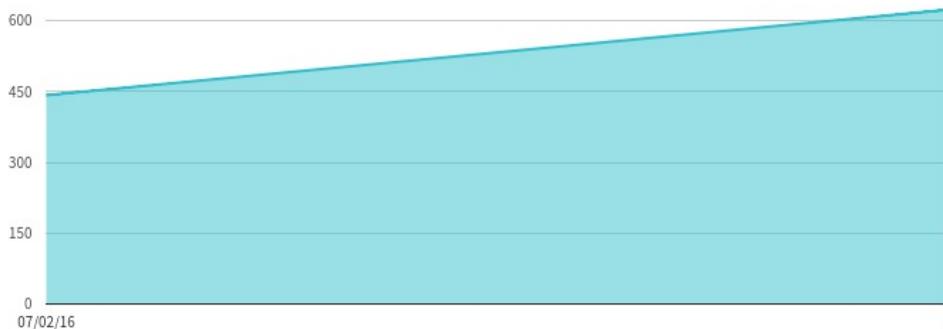
*15% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 21:00 e 22:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

 **SEGUNDA**

*58% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.*

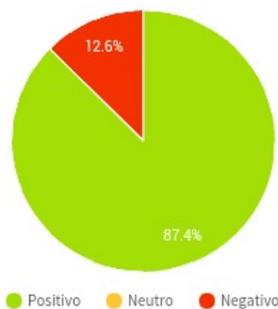
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**533**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**08/02/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**87%** De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 1018** POSTS QUALIFICADOS
- 890** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 128** POSTS NEGATIVOS

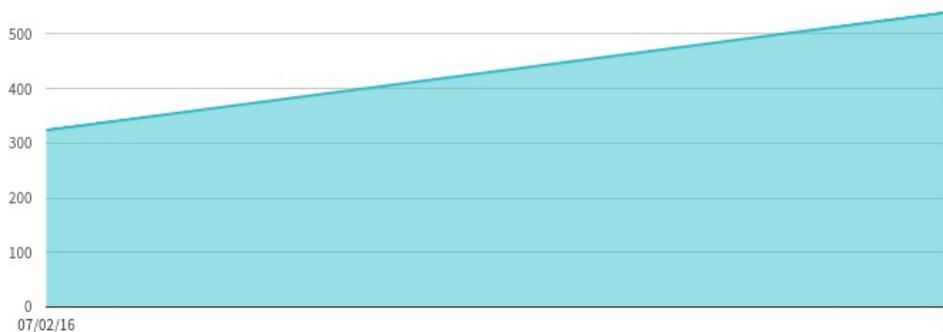
USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

-  **1. LUIZ HALAN**  
SEGUINDO 776 SEGUIDORES 659172 MENÇÕES 14
-  **2. HIGOR**  
SEGUINDO 2 SEGUIDORES 92 MENÇÕES 12
-  **3. MILLE**  
SEGUINDO 564 SEGUIDORES 238 MENÇÕES 5
-  **4. VOTEMMMMMM**  
SEGUINDO 338 SEGUIDORES 417 MENÇÕES 5
-  **5. COBERTURA BBB**  
SEGUINDO 291 SEGUIDORES 29611 MENÇÕES 5
-  **6. SLIM RIMOGRRAFIA (FC)**  
SEGUINDO 693 SEGUIDORES 1648 MENÇÕES 4
-  **7. CHORÃO DA TATÁ™**  
SEGUINDO 35 SEGUIDORES 4375 MENÇÕES 4
-  **8. LAURINHA#TEAMANNIK**  
SEGUINDO 3753 SEGUIDORES 3375 MENÇÕES 4
-  **9. 54%**  
SEGUINDO 70 SEGUIDORES 38 MENÇÕES 4
-  **10. DJENNY RAMALHO**  
SEGUINDO 107 SEGUIDORES 28 MENÇÕES 4

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

-  **1. FÃCLUB RONAN BBB16**  
SEGUINDO 69 SEGUIDORES 138 MENÇÕES 9
-  **2. SLIM RIMOGRRAFIA (FC)**  
SEGUINDO 693 SEGUIDORES 1648 MENÇÕES 6
-  **3. HIGOR**  
SEGUINDO 2 SEGUIDORES 92 MENÇÕES 4
-  **4. TIPO ASSIM WILL**  
SEGUINDO 636 SEGUIDORES 544 MENÇÕES 4
-  **5. GOSTO DE REALITY**  
SEGUINDO 1965 SEGUIDORES 752 MENÇÕES 3
-  **6. DEIZE MIRANDAS**  
SEGUINDO 147 SEGUIDORES 51 MENÇÕES 3
-  **7. VINE SILVA**  
SEGUINDO 620 SEGUIDORES 145 MENÇÕES 3
-  **8. MARCELO A COELHO**  
SEGUINDO 1306 SEGUIDORES 2115 MENÇÕES 2
-  **9. SUZANA**  
SEGUINDO 80 SEGUIDORES 91 MENÇÕES 2
-  **10. MARI\_DUTRA**  
SEGUINDO 566 SEGUIDORES 263 MENÇÕES 2

AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
**864**

MÉDIA DIÁRIA  
**432**

TAXA DE RECORRÊNCIA  
**4,4%**

DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES



CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Maricá, Brasil	14	6	Rio de Janeiro, Brazil	1
2	Sao Paulo, Brazil	3	7	Santos, Brasil	1
3	Belo Horizonte, Brazil	1			
4	Canoas, Brasil	1			
5	Macapá, Brazil	1			

NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
		POSITIVO	NEUTRO	NEGATIVO	
#FicaAnaPaula	797	775	0	10	99% 0% 1%
#FicaRonan	114	39	0	59	40% 0% 60%
#ForaAnaPaula	94	58	0	18	76% 0% 24%
#ForaRonan	60	18	0	41	31% 0% 69%

TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag									Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

### TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	FicaAnaPaula	809	6	BBB	43
2	BBB16	641	7	Ronan	40
3	FicaRonan	529	8	TeamAnaPaula	32
4	ForaAnaPaula	93	9	TeamRonan	29
5	ForaRonan	75	10	ForaJuliana	28

### TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://youtu.be/l8b0e8fZko0">http://youtu.be/l8b0e8fZko0</a>	17
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/7/quem-voce-quer-beneficiar-9f6a907e-cdeb-11e5-8f52-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/7/quem-voce-quer-beneficiar-9f6a907e-cdeb-11e5-8f52-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	9
3	<a href="https://twitter.com/JJ8380/status/696464098469531650">https://twitter.com/JJ8380/status/696464098469531650</a>	8
4	<a href="https://twitter.com/Tuitada_com/status/693993827296776192">https://twitter.com/Tuitada_com/status/693993827296776192</a>	4
5	<a href="http://migre.me/sVGPx">http://migre.me/sVGPx</a>	4
6	<a href="https://twitter.com/Josefas80660250/status/696706135718498304">https://twitter.com/Josefas80660250/status/696706135718498304</a>	3
7	<a href="https://twitter.com/RonanSincero/status/696362324647669760">https://twitter.com/RonanSincero/status/696362324647669760</a>	3
8	<a href="https://twitter.com/LiAzeda/status/696641285516566528">https://twitter.com/LiAzeda/status/696641285516566528</a>	2
9	<a href="https://twitter.com/shpedreiro/status/696502836578885633">https://twitter.com/shpedreiro/status/696502836578885633</a>	2
10	<a href="https://twitter.com/CoberturaBBB/status/696761870380875779">https://twitter.com/CoberturaBBB/status/696761870380875779</a>	2

## PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

#bbb16 #bigbrother #bigbrotherbrasil #bigbrotherbrasil16 #ficaanapaula  
 #ficaanapaulavotei #ficaronan #foraanapaula #foraronan #ronan #ronanoliveira #ronansincero #teamanapaula  
 @anapaularenault @enquetez\_: @eumassafera: @jj380: @marinabellucce: @muniknbbb: @otryck:  
 @paulinhank23: @rainhareality: @ronanoliveira\_: @urgh: ajudar aninha ausente beneficiadas beneficiar bonitinhos clicar  
 dois#anapaula edição espetáculo favorite#bbb16 ficar hahahaamamos hipocrisia  
 https://tco/jye685clbs https://tco/pdi2uowday melhor monstro paredão  
 passando paula queria retweet#ficaronan veeeeeeem  
 voltar)#ficaanapaula votar

## NUVEM DE TAGS POSITIVA

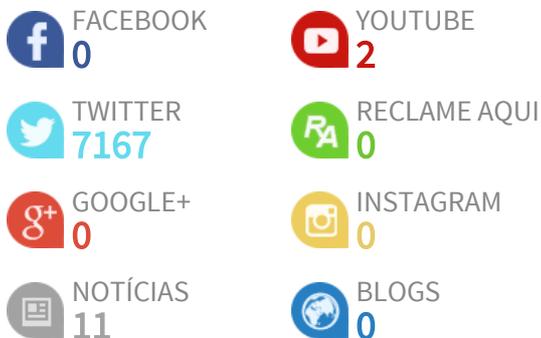
#bbb16  
 #ficaanapaula #ficaronan  
 #foraanapaula #foraronan  
 @enquetez\_:  
 @eumassafera: @muniknbbb: @rainhareality:  
 @renanobbb: @urgh: bonitinhos certeza  
 favorite#bbb16 ficar  
 hipocrisia  
 https://tco/jye685c  
 lbs https://tco/pdi2uowday monstro paredão  
 passando  
 retweet#ficaronan  
 veeeeeeem  
 voltar)#ficaanapau  
 la votando

## NUVEM DE TAGS NEGATIVA

#bbb16 #ficaanapaula  
 #ficaronan  
 #foraanapaula  
 #ronan #ronanoliveira  
 #ronansincero #teamanapaula  
 @anapaularenault @enquetez\_:  
 @marinabellucce: @rainhareality:  
 @ronanoliveira\_: ajudar ausente  
 dois#anapaula favorite#bbb16  
 hahahaamamos  
 https://tco/jye685clbs  
 https://tco/pdi2uowday melhor monstro  
 retweet#ficaronan veeeeeeem  
 voltar)#ficaanapaula

Paredão 4 -bbb16 • Relatório Monitoramento - 09/02/16 a 15/02/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE



MAIOR VOLUME DE POSTS

TWITTER **100%**

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

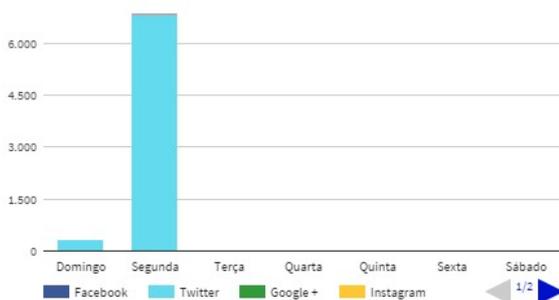
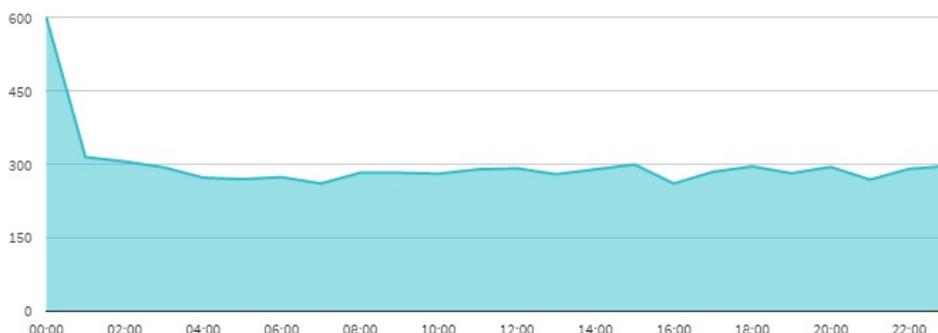
**7180**

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

**0%**

*7 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

**00:00 - 01:00**

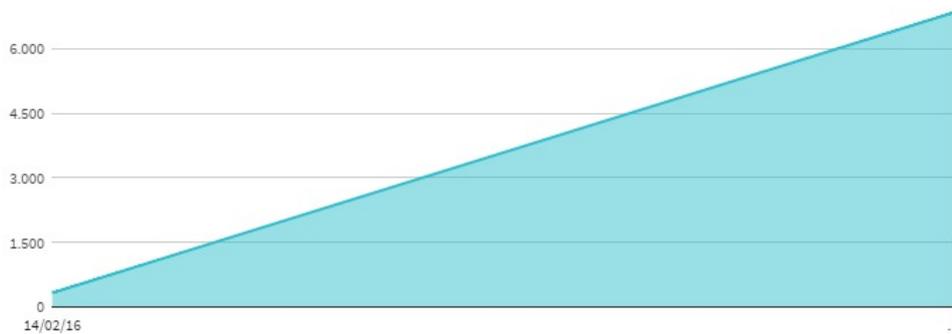
*8% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 00:00 e 01:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

**SEGUNDA**

*95% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.*

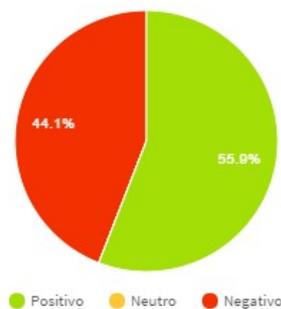
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**3590**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**15/02/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**56%**

De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 6392** POSTS QUALIFICADOS
- 3573** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 2819** POSTS NEGATIVOS

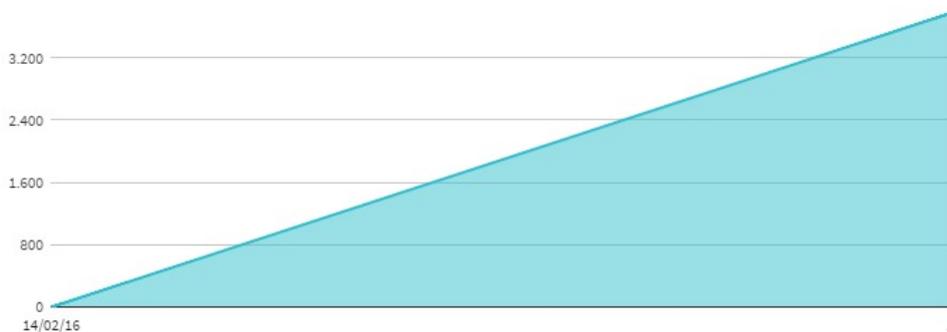
USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. SAHIUM  
SEGUINDO 2181 SEGUIDORES 573 MENÇÕES 25
2. HIGOR  
SEGUINDO 2 SEGUIDORES 205 MENÇÕES 19
3. VIVIANE SILVA  
SEGUINDO 112 SEGUIDORES 58 MENÇÕES 17
4. ADRIAN TAVARES  
SEGUINDO 254 SEGUIDORES 12 MENÇÕES 14
5. JORDANA NEVES  
SEGUINDO 176 SEGUIDORES 88 MENÇÕES 13
6. ANIKS FOREVER  
SEGUINDO 832 SEGUIDORES 383 MENÇÕES 13
7. RONAN OLIVEIRA BBB16  
SEGUINDO 158 SEGUIDORES 1276 MENÇÕES 12
8. ANNIKERS  
SEGUINDO 323 SEGUIDORES 71 MENÇÕES 11
9. EMERSON  
SEGUINDO 873 SEGUIDORES 1020 MENÇÕES 11
10. ANAPAUARAINHA  
SEGUINDO 737 SEGUIDORES 848 MENÇÕES 10

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. GABRIEL SANIGATO  
SEGUINDO 4183 SEGUIDORES 3687 MENÇÕES 42
2. MUTIRÕES DANIEL  
SEGUINDO 95 SEGUIDORES 2306 MENÇÕES 37
3. JOAO  
SEGUINDO 2919 SEGUIDORES 56270 MENÇÕES 34
4. DANIEL MANZIERI  
SEGUINDO 347 SEGUIDORES 7135 MENÇÕES 30
5. RATINHA PIRANHA S†  
SEGUINDO 164 SEGUIDORES 1271 MENÇÕES 23
6. FORA RONAN !!!  
SEGUINDO 610 SEGUIDORES 509 MENÇÕES 22
7. MARIA S†  
SEGUINDO 141 SEGUIDORES 809 MENÇÕES 22
8. #FICADANIEL  
SEGUINDO 95 SEGUIDORES 180 MENÇÕES 18
9. MIZERAVI EST  
SEGUINDO 208 SEGUIDORES 66 MENÇÕES 16
10. NAT S†  
SEGUINDO 501 SEGUIDORES 12160 MENÇÕES 16

## AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
**3783**



MÉDIA DIÁRIA  
**1892**



TAXA DE RECORRÊNCIA  
**0,0%**

## DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES



**7%**

**93%**



## CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Rio de Janeiro, Brazil	16	6	Pelotas, Brasil	4
2	Boa Vista, Brazil	12	7	Santos, Brasil	4
3	Sao Paulo, Brazil	8	8	Franca, Brasil	3
4	Maricá, Brasil	7	9	Manaus, Brazil	3
5	Maceió, Brazil	4	10	Santo André, Brasil	3

## NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#ForaDaniel	1993	1771 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%
#FicaDaniel	1957	7 POSITIVO	0 NEUTRO	1790 NEGATIVO	0% 0% 100%
#ForaRonan	1487	241 POSITIVO	0 NEUTRO	1005 NEGATIVO	19% 0% 81%
#FicaRonan	1743	1554 POSITIVO	0 NEUTRO	24 NEGATIVO	98% 0% 2%

## USUÁRIOS MAIS INFLUENTES

	1. LUIZ HALAN SEGUINDO 778 SEGUIDORES 658881 MENÇÕES 4		6. #FICADANIEL   St SEGUINDO 476 SEGUIDORES 147492 MENÇÕES 2
	2. JOAO SEGUINDO 2919 SEGUIDORES 56270 MENÇÕES 34		7. VAI DESMAIAR SEGUINDO 800 SEGUIDORES 45891 MENÇÕES 6
	3. O SUMIDO SEGUINDO 481 SEGUIDORES 395137 MENÇÕES 2		8. DANIEL MANZIERI SEGUINDO 347 SEGUIDORES 7135 MENÇÕES 33
	4. CERCADINHO SEGUINDO 2886 SEGUIDORES 24567 MENÇÕES 21		9. NAT St SEGUINDO 501 SEGUIDORES 12160 MENÇÕES 16
	5. L E O N A SEGUINDO 59159 SEGUIDORES 99093 MENÇÕES 4		10. SEGUINDO 32721 SEGUIDORES 190663 MENÇÕES 1

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	▶	📷	R4	📄	📌	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	ForaDaniel	3285	6	bbb16	244
2	ForaRonan	2011	7	FORARONAN	222
3	FicaDaniel	1753	8	FICADANIEL	186
4	FicaRonan	1725	9	FORADANIEL	116
5	BBB16	1656	10	foraronan	101

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html</a>	394
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	112
3	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/">http://gshow.globo.com/realities/bbb/</a>	96
4	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	45
5	<a href="http://GSHOW.COM">http://GSHOW.COM</a>	29
6	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	14
7	<a href="http://glo.bo/1RE54WQ">http://glo.bo/1RE54WQ</a>	11
8	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=social&amp;utm_content=bbb&amp;utm_campaign=bbb">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=social&amp;utm_content=bbb&amp;utm_campaign=bbb</a>	11

9	<a href="https://twitter.com/PortalRunik/status/699055290545762304">https://twitter.com/PortalRunik/status/699055290545762304</a>	11
10	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=social&amp;utm_content=bbb&amp;utm_campaign=bbb?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/15/quem-voce-quer-eliminar-6cb1d3c0-d388-11e5-b1fe-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=social&amp;utm_content=bbb&amp;utm_campaign=bbb?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	9

## PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

quem **#bbb16 #ficadaniel** #ficadaniel: **#ficaronan**  
**#foradaniel #foraronan** 88401 88402 88402 <https://tco/hhntdijd5r>  
 @aguinaldinho: @anapaularenault: @daniel\_bbb16 @daniel\_bbb16: @eumassafera: @leonadivaa: @nathaliacomenta:  
 @oyargo: @purposetourbra: @radarbbb: @vaidesmaiar: ajudem apaixonei cofiamos começa começo contamos **daniel**  
 edição eliminado enquanto esquadrão estivesse **galera** gente gshow <https://tco/7ex4e2v0oc> <https://tco/kchcq7muoh> mutirão  
 paredão perder pesquisa provocações#foraronan quando rtquem verdade voces vocês votando votação

## NUVEM DE TAGS POSITIVA

quem #foradaniel **#bbb16 #ficaronan**  
**#foradaniel** #foraronan  
 @anapaularenault: @eumassafera: @radarbbb: @vaidesmaiar:  
 ajudem cofiamos contamos **daniel** eliminado estivesse gente  
 paredão pesquisa rtquem rt#foraronan voces vocês votando votar

## NUVEM DE TAGS NEGATIVA

**#bbb16 #ficadaniel**  
 #ficadanielo #ficadaniel:  
**#foraronan** 88402  
 88402 <https://tco/hhntdijd5r> @daniel\_bbb16  
 @daniel\_bbb16: @danielmutiroes @enquetez\_  
 @leonadivaa: @purposetourbra: daniel esquadrão  
 favorite#bbb16 **galera** <https://tco/fku787jqbv> mutirão  
 provocações#foraronan quando retweet#ficaronan rolando  
 votação é:#ficadaniel

paredão 5 - bbb16 • Relatório Monitoramento - 16/02/16 a 22/02/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE

FACEBOOK 0

TWITTER 6988

GOOGLE+ 0

NOTÍCIAS 8

YOUTUBE 6

RECLAME AQUI 0

INSTAGRAM 1135

BLOGS 0

MAIOR VOLUME DE POSTS

TWITTER 86%

O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

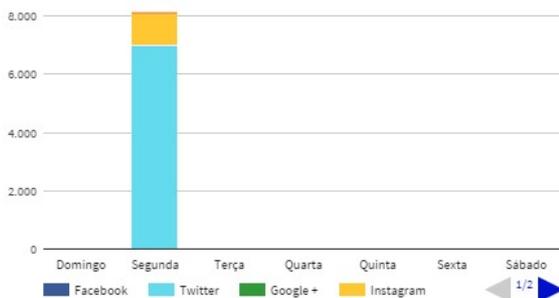
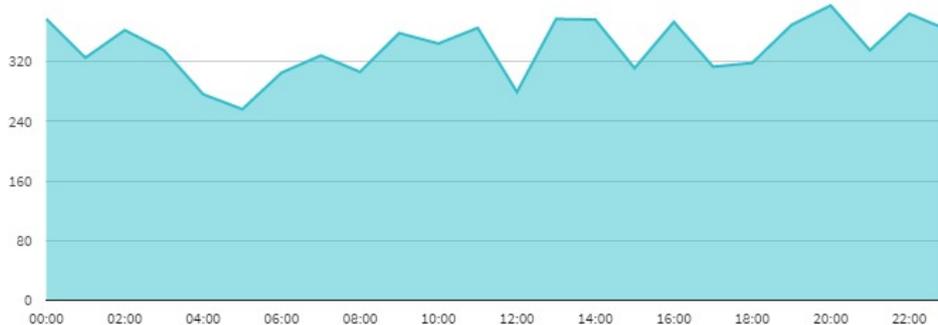
8137

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

0%

6 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

20:00 - 21:00

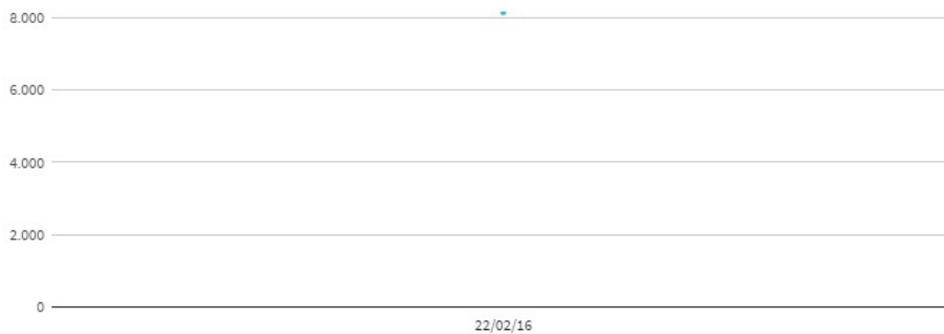
5% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 20:00 e 21:00hrs.

DIA COM MAIS POSTS

SEGUNDA

100% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.

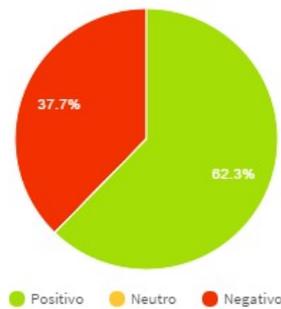
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**8137**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**22/02/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**62%**

De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 6828** POSTS QUALIFICADOS
- 4252** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 2576** POSTS NEGATIVOS

USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. **SOU OS 53%**  
SEGUINDO 164 SEGUIDORES 38 MENÇÕES 23
2. **SAHIUM**  
SEGUINDO 2204 SEGUIDORES 587 MENÇÕES 15
3. **ANNA AMARAL/SUDESTE**  
SEGUINDO 5033 SEGUIDORES 5317 MENÇÕES 11
4. **EMERSON**  
SEGUINDO 898 SEGUIDORES 1066 MENÇÕES 10
5. **#TEAMANNIKS NORDESTE**  
SEGUINDO 213 SEGUIDORES 182 MENÇÕES 9
6. **MARINA DIAS**  
SEGUINDO 748 SEGUIDORES 282 MENÇÕES 9
7. **PEQUIZINHA**  
SEGUINDO 31 SEGUIDORES 18 MENÇÕES 9
8. **LAURA#ANNIK(SUDESTE)**  
SEGUINDO 3808 SEGUIDORES 3456 MENÇÕES 9
9. **CAROL**  
SEGUINDO 213 SEGUIDORES 685 MENÇÕES 8
10. **CRISTINA**  
SEGUINDO 1992 SEGUIDORES 335 MENÇÕES 8

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. **ESQUADRÃO MUTIRÕES**  
SEGUINDO 86 SEGUIDORES 11570 MENÇÕES 23
2. **EDU**  
SEGUINDO 404 SEGUIDORES 71 MENÇÕES 19
3. **BARRIGA DE VERME**  
SEGUINDO 479 SEGUIDORES 688 MENÇÕES 18
4. **CENTRAL DIAS (SUL)**  
SEGUINDO 47 SEGUIDORES 707 MENÇÕES 17
5. **GILSON P. SANTOS**  
SEGUINDO 6025 SEGUIDORES 5494 MENÇÕES 16
6. **HIGOR**  
SEGUINDO 2 SEGUIDORES 285 MENÇÕES 15
7. **@DEMENCIASDOLUIS SZ**  
SEGUINDO 39 SEGUIDORES 21 MENÇÕES 14
8. **CENTRO OS† GORETI**  
SEGUINDO 2305 SEGUIDORES 1332 MENÇÕES 14
9. **FÁTINHA PEREIRA**  
SEGUINDO 828 SEGUIDORES 495 MENÇÕES 14
10. **OFF VOTANDO {SUDESTE**  
SEGUINDO 57 SEGUIDORES 5 MENÇÕES 13

## AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
4989

MÉDIA DIÁRIA  
4989

TAXA DE RECORRÊNCIA  
0,0%

## DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES

7% 93%

## CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Rio de Janeiro, Brazil	11	6	Curitiba, Brazil	3
2	Sao Paulo, Brazil	8	7	Maceió, Brazil	3
3	Manaus, Brazil	6	8	Nova Iguaçu, Brasil	3
4	Santana de Parnaíba, Brasil	5	9	Porto Ferreira, Brasil	3
5	West Meath, Ireland	4	10	Brasília, Brazil	2

## NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#FicaAnaPaula	2229	2119 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%
#ForaAnaPaula	2103	71 POSITIVO	0 NEUTRO	1472 NEGATIVO	5% 0% 95%
#FicaJuliana	1565	322 POSITIVO	0 NEUTRO	1104 NEGATIVO	23% 0% 77%
#ForaJuliana	2240	1740 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%

## USUÁRIOS MAIS INFLUENTES

	<b>1. LUIZ HALAN</b> SEGUINDO 779 SEGUIDORES 658366 MENÇÕES 2
	<b>2. O SUMIDO</b> SEGUINDO 509 SEGUIDORES 395039 MENÇÕES 3
	<b>3. JOSEANE SILVA</b> SEGUINDO 975 SEGUIDORES 134807 MENÇÕES 6
	<b>4. VAL_CE</b> SEGUINDO 1919 SEGUIDORES 738925 MENÇÕES 1
	<b>5. WILL</b> SEGUINDO 3139 SEGUIDORES 56263 MENÇÕES 13

	<b>6. #FICAJU</b> SEGUINDO 48834 SEGUIDORES 53574 MENÇÕES 11
	<b>7. PEsDRO</b> SEGUINDO 487 SEGUIDORES 147095 MENÇÕES 4
	<b>8. MARIOVILHOSO</b> SEGUINDO 179419 SEGUIDORES 377363 MENÇÕES 1
	<b>9. CERCADINHO</b> SEGUINDO 2768 SEGUIDORES 24658 MENÇÕES 14
	<b>10. ALBERT.</b> SEGUINDO 401 SEGUIDORES 156862 MENÇÕES 2

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	▶	📷	R4	📄	📱	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	ForaJuliana	2671	6	forajuliana	737
2	FicaAnaPaula	2270	7	bbb16	546
3	FicaJuliana	1648	8	ficaanapaula	516
4	ForaAnaPaula	1631	9	foraanapaula	443
5	BBB16	1509	10	ficajuliana	323

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/22/quem-voce-quer-eliminar-ec71ed92-d910-11e5-9bcf-9cb654717a46.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/22/quem-voce-quer-eliminar-ec71ed92-d910-11e5-9bcf-9cb654717a46.html</a>	162
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/22/quem-voce-quer-eliminar-ec71ed92-d910-11e5-9bcf-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/22/quem-voce-quer-eliminar-ec71ed92-d910-11e5-9bcf-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	124
3	<a href="http://gshow.com">http://gshow.com</a>	78
4	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/">http://gshow.globo.com/realities/bbb/</a>	33
5	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ztzVeDu3etE">https://www.youtube.com/watch?v=ztzVeDu3etE</a>	19
6	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/22/quem-voce-quer-eliminar-ec71ed92-d910-11e5-9bcf-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/22/quem-voce-quer-eliminar-ec71ed92-d910-11e5-9bcf-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	15
7	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/22/quem-voce-quer-eliminar-ec71ed92-d910-11e5-9bcf-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=social&amp;utm_content=bbb&amp;utm_campaign=bbb">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/22/quem-voce-quer-eliminar-ec71ed92-d910-11e5-9bcf-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=social&amp;utm_content=bbb&amp;utm_campaign=bbb</a>	14
8	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/1/25/quem-voce-quer-eliminar-802043d8-c307-11e5-ba6b-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/1/25/quem-voce-quer-eliminar-802043d8-c307-11e5-ba6b-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	14

9	<a href="http://caras.uol.com.br/tv/leonardo-cantor-faz-campanha-para-juliana-ficar-no-bbb#.Vssp530rLs0">http://caras.uol.com.br/tv/leonardo-cantor-faz-campanha-para-juliana-ficar-no-bbb#.Vssp530rLs0</a>	9
10	<a href="http://www.gshow.com">http://www.gshow.com</a>	8

PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

---

NUVEM DE TAGS POSITIVA

---

NUVEM DE TAGS NEGATIVA

---

paredão 5 - bbb16 • Relatório Monitoramento - 23/02/16 a 29/02/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE

FACEBOOK  
0

TWITTER  
5687

GOOGLE+  
19

NOTÍCIAS  
6

YOUTUBE  
2

RECLAME AQUI  
0

INSTAGRAM  
1092

BLOGS  
0

MAIOR VOLUME DE POSTS

TWITTER 84%

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

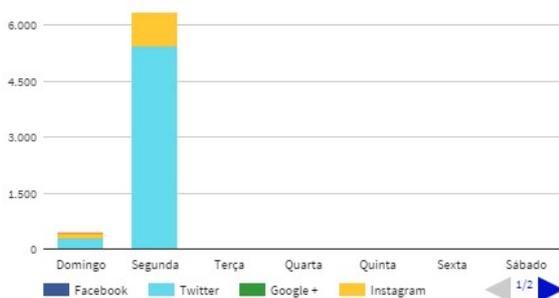
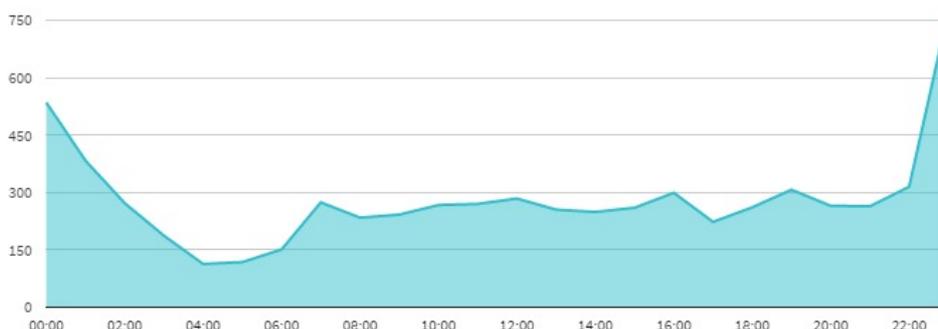
6806

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

0%

*16 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

23:00 - 00:00

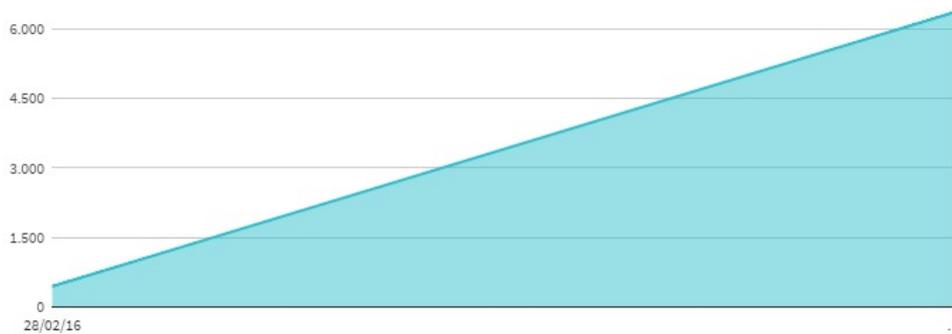
*11% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 23:00 e 00:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

SEGUNDA

*93% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.*

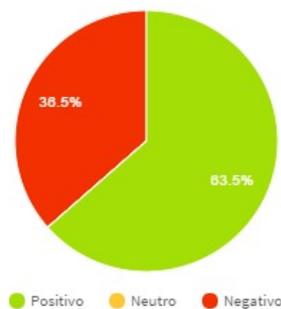
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**3403**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**29/02/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**64%** De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 5974** POSTS QUALIFICADOS
- 3794** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 2180** POSTS NEGATIVOS

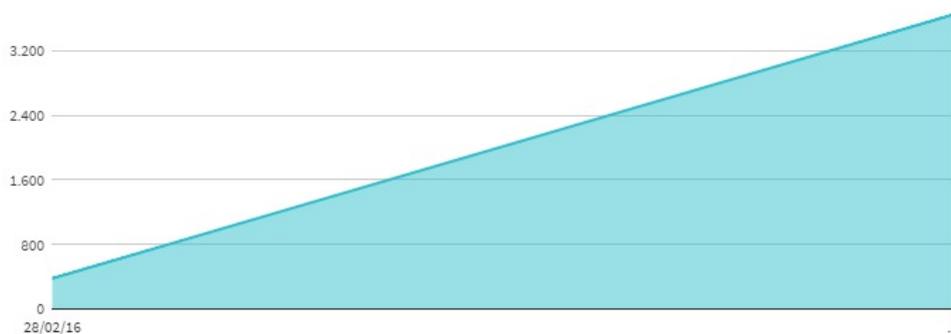
USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. TIAGO YAMASHI  
SEGUINDO 350 SEGUIDORES 336 MENÇÕES 16
2. (SUD)LULI  
SEGUINDO 404 SEGUIDORES 89 MENÇÕES 11
3. PRI #TEAMANAPAUOLA™  
SEGUINDO 971 SEGUIDORES 754 MENÇÕES 10
4. VIC ALICE  
SEGUINDO 341 SEGUIDORES 2314 MENÇÕES 10
5. ANNIK É O PODER 'SUD  
SEGUINDO 733 SEGUIDORES 236 MENÇÕES 9
6. PRÓPRIAANNIK  
SEGUINDO 153 SEGUIDORES 601 MENÇÕES 9
7. CAROL  
SEGUINDO 234 SEGUIDORES 820 MENÇÕES 9
8. TEAMANAPAULASUDESTE  
SEGUINDO 127 SEGUIDORES 43 MENÇÕES 8
9. MUNIK CAMPEÃ  
SEGUINDO 788 SEGUIDORES 462 MENÇÕES 8
10. PHOTOZOOM700  
SEGUINDO 334 SEGUIDORES 223 MENÇÕES 8

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. ARMANDO  
SEGUINDO 706 SEGUIDORES 174 MENÇÕES 33
2. NATÁLIA ANDRADE  
SEGUINDO 113 SEGUIDORES 58 MENÇÕES 30
3. JOAO  
SEGUINDO 3265 SEGUIDORES 56289 MENÇÕES 26
4. TAMIELBBB16 OFICIAL  
SEGUINDO 4086 SEGUIDORES 6830 MENÇÕES 22
5. FC ADÉLIA  
SEGUINDO 291 SEGUIDORES 160 MENÇÕES 22
6. ELITE TAMIEL  
SEGUINDO 16 SEGUIDORES 4 MENÇÕES 22
7. EDU  
SEGUINDO 645 SEGUIDORES 139 MENÇÕES 20
8. CERCADINHO  
SEGUINDO 2597 SEGUIDORES 24776 MENÇÕES 20
9. DANIEL MARQUES  
SEGUINDO 1962 SEGUIDORES 156 MENÇÕES 19
10. JEAN FERREIRA  
SEGUINDO 832 SEGUIDORES 306 MENÇÕES 18

## AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
**4031**



MÉDIA DIÁRIA  
**2016**



TAXA DE RECORRÊNCIA  
**2,41%**

## DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES



**7%**

**93%**



## CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Rio de Janeiro, Brazil	15	6	Pirapetinga, Brasil	3
2	Morón, Argentina	6	7	Salinópolis, Brasil	3
3	São Bento do Sul, Brasil	6	8	Salvador, Brazil	3
4	Sao Paulo, Brazil	4	9	São Gonçalo, Brasil	3
5	Belo Horizonte, Brazil	3	10	Belém, Brazil	2

## NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#ForaAnaPaula	1986	79 POSITIVO	0 NEUTRO	1758 NEGATIVO	4% 0% 96%
#FicaAnaPaula	1398	1378 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%
#FicaMunik	552	526 POSITIVO	0 NEUTRO	1 NEGATIVO	100% 0% 0%
#ForaMunik	516	60 POSITIVO	0 NEUTRO	420 NEGATIVO	13% 0% 88%
#ForaTamiel	2354	1751 POSITIVO	0 NEUTRO	1 NEGATIVO	100% 0% 0%

## USUÁRIOS MAIS INFLUENTES

 1. JOAO SEGUINDO 3265 SEGUIDORES 56289 MENÇÕES 26	 6. MARIU SEGUINDO 176686 SEGUIDORES 379712 MENÇÕES 1
 2. O SUMIDO SEGUINDO 520 SEGUIDORES 394999 MENÇÕES 3	 7. TAMIELBBB16 OFICIAL SEGUINDO 4086 SEGUIDORES 6830 MENÇÕES 28
 3. LUIZ HALAN SEGUINDO 781 SEGUIDORES 658075 MENÇÕES 1	 8. ISA WORK FROM HOME SEGUINDO 56566 SEGUIDORES 57775 MENÇÕES 3
 4. JOSEANE SILVA SEGUINDO 983 SEGUIDORES 138336 MENÇÕES 4	 9. VAI DESMAIAR SEGUINDO 740 SEGUIDORES 50332 MENÇÕES 3
 5. CERCADINHO SEGUINDO 2597 SEGUIDORES 24776 MENÇÕES 22	 10. #FORATAMIEL 6X0 SEGUINDO 4108 SEGUIDORES 23534 MENÇÕES 4

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	▶	📷	F4	📧	📞	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	ForaTamiel	2843	6	foratamiel	796
2	BBB16	1379	7	bbb16	725
3	ForaAnaPaula	1368	8	foraanapaula	483
4	FicaAnaPaula	1155	9	ForaMunik	390
5	FicaMunik	941	10	ficamunik	371

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html</a>	236
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	79
3	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/">http://gshow.globo.com/realities/bbb/</a>	68
4	<a href="http://gshow.com">http://gshow.com</a>	31
5	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	24
6	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html#">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html#</a>	20
7	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/2/28/quem-voce-quer-eliminar-8177b18c-de8a-11e5-a489-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	15

8	<a href="http://twitter.com/demetrinando/status/704473066240348161/photo/1">http://twitter.com/demetrinando/status/704473066240348161/photo/1</a>	13
9	<a href="https://twitter.com/wins___/status/704184868817788928">https://twitter.com/wins___/status/704184868817788928</a>	12
10	<a href="https://twitter.com/_cercadinho/status/704414438464610305">https://twitter.com/_cercadinho/status/704414438464610305</a>	10

## PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

#ficaannik #foratamiel #ficaanapaula #annik **#bbb16** #ficaana #ficaanapaula  
 #ficaannik **#ficamunik** #ficatamiel #foraanapaula #foramunik  
**#foratamiel** #foratamielvotem @\_cercadinho: @aguinaldinho: @aniesulivan: @enquetesbbb2016:  
 @gshow @nuitdchasseurs @portal\_clanessa: @pripaulista: @programabbb: @tamielobbb @tuliosilva40: @vaidesmaiar: @visaoazul:  
 antipatia comenta comente#foramunik: começou eliminadodireto eliminar fav#foramunik fav#foratamiel galera https...  
 paredão paula pessoas porque rejeição rt#foraanapaula **tamiel** voltar votando votar #foraanapaula:

## NUVEM DE TAGS POSITIVA

#ficaanapaula **#bbb16** #ficaana  
 #ficaanapaula #ficaannik  
**#ficamunik** #foramunik  
**#foratamiel**  
 #foratamielvotem @aguinaldinho: @dandaobom:  
 @gshow @munikbarbosa @munikbarbosa:  
 @portal\_clanessa: @tuliosilva40: antipatia começou  
 eliminadodireto paredão quantos rejeição somos  
**tamiel**

## NUVEM DE TAGS NEGATIVA

#ficaannik #foratamiel #anapaula #annik **#bbb16**  
 #ficatamiel  
**#foraanapaula**  
**#foramunik** @\_cercadinho: @enquetesbbb2016:  
 @globinho2016: @programabbb: comenta  
 comente#foramunik: eliminar fav#foramunik  
 fav#foratamiel gente https... paula rt#foraanapaula tamiel  
 votar #foraanapaula:

Paredão 7 • Relatório Monitoramento - 01/03/16 a 07/03/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE



MAIOR VOLUME DE POSTS

 TWITTER **82%**

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

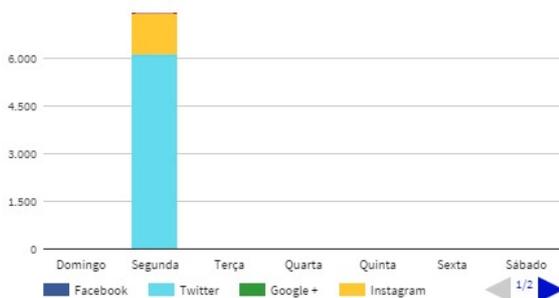
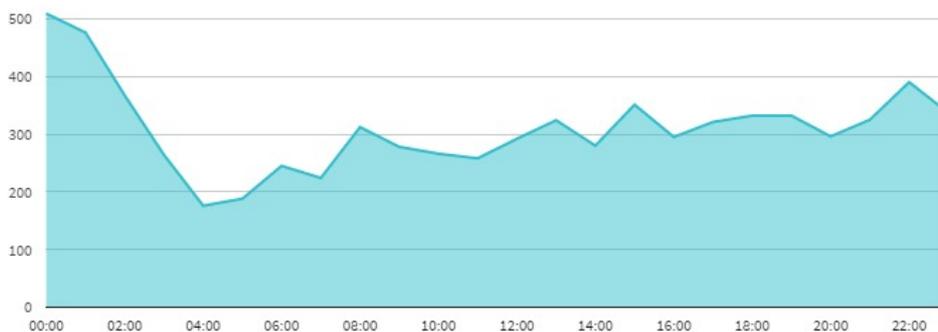
 **7458**

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

 **0%**

*12 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

 **00:00 - 01:00**

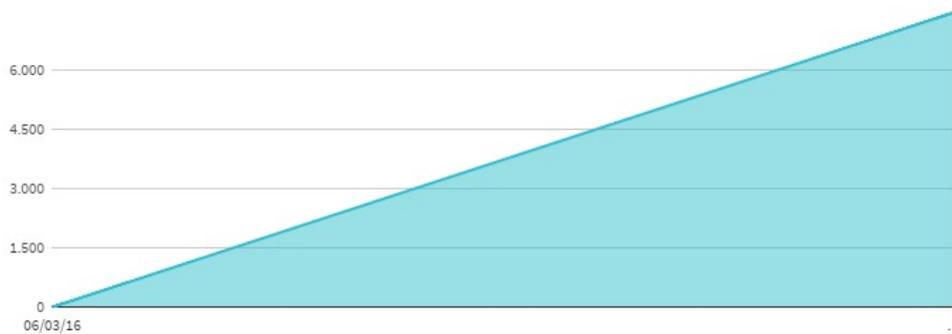
*7% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 00:00 e 01:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

 **SEGUNDA**

*100% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.*

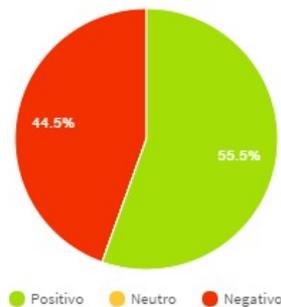
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**3729**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**07/03/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**55%** De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

**6545** POSTS QUALIFICADOS  
**3630** POSTS POSITIVOS  
**0** POSTS NEUTROS  
**2915** POSTS NEGATIVOS

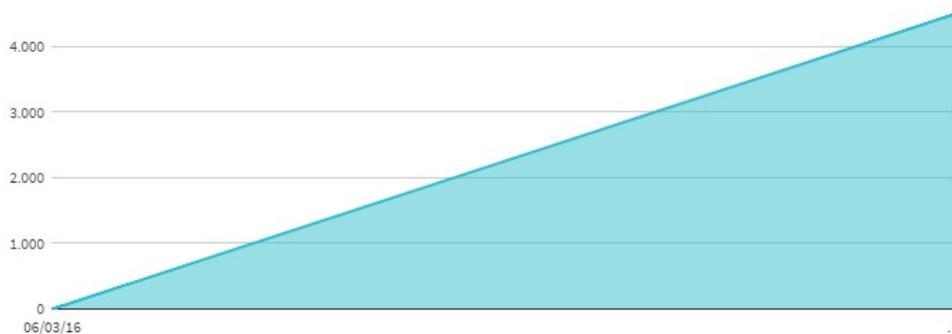
USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

- 1. •SRT.ª QUIELY.®**  
SEGUINDO 781 SEGUIDORES 38894 MENÇÕES 11
- 2. RONAN RENAULT**  
SEGUINDO 1918 SEGUIDORES 1215 MENÇÕES 9
- 3. OLHAAA ELAAAAA**  
SEGUINDO 381 SEGUIDORES 305 MENÇÕES 8
- 4. BRUHH RENAULT ANNIK**  
SEGUINDO 2112 SEGUIDORES 582 MENÇÕES 8
- 5. CLARISSE ALVES**  
SEGUINDO 171 SEGUIDORES 25 MENÇÕES 8
- 6. CAMYLLA F RENAULT**  
SEGUINDO 657 SEGUIDORES 580 MENÇÕES 8
- 7.**  
SEGUINDO 1558 SEGUIDORES 1590 MENÇÕES 8
- 8. JAILDA JOSE DA SILVA**  
SEGUINDO 479 SEGUIDORES 276 MENÇÕES 7
- 9. ROANIK**  
SEGUINDO 1379 SEGUIDORES 440 MENÇÕES 7
- 10. DANYELLY KUWABATA NE**  
SEGUINDO 1308 SEGUIDORES 1320 MENÇÕES 7

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

- 1. RUTH MALVADA EST**  
SEGUINDO 1230 SEGUIDORES 1122 MENÇÕES 39
- 2. WILL**  
SEGUINDO 3528 SEGUIDORES 56502 MENÇÕES 24
- 3. FORA RONAN FIFI**  
SEGUINDO 951 SEGUIDORES 1230 MENÇÕES 21
- 4. VOTA! #FORARONAN †**  
SEGUINDO 1514 SEGUIDORES 3209 MENÇÕES 20
- 5. JÉSSICA SOUSA**  
SEGUINDO 40 SEGUIDORES 7 MENÇÕES 20
- 6. CERCADINHO**  
SEGUINDO 1713 SEGUIDORES 25268 MENÇÕES 17
- 7. ALINE LIMA SOUZA**  
SEGUINDO 18 SEGUIDORES 2 MENÇÕES 17
- 8. #FOFACAMPEÃO**  
SEGUINDO 1014 SEGUIDORES 12243 MENÇÕES 17
- 9. PHAEL #FORARONAN**  
SEGUINDO 167 SEGUIDORES 864 MENÇÕES 15
- 10. TEAM CATHEUS**  
SEGUINDO 96 SEGUIDORES 32 MENÇÕES 15

## AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES

4492



MÉDIA DIÁRIA

2246



TAXA DE RECORRÊNCIA

0,0%

## DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES



6%

94%



## CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Sao Paulo, Brazil	9	6	Vitória da Conquista, Brasil	4
2	São Luís, Brazil	8	7	Duque de Caxias, Brasil	3
3	Rio de Janeiro, Brazil	7	8	Santana de Parnaíba, Brasil	3
4	Belo Horizonte, Brazil	6	9	São João Batista do Glória, Brasil	3
5	Maceió, Brazil	4	10	Contagem, Brasil	2

## NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#FicaAdelia	1436	60 POSITIVO	0 NEUTRO	1305 NEGATIVO	4% 0% 96%
#ForaAdelia	2602	2020 POSITIVO	0 NEUTRO	4 NEGATIVO	100% 0% 0%
#FicaRonan	1169	1119 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%
#ForaRonan	1795	60 POSITIVO	0 NEUTRO	1606 NEGATIVO	4% 0% 96%
#FicaMunik	456	371 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%

## USUÁRIOS MAIS INFLUENTES

	<b>1. O SUMIDO</b> SEGUINDO 532 SEGUIDORES 394945 MENÇÕES 6		<b>6. LUIZ HALAN</b> SEGUINDO 787 SEGUIDORES 656323 MENÇÕES 1
	<b>2. FALSIANE</b> SEGUINDO 313554 SEGUIDORES 1904761 MENÇÕES 1		<b>7. PEDRO LUCAS</b> SEGUINDO 508 SEGUIDORES 146390 MENÇÕES 4
	<b>3. WILL</b> SEGUINDO 3528 SEGUIDORES 56502 MENÇÕES 24		<b>8. CERCADINHO</b> SEGUINDO 1713 SEGUIDORES 25268 MENÇÕES 18
	<b>4. •• ADRY</b> SEGUINDO 160138 SEGUIDORES 176723 MENÇÕES 7		<b>9. •SRT.ª QUIELY®</b> SEGUINDO 781 SEGUIDORES 38894 MENÇÕES 11
	<b>5. SORRY 1 BILHÃO 7/27</b> SEGUINDO 56303 SEGUIDORES 57735 MENÇÕES 13		<b>10. VAI DESMAIAR</b> SEGUINDO 747 SEGUIDORES 53642 MENÇÕES 5

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	▶	📷	F4	📧	📱	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	ForaAdelia	2421	6	BBB16	887
2	ForaRonan	1961	7	FicaAdelia	716
3	FicaMunik	1247	8	bbb16	689
4	FicaRonan	1090	9	FicaAdélia	571
5	foraadelia	1019	10	FicaRonik	504

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/7/quem-voce-quer-eliminar-d22edba0-e411-11e5-9997-9cb654717a46.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/7/quem-voce-quer-eliminar-d22edba0-e411-11e5-9997-9cb654717a46.html</a>	154
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/7/quem-voce-quer-eliminar-d22edba0-e411-11e5-9997-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/7/quem-voce-quer-eliminar-d22edba0-e411-11e5-9997-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	99
3	<a href="http://www.gshow.com.br/bbb16">http://www.gshow.com.br/bbb16</a>	86
4	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/">http://gshow.globo.com/realities/bbb/</a>	77
5	<a href="https://twitter.com/ronanoliveira_/status/706751254404440066">https://twitter.com/ronanoliveira_/status/706751254404440066</a>	53
6	<a href="http://gshow.com/bbb">http://gshow.com/bbb</a>	38
7	<a href="https://www.instagram.com/p/BCp3zOrhWt6/">https://www.instagram.com/p/BCp3zOrhWt6/</a>	31
8	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/7/quem-voce-quer-eliminar-d22edba0-e411-11e5-9997-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/7/quem-voce-quer-eliminar-d22edba0-e411-11e5-9997-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	17
9	<a href="http://Globo.com/BBB">http://Globo.com/BBB</a>	17
10	<a href="http://gshow.globo.com/">http://gshow.globo.com/</a>	12

PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

---

NUVEM DE TAGS POSITIVA

---

NUVEM DE TAGS NEGATIVA

---

Paredão 8 • Relatório Monitoramento - 08/03/16 a 14/03/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE

FACEBOOK  
0

TWITTER  
7445

GOOGLE+  
3

NOTÍCIAS  
24

YOUTUBE  
22

RECLAME AQUI  
0

INSTAGRAM  
1325

BLOGS  
0

MAIOR VOLUME DE POSTS

TWITTER 84%

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

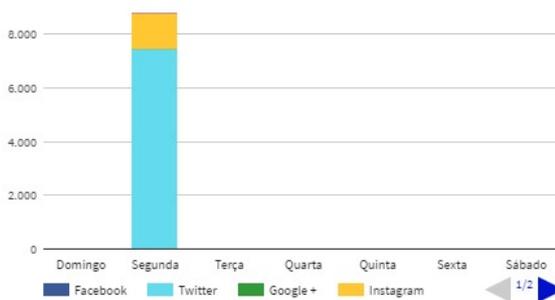
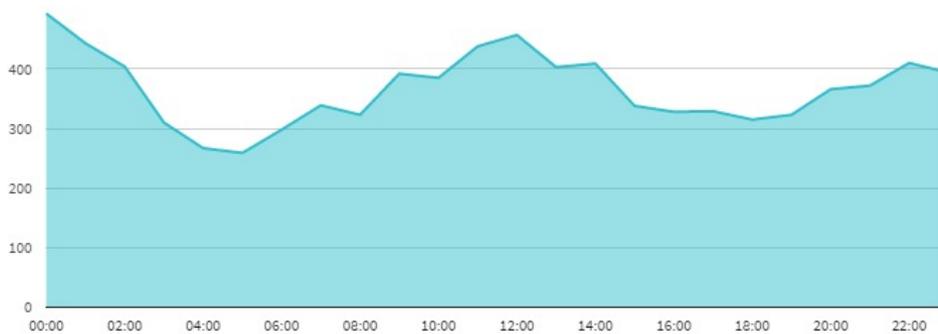
8819

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

0%

*24 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

00:00 - 01:00

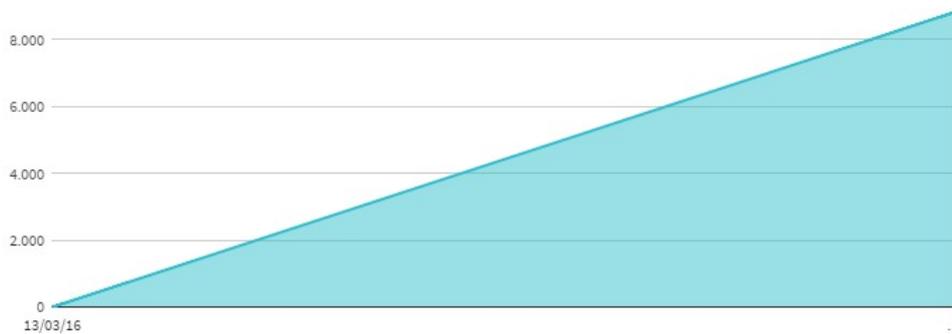
*6% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 00:00 e 01:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

SEGUNDA

*100% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.*

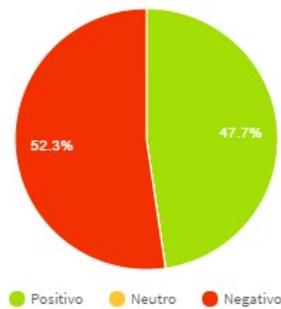
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**4410**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**14/03/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**48%**

De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção negativa do público.

- 7790** POSTS QUALIFICADOS
- 3715** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 4075** POSTS NEGATIVOS

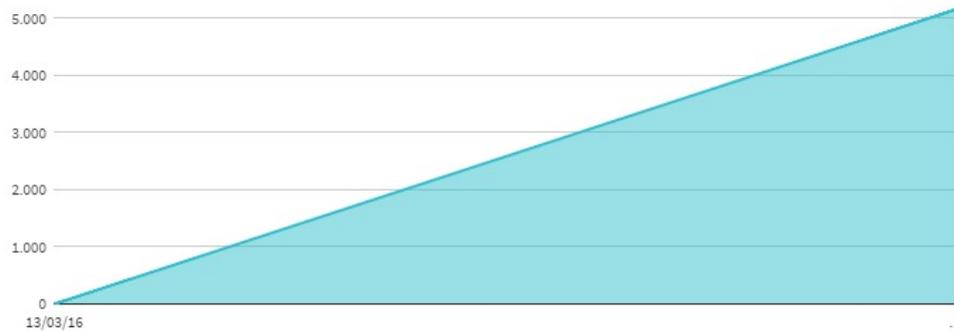
USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. **BBB 2016**  
SEGUINDO 3 SEGUIDORES 422 MENÇÕES 28
2. **IARA RENAULT**  
SEGUINDO 708 SEGUIDORES 353 MENÇÕES 9
3. **PAULO PEREIRA**  
SEGUINDO 241 SEGUIDORES 50 MENÇÕES 9
4. **DANA NEVES RENAULT**  
SEGUINDO 292 SEGUIDORES 203 MENÇÕES 8
5. **ANTROREALITY RENAULT**  
SEGUINDO 563 SEGUIDORES 702 MENÇÕES 8
6. **RONAN SINCERO!**  
SEGUINDO 2192 SEGUIDORES 1605 MENÇÕES 8
7. **PH**  
SEGUINDO 406 SEGUIDORES 539 MENÇÕES 8
8. **JULIA RENAULT**  
SEGUINDO 564 SEGUIDORES 2390 MENÇÕES 7
9. **FE ROSA**  
SEGUINDO 277 SEGUIDORES 300 MENÇÕES 7
10. **RAFAH RENAULT**  
SEGUINDO 1227 SEGUIDORES 618 MENÇÕES 7

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. **WILLIAM LEITE**  
SEGUINDO 83 SEGUIDORES 33 MENÇÕES 37
2. **ANDREA ANDRADE PINTO**  
SEGUINDO 12 SEGUIDORES 1 MENÇÕES 30
3. **RHAQUEL@MOR**  
SEGUINDO 46 SEGUIDORES 3 MENÇÕES 28
4. **GEOVANA**  
SEGUINDO 40 SEGUIDORES 40 MENÇÕES 27
5. **MARCOS**  
SEGUINDO 2334 SEGUIDORES 11311 MENÇÕES 19
6. **ALEXANDRE SILVA**  
SEGUINDO 393 SEGUIDORES 51 MENÇÕES 18
7. **BETHM MUNICKERS CO**  
SEGUINDO 1292 SEGUIDORES 1484 MENÇÕES 18
8. **BBB 2016**  
SEGUINDO 3 SEGUIDORES 422 MENÇÕES 17
9. **KINHO KÁRSYN**  
SEGUINDO 457 SEGUIDORES 381 MENÇÕES 17
10. **#FORAGERALDA**  
SEGUINDO 113 SEGUIDORES 491 MENÇÕES 16

## AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
**5155**

MÉDIA DIÁRIA  
**2578**

TAXA DE RECORRÊNCIA  
**0,0%**

## DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES

**7%** **93%**

## CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Rio de Janeiro, Brazil	16	6	Salvador, Brazil	4
2	Manaus, Brazil	8	7	Duque de Caxias, Brasil	3
3	Sao Paulo, Brazil	8	8	São Luís, Brazil	3
4	Nova Iguaçu, Brasil	5	9	Caçador, Brasil	2
5	Brasília, Brazil	4	10	Caruaru, Brasil	2

## NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#ForaRenan	2600	2329 POSITIVO	0 NEUTRO	1 NEGATIVO	100% 0% 0%
#FicaRenan	2060	46 POSITIVO	0 NEUTRO	1878 NEGATIVO	2% 0% 98%
#ForaGeralda	2014	38 POSITIVO	0 NEUTRO	1531 NEGATIVO	2% 0% 98%
#FicaGeralda	1078	1022 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%
#ForaRonan	1067	280 POSITIVO	0 NEUTRO	665 NEGATIVO	30% 0% 70%

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	v	o	Ra	l	+	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	ForaGeralda	3337	6	FicaGeralda	930
2	ForaRenan	2829	7	forarenan	908
3	FicaRenan	1707	8	FicaRonan	731
4	BBB16	1342	9	bbb16	707
5	ForaRonan	937	10	forageralda	694

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/14/quem-voce-quer-eliminar-bd8a4410-e992-11e5-9abe-9cb654717a46.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/14/quem-voce-quer-eliminar-bd8a4410-e992-11e5-9abe-9cb654717a46.html</a>	181
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/14/quem-voce-quer-eliminar-bd8a4410-e992-11e5-9abe-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=social&amp;utm_content=bbb&amp;utm_campaign=bbb">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/14/quem-voce-quer-eliminar-bd8a4410-e992-11e5-9abe-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=social&amp;utm_content=bbb&amp;utm_campaign=bbb</a>	111
3	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/14/quem-voce-quer-eliminar-bd8a4410-e992-11e5-9abe-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/14/quem-voce-quer-eliminar-bd8a4410-e992-11e5-9abe-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	98
4	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/">http://gshow.globo.com/realities/bbb/</a>	97
5	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/videos/t/agora-na-casa/v/renan-justifica-voto-em-geralda-foi-um-jeito-de-defender-a-cau-tambem/4881301/">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/videos/t/agora-na-casa/v/renan-justifica-voto-em-geralda-foi-um-jeito-de-defender-a-cau-tambem/4881301/</a>	58
6	<a href="https://twitter.com/Dri____Lerdinha/status/709444160894464001">https://twitter.com/Dri____Lerdinha/status/709444160894464001</a>	22
7	<a href="https://twitter.com/keniatuita/status/709217491147497473">https://twitter.com/keniatuita/status/709217491147497473</a>	19
8	<a href="https://twitter.com/anapaularenault/status/709220240190787584">https://twitter.com/anapaularenault/status/709220240190787584</a>	18
9	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/14/quem-voce-quer-eliminar-bd8a4410-e992-11e5-9abe-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/14/quem-voce-quer-eliminar-bd8a4410-e992-11e5-9abe-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	14
10	<a href="https://twitter.com/Apuracao_BBB16/status/709436669682982914">https://twitter.com/Apuracao_BBB16/status/709436669682982914</a>	11

PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

---

NUVEM DE TAGS POSITIVA

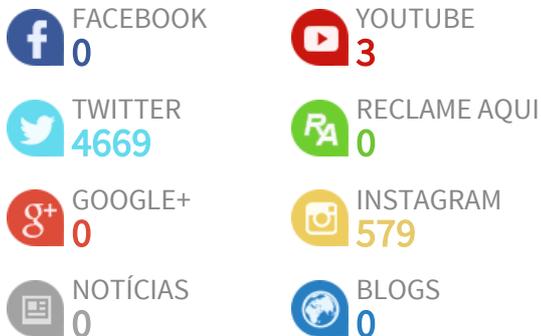
---

NUVEM DE TAGS NEGATIVA

---

Paredão 9 • Relatório Monitoramento - 15/03/16 a 21/03/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE



MAIOR VOLUME DE POSTS

 **TWITTER 89%**

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

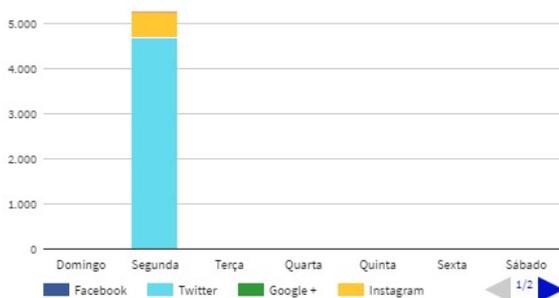
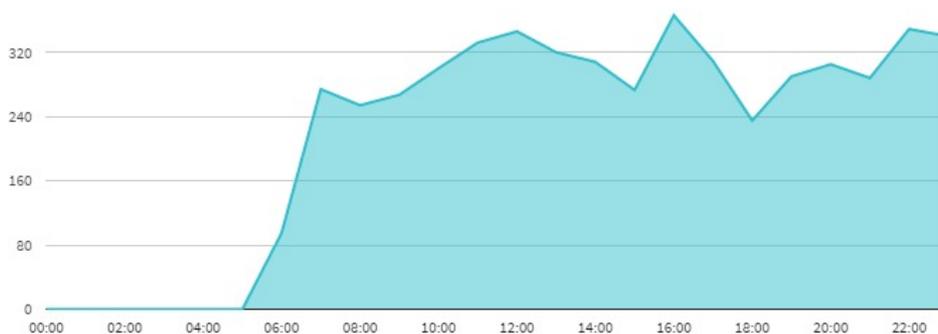
 **5251**

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

 **0%**

*12 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

 **16:00 - 17:00**

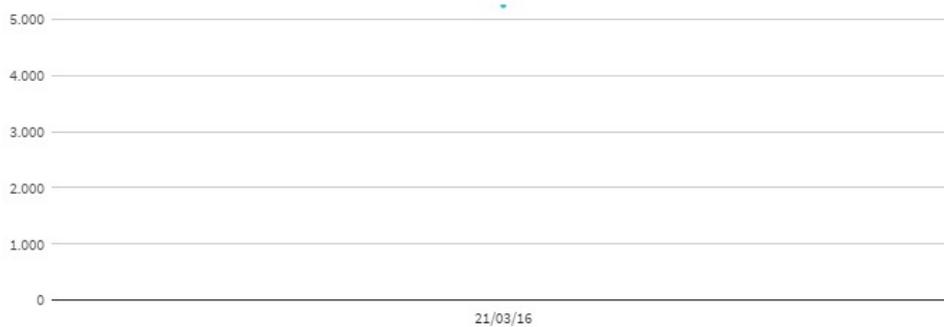
*7% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 16:00 e 17:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

 **SEGUNDA**

*100% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.*

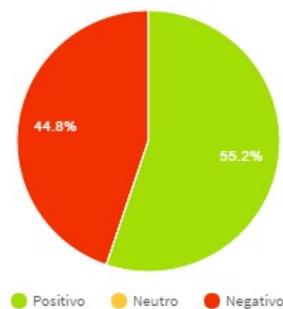
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**5251**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**21/03/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**55%**

De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 4694** POSTS QUALIFICADOS
- 2590** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 2104** POSTS NEGATIVOS

USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. **BBB 2016**  
SEGUINDO 5 SEGUIDORES 612 MENÇÕES 34
2. **THIAGO**  
SEGUINDO 1040 SEGUIDORES 184 MENÇÕES 12
3. **JUNINHO**  
SEGUINDO 363 SEGUIDORES 55 MENÇÕES 10
4. **ISA\_BCSC@HOTMAIL.COM**  
SEGUINDO 552 SEGUIDORES 75 MENÇÕES 9
5. **FORA MATEUS RENAULT**  
SEGUINDO 824 SEGUIDORES 397 MENÇÕES 8
6. **DANIEL RENAULT**  
SEGUINDO 1244 SEGUIDORES 348 MENÇÕES 8
7. **+553299235881**  
SEGUINDO 118 SEGUIDORES 31 MENÇÕES 7
8. **ITALO RENAULT**  
SEGUINDO 463 SEGUIDORES 1478 MENÇÕES 7
9. **RE JANE**  
SEGUINDO 262 SEGUIDORES 189 MENÇÕES 7
10. **BERNA RENAULT**  
SEGUINDO 344 SEGUIDORES 414 MENÇÕES 6

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. **WILL**  
SEGUINDO 4042 SEGUIDORES 56954 MENÇÕES 24
2. **@REGINA**  
SEGUINDO 2202 SEGUIDORES 958 MENÇÕES 18
3. **MATHEUS LISBOA**  
SEGUINDO 560 SEGUIDORES 30618 MENÇÕES 17
4. **POTIIGUAR**  
SEGUINDO 1613 SEGUIDORES 873 MENÇÕES 16
5. **VINI/ FOLLOW ME**  
SEGUINDO 953 SEGUIDORES 1239 MENÇÕES 16
6. **AMO CATHEUS**  
SEGUINDO 34 SEGUIDORES 923 MENÇÕES 14
7. **MUTIRÕES CACAU**  
SEGUINDO 80 SEGUIDORES 2834 MENÇÕES 14
8. **#FORAGERALDA**  
SEGUINDO 55 SEGUIDORES 1341 MENÇÕES 13
9. **PORTAL MARIA.**  
SEGUINDO 227 SEGUIDORES 2950 MENÇÕES 12
10. **PATRICIA TAVARES**  
SEGUINDO 1496 SEGUIDORES 474 MENÇÕES 12

## AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
2978

MÉDIA DIÁRIA  
2978

TAXA DE RECORRÊNCIA  
0,0%

## DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES

6% 94%

## CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Rio de Janeiro, Brazil	10	6	Goiânia, Brazil	2
2	Sao Paulo, Brazil	5	7	Nova Venécia, Brasil	2
3	Nova Iguaçu, Brasil	4	8	Recife, Brazil	2
4	Jaboatão dos Guararapes, Brasil	3	9	Ananindeua, Brasil	1
5	Belo Horizonte, Brazil	2	10	Andradas, Brasil	1

## NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#ForaMatheus	1684	1551 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%
#FicaMatheus	1189	8 POSITIVO	0 NEUTRO	1108 NEGATIVO	1% 0% 99%
#ForaGeralda	1328	95 POSITIVO	0 NEUTRO	959 NEGATIVO	9% 0% 91%
#FicaGeralda	1050	936 POSITIVO	0 NEUTRO	37 NEGATIVO	96% 0% 4%

## USUÁRIOS MAIS INFLUENTES

 1. WILL SEGUINDO 4042 SEGUIDORES 56954 MENÇÕES 28	 6. ESQUADRÃO MUTIRÕES SEGUINDO 294 SEGUIDORES 15535 MENÇÕES 9
 2. MATHEUS LISBOA SEGUINDO 560 SEGUIDORES 30618 MENÇÕES 21	 7. RONAN OLIVEIRA BBB16 SEGUINDO 456 SEGUIDORES 27821 MENÇÕES 5
 3. MUNIK NUNES - BBB 16 SEGUINDO 1092 SEGUIDORES 78766 MENÇÕES 4	 8. PAULINHA LEITE SEGUINDO 273 SEGUIDORES 67195 MENÇÕES 2
 4. RAINHA CACAÚ SEGUINDO 576 SEGUIDORES 39592 MENÇÕES 7	 9. CINDY SEGUINDO 34300 SEGUIDORES 40463 MENÇÕES 3
 5. GERALDA DINIZ BBB16 SEGUINDO 553 SEGUIDORES 29021 MENÇÕES 5	 10. FÉLIX BIPOLAR SEGUINDO 7640 SEGUIDORES 58196 MENÇÕES 2

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	▶	📷	📺	📧	📱	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	ForaMatheus	1957	6	foramatheus	427
2	ForaGeralda	1481	7	bbb16	312
3	FicaGeralda	1171	8	forageralda	247
4	FicaMatheus	1079	9	ficageralda	195
5	BBB16	1033	10	FORAGERALDA	189

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html</a>	139
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/">http://gshow.globo.com/realities/bbb/</a>	114
3	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	63
4	<a href="http://gshow.globo.com">http://gshow.globo.com</a>	16
5	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	13
6	<a href="https://twitter.com/geraldandiniz/status/712070787323334656">https://twitter.com/geraldandiniz/status/712070787323334656</a>	12
7	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	9
8	<a href="http://Gshow.globo.com">http://Gshow.globo.com</a>	8
9	<a href="https://youtu.be/qy10TQBrrxQ">https://youtu.be/qy10TQBrrxQ</a>	7
10	<a href="https://goo.gl/dxUfii">https://goo.gl/dxUfii</a>	7

PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

---

NUVEM DE TAGS POSITIVA

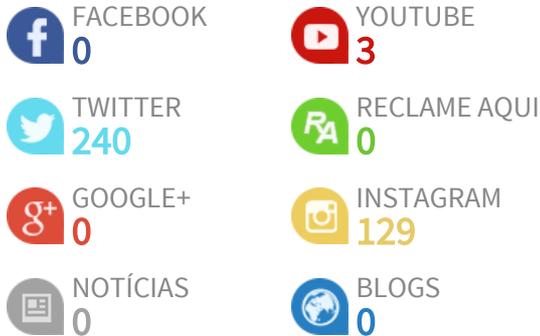
---

NUVEM DE TAGS NEGATIVA

---

Paredão 10 • Relatório Monitoramento - 25/03/16 a 31/03/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE



MAIOR VOLUME DE POSTS

 TWITTER **65%**

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

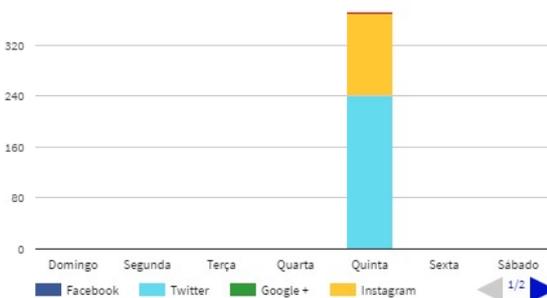
 **372**

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

 **2%**

*9 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

 **23:00 - 00:00**

*100% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 23:00 e 00:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

 **QUINTA**

*100% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na quinta-feira.*

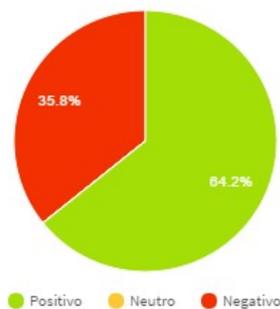
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**372**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**31/03/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**64%**

De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 313** POSTS QUALIFICADOS
- 201** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 112** POSTS NEGATIVOS

USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. FÊ  
SEGUINDO 1084 SEGUIDORES 4371 MENÇÕES 4
2. MUNIK CAMPEÃ  
SEGUINDO 114 SEGUIDORES 18 MENÇÕES 2
3. ARI  
SEGUINDO 437 SEGUIDORES 174 MENÇÕES 2
4. PH  
SEGUINDO 415 SEGUIDORES 554 MENÇÕES 2
5. +5522996070715  
SEGUINDO 162 SEGUIDORES 33 MENÇÕES 1
6. MADHATTER[CAVANAUGH]  
SEGUINDO 799 SEGUIDORES 488 MENÇÕES 1
7. @CREUZA DE SOUSA  
SEGUINDO 64 SEGUIDORES 8 MENÇÕES 1
8. 1994  
SEGUINDO 2473 SEGUIDORES 1802 MENÇÕES 1
9. TERESA CARVALHO  
SEGUINDO 85 SEGUIDORES 19 MENÇÕES 1
10.  
SEGUINDO 199 SEGUIDORES 139 MENÇÕES 1

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. THALIA PARKER  
SEGUINDO 295 SEGUIDORES 333 MENÇÕES 3
2. MARIA CORAZÓN  
SEGUINDO 612 SEGUIDORES 172 MENÇÕES 2
3. RONNIK RENAULT  
SEGUINDO 527 SEGUIDORES 183 MENÇÕES 2
4. ANA CAROLINA  
SEGUINDO 701 SEGUIDORES 367 MENÇÕES 2
5. JAY | 7/27  
SEGUINDO 432 SEGUIDORES 2821 MENÇÕES 2
6. ROBERTA GATTI  
SEGUINDO 94 SEGUIDORES 106 MENÇÕES 2
7. KELI GUIMARÃES  
SEGUINDO 24 SEGUIDORES 13 MENÇÕES 2
8. JANA NO VÍCIO! (NE)  
SEGUINDO 357 SEGUIDORES 672 MENÇÕES 2
9. KATITA RENAULT  
SEGUINDO 417 SEGUIDORES 182 MENÇÕES 1
10. +5522996070715  
SEGUINDO 162 SEGUIDORES 33 MENÇÕES 1

AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
292

MÉDIA DIÁRIA  
292

TAXA DE RECORRÊNCIA  
0,0%

DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES



CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Rio de Janeiro, Brazil	2			
2	São Vicente, Brasil	2			
3	Jaboatão dos Guararapes, Brasil	1			
4	Salvador, Brazil	1			
5	Sao Paulo, Brazil	1			

NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#ForaRonan	118	89 POSITIVO	0 NEUTRO	4 NEGATIVO	96% 0% 4%
#ForaGeralda	85	6 POSITIVO	0 NEUTRO	58 NEGATIVO	9% 0% 91%
#FicaRonan	92	34 POSITIVO	0 NEUTRO	50 NEGATIVO	40% 0% 60%
#FicaGeralda	77	72 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%

TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag									Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

### TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	ForaRonan	85	6	foraronan	56
2	FicaGeralda	74	7	bbb16	43
3	FicaRonan	70	8	ficageralda	32
4	ForaGeralda	67	9	forageralda	24
5	BBB16	65	10	teammunik	20

### TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="https://twitter.com/indispensavel/status/715733357250920452">https://twitter.com/indispensavel/status/715733357250920452</a>	2
2	<a href="https://twitter.com/ninfonociao/status/715726282592555008">https://twitter.com/ninfonociao/status/715726282592555008</a>	2
3	<a href="https://twitter.com/barb4ro/status/715730731188748288">https://twitter.com/barb4ro/status/715730731188748288</a>	1
4	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/21/quem-voce-quer-eliminar-484893ce-ef13-11e5-aba2-9cb654717a46.html</a>	1
5	<a href="https://twitter.com/razaonanapaula/status/715728810742845440">https://twitter.com/razaonanapaula/status/715728810742845440</a>	1
6	<a href="http://twitter.com/bbbebelandia/status/715729335341223936/photo/1">http://twitter.com/bbbebelandia/status/715729335341223936/photo/1</a>	1
7	<a href="https://twitter.com/viicioreality/status/715733527346733057">https://twitter.com/viicioreality/status/715733527346733057</a>	1
8	<a href="https://twitter.com/wins___/status/715727471535108096">https://twitter.com/wins___/status/715727471535108096</a>	1
9	<a href="https://twitter.com/povodooriente/status/715729161546035200">https://twitter.com/povodooriente/status/715729161546035200</a>	1
10	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/31/quem-voce-quer-eliminar-f36d2d78-f7b0-11e5-af27-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/3/31/quem-voce-quer-eliminar-f36d2d78-f7b0-11e5-af27-9cb654714a76.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	1

PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

---

NUVEM DE TAGS POSITIVA

---

NUVEM DE TAGS NEGATIVA

---

Paredão 11 • Relatório Monitoramento - 27/03/16 a 02/04/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE



MAIOR VOLUME DE POSTS

TWITTER **80%**

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

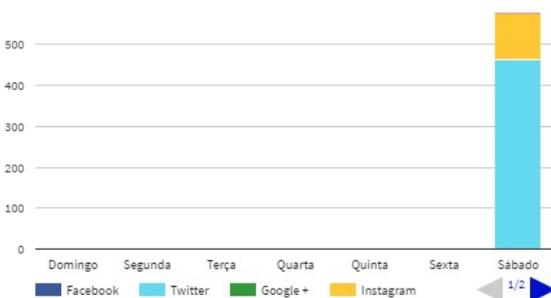
**577**

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

**1%**

*7 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

**23:00 - 00:00**

*56% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 23:00 e 00:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

**SÁBADO**

*100% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na sábado.*

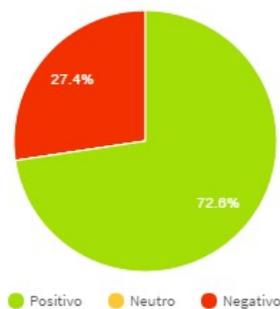
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**577**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**02/04/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**73%** De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 522** POSTS QUALIFICADOS
- 379** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 143** POSTS NEGATIVOS

USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. GERAÇÃO RENAULT  
SEGUINDO 366 SEGUIDORES 505 MENÇÕES 3
2. ADRIANO GUIMARÃES  
SEGUINDO 6017 SEGUIDORES 6416 MENÇÕES 2
3. #NÃOPL4330  
SEGUINDO 56 SEGUIDORES 49 MENÇÕES 2
4. YURE RENAULT  
SEGUINDO 70 SEGUIDORES 47 MENÇÕES 2
5. MARCUSCUZ  
SEGUINDO 275 SEGUIDORES 189 MENÇÕES 2
6. RAQUEL  
SEGUINDO 60 SEGUIDORES 47 MENÇÕES 2
7. FEH  
SEGUINDO 653 SEGUIDORES 877 MENÇÕES 2
8. LU BARBOSA  
SEGUINDO 889 SEGUIDORES 4424 MENÇÕES 2
9. LARY NUNES  
SEGUINDO 326 SEGUIDORES 1616 MENÇÕES 2
10. LUAINNY MATIAS  
SEGUINDO 83 SEGUIDORES 28 MENÇÕES 2

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. LEONOR DE MORAES-SUD  
SEGUINDO 393 SEGUIDORES 381 MENÇÕES 5
2. SENTA LÁ, RONNEY  
SEGUINDO 378 SEGUIDORES 1943 MENÇÕES 3
3. DEIZE MIRANDAS  
SEGUINDO 267 SEGUIDORES 215 MENÇÕES 3
4. LAISA RENAULT  
SEGUINDO 875 SEGUIDORES 894 MENÇÕES 2
5. DITUS  
SEGUINDO 722 SEGUIDORES 190 MENÇÕES 2
6. RONAN RENAULT®  
SEGUINDO 105 SEGUIDORES 222 MENÇÕES 2
7. SENTA LÁ, RAFFA  
SEGUINDO 558 SEGUIDORES 208 MENÇÕES 2
8. DORINHA  
SEGUINDO 573 SEGUIDORES 408 MENÇÕES 2
9. SENTA LÁ SARAH  
SEGUINDO 149 SEGUIDORES 31 MENÇÕES 2
10. SENTA LÁ CAU!  
SEGUINDO 33 SEGUIDORES 54 MENÇÕES 2

## AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES

494



MÉDIA DIÁRIA

494



TAXA DE RECORRÊNCIA

0,0%

## DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES



## CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Brasília, Brazil	2	6	Rio de Janeiro, Brazil	1
2	Buriti Alegre, Brasil	1	7	Santa Maria, Brasil	1
3	Manaus, Brazil	1	8	Sao Paulo, Brazil	1
4	Nova Iguaçu, Brasil	1			
5	Porto Alegre, Brazil	1			

## NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#FóraRonan	156	131 POSITIVO	0 NEUTRO	1 NEGATIVO	99% 0% 1%
#FicaRonan	138	64 POSITIVO	0 NEUTRO	67 NEGATIVO	49% 0% 51%
#FóraMunik	125	32 POSITIVO	0 NEUTRO	75 NEGATIVO	30% 0% 70%
#FicaMunik	158	152 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%

## USUÁRIOS MAIS INFLUENTES

	<b>1. UM AMIGO SINCERO</b> SEGUINDO 84637 SEGUIDORES 82260 MENÇÕES 1
	<b>2. ANA</b> SEGUINDO 22785 SEGUIDORES 26631 MENÇÕES 1
	<b>3. IGOR #TEAMMUNIK</b> SEGUINDO 970 SEGUIDORES 23335 MENÇÕES 1
	<b>4. RAMON LACERDA</b> SEGUINDO 23074 SEGUIDORES 22045 MENÇÕES 1
	<b>5. ADRIANO GUIMARÃES</b> SEGUINDO 6017 SEGUIDORES 6416 MENÇÕES 3

	<b>6. LULLY</b> SEGUINDO 8385 SEGUIDORES 8522 MENÇÕES 2
	<b>7. SU ANNIK GOIÁS</b> SEGUINDO 731 SEGUIDORES 8303 MENÇÕES 2
	<b>8. JESSICA RENAULT</b> SEGUINDO 4031 SEGUIDORES 10277 MENÇÕES 1
	<b>9. ANA DA PADARIA</b> SEGUINDO 786 SEGUIDORES 10231 MENÇÕES 1
	<b>10. FERNANDA VEGAS</b> SEGUINDO 2194 SEGUIDORES 10225 MENÇÕES 1

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	v	i	+	+	+	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	FicaMunik	228	6	ficamunik	60
2	ForaRonan	133	7	bbb16	52
3	FicaRonan	117	8	VaiMunik	51
4	ForaMunik	103	9	foraronan	45
5	BBB16	96	10	munikcampeã	36

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/2/quem-voce-quer-eliminar-b1a2cd06-f93d-11e5-8bdb-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/2/quem-voce-quer-eliminar-b1a2cd06-f93d-11e5-8bdb-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	8
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/2/quem-voce-quer-eliminar-b1a2cd06-f93d-11e5-8bdb-9cb654717a46.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/2/quem-voce-quer-eliminar-b1a2cd06-f93d-11e5-8bdb-9cb654717a46.html</a>	8
3	<a href="http://twitter.com/GianAnitterBR/status/716451125772337152/photo/1">http://twitter.com/GianAnitterBR/status/716451125772337152/photo/1</a>	5
4	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/2/quem-voce-quer-eliminar-b1a2cd06-f93d-11e5-8bdb-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/2/quem-voce-quer-eliminar-b1a2cd06-f93d-11e5-8bdb-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	3
5	<a href="http://ln.is/gshow.globo.com/real/GUZau">http://ln.is/gshow.globo.com/real/GUZau</a>	2
6	<a href="https://twitter.com/Apuracao_BBB16/status/716452723634356224">https://twitter.com/Apuracao_BBB16/status/716452723634356224</a>	2
7	<a href="https://twitter.com/FaniPacheco/status/716086274667515904">https://twitter.com/FaniPacheco/status/716086274667515904</a>	2
8	<a href="http://ln.is/gshow.globo.com/real/pDXcn">http://ln.is/gshow.globo.com/real/pDXcn</a>	2
9	<a href="https://twitter.com/furacaodobbb/status/716427189055520768">https://twitter.com/furacaodobbb/status/716427189055520768</a>	1
10	<a href="https://twitter.com/julianolaham/status/716457438350807040">https://twitter.com/julianolaham/status/716457438350807040</a>	1

PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

---

NUVEM DE TAGS POSITIVA

---

NUVEM DE TAGS NEGATIVA

---

Final BBB16 • Relatório Monitoramento - 29/03/16 a 04/04/16

RESULTADOS RECUPERADOS POR REDE



MAIOR VOLUME DE POSTS

TWITTER **88%**

*O Twitter é a rede com mais resultados recuperados durante o monitoramento.*

TOTAL DE POSTS ENCONTRADOS

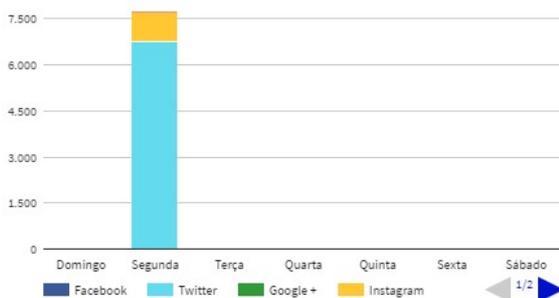
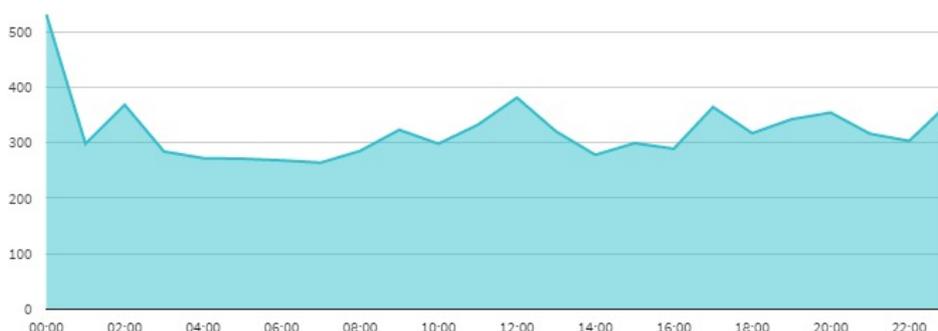
**7727**

TOTAL DE LIXO REMOVIDO

**0%**

*9 posts foram identificados como lixo e removidos da sua busca.*

RESULTADOS ENCONTRADOS POR HORÁRIO E DIA DA SEMANA



HORÁRIO COM MAIS POSTS

**00:00 - 01:00**

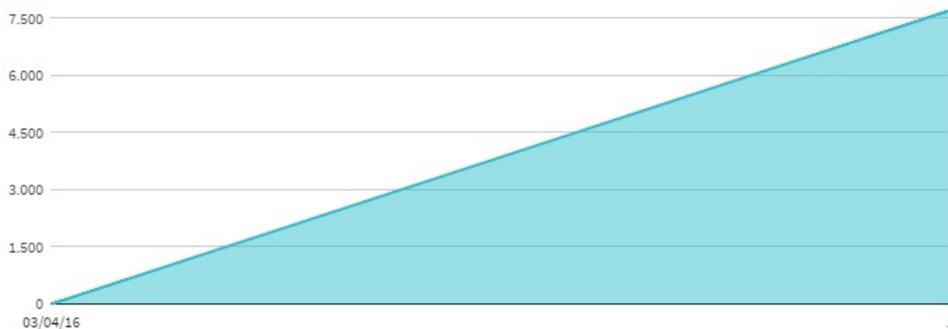
*7% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 00:00 e 01:00hrs.*

DIA COM MAIS POSTS

**SEGUNDA**

*100% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.*

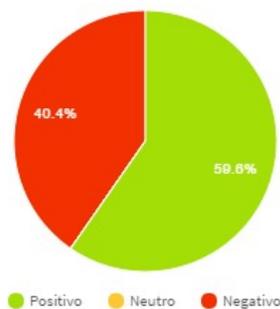
RESULTADOS ENCONTRADOS POR DIA



MÉDIA DIÁRIA DE RESULTADOS  
**3864**

DIA COM MAIS RESULTADOS  
**04/04/16**

ANÁLISE DE SENTIMENTO



ÍNDICE DE APROVAÇÃO

**60%**

De acordo com as qualificações este monitoramento tem uma percepção positiva do público.

- 6704** POSTS QUALIFICADOS
- 3997** POSTS POSITIVOS
- 0** POSTS NEUTROS
- 2707** POSTS NEGATIVOS

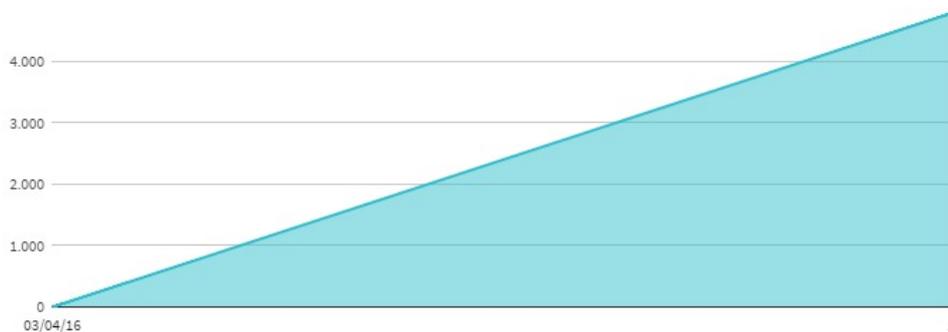
USUÁRIOS COM MAIS POSTS POSITIVOS

1. BBB 2016  
SEGUINDO 5 SEGUIDORES 856 MENÇÕES 46
2. VITO RENAULT  
SEGUINDO 202 SEGUIDORES 120 MENÇÕES 13
3. CAROL  
SEGUINDO 261 SEGUIDORES 1333 MENÇÕES 12
4. MARCELLE RENAULT  
SEGUINDO 2450 SEGUIDORES 806 MENÇÕES 11
5. BEA\_PT06 PEQUI  
SEGUINDO 281 SEGUIDORES 463 MENÇÕES 10
6. ANABH  
SEGUINDO 892 SEGUIDORES 561 MENÇÕES 8
7. WINI RENAULT  
SEGUINDO 943 SEGUIDORES 3501 MENÇÕES 8
8. MOMO DA MINHA VIDA  
SEGUINDO 2879 SEGUIDORES 3679 MENÇÕES 8
9. EVELINE DA SILVA  
SEGUINDO 1143 SEGUIDORES 229 MENÇÕES 8
10. MUNIK CAMPEÃ  
SEGUINDO 310 SEGUIDORES 10429 MENÇÕES 7

USUÁRIOS COM MAIS POSTS NEGATIVOS

1. CACAU CAMPEÃ  
SEGUINDO 958 SEGUIDORES 1249 MENÇÕES 59
2. BBB 2016  
SEGUINDO 5 SEGUIDORES 856 MENÇÕES 28
3. SENTA LÁ, DEYVISON  
SEGUINDO 2807 SEGUIDORES 2357 MENÇÕES 19
4. MALÉVOLA.\*. €ST  
SEGUINDO 205 SEGUIDORES 472 MENÇÕES 19
5. RAQUEL CHEHADE SALEM  
SEGUINDO 588 SEGUIDORES 65 MENÇÕES 18
6. DANYELA PAIVA  
SEGUINDO 270 SEGUIDORES 276 MENÇÕES 17
7. SENTA LÁ, UAI  
SEGUINDO 506 SEGUIDORES 8777 MENÇÕES 14
8. MONICA MICHAEL BRASI  
SEGUINDO 56 SEGUIDORES 80 MENÇÕES 14
9. SENTA LÁ, PORTAL.  
SEGUINDO 254 SEGUIDORES 3916 MENÇÕES 13
10. SENTA LÁ, KAKAU\_  
SEGUINDO 61 SEGUIDORES 36 MENÇÕES 13

## AUTORES DAS POSTAGENS POR DIA



TOTAL DE AUTORES  
**4792**



MÉDIA DIÁRIA  
**2396**



TAXA DE RECORRÊNCIA  
**0,0%**

## DIVISÃO ENTRE HOMENS E MULHERES



**4%**

**96%**



## CIDADES COM MAIS CITAÇÕES

#	Cidade	Número	#	Cidade	Número
1	Rio de Janeiro, Brazil	18	6	Duque de Caxias, Brasil	4
2	Sao Paulo, Brazil	9	7	Fortaleza, Brazil	4
3	Porto Alegre, Brazil	7	8	Porto Feliz, Brasil	4
4	Caçador, Brasil	5	9	Alcântaras, Brasil	3
5	Belém, Brazil	4	10	Curitiba, Brazil	3

## NÚMERO E QUALIFICAÇÃO DE POSTS POR TERMO MONITORADO

Termo	Total de posts	Posts qualificados			Qualificação dos posts em %
#MunikCampea	2165	1964 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	100% 0% 0%
#VaiMunik	1834	1632 POSITIVO	0 NEUTRO	3 NEGATIVO	100% 0% 0%
#CacauCampea	2002	204 POSITIVO	0 NEUTRO	1595 NEGATIVO	11% 0% 89%
#VaiMariaClaudia	1726	197 POSITIVO	0 NEUTRO	1109 NEGATIVO	15% 0% 85%
#VaiCacau	0	0 POSITIVO	0 NEUTRO	0 NEGATIVO	0% 0% 0%

## USUÁRIOS MAIS INFLUENTES

 1. LUIZ HALAN SEGUINDO 799 SEGUIDORES 654857 MENÇÕES 2	 6. #PÂNICONABAND SEGUINDO 393 SEGUIDORES 351865 MENÇÕES 1
 2. GAROTA IRONIA SEGUINDO 7745 SEGUIDORES 299726 MENÇÕES 3	 7. SITE OFUXICO SEGUINDO 1585 SEGUIDORES 336094 MENÇÕES 1
 3. EGO SEGUINDO 971 SEGUIDORES 719553 MENÇÕES 1	 8. CACAU, SENTA LÁ! SEGUINDO 651 SEGUIDORES 48898 MENÇÕES 6
 4. MUNIK NUNES BARBOSA SEGUINDO 1038 SEGUIDORES 108587 MENÇÕES 4	 9. WILL SEGUINDO 4411 SEGUIDORES 57247 MENÇÕES 5
 5. O SUMIDO SEGUINDO 562 SEGUIDORES 394669 MENÇÕES 1	 10. SEGUINDO 5003 SEGUIDORES 129402 MENÇÕES 2

## TAGS MAIS MARCADAS POR REDE

Tag	f	t	g+	▶	📷	📺	📧	📱	Total
sugestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
reclamação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
influenciador	-	-	-	-	-	-	-	-	-
elogio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## TOP HASHTAGS

#	Hashtag	Número	#	Hashtag	Número
1	VaiMunik	2082	6	CacauCampeã	843
2	MunikCampeã	2071	7	MunikCampea	824
3	VaiMariaClaudia	1778	8	vaimunik	515
4	CacauCampea	1366	9	bbb16	505
5	BBB16	1313	10	munikcampeã	367

## TOP LINKS

#	Link	Número
1	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	168
2	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html</a>	142
3	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	36
4	<a href="https://www.instagram.com/p/BDxXUz5sZC2/">https://www.instagram.com/p/BDxXUz5sZC2/</a>	21
5	<a href="http://twitter.com/bbb/status/716042715457318913/photo/1">http://twitter.com/bbb/status/716042715457318913/photo/1</a>	19
6	<a href="http://gshow.globo.com">http://gshow.globo.com</a>	13
7	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html#">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html#</a>	11
8	<a href="http://twitter.com/peulivo/status/716825062662410241/photo/1">http://twitter.com/peulivo/status/716825062662410241/photo/1</a>	10

9	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar?utm_source=twitter&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar</a>	10
10	<a href="http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html?utm_source=whatsapp&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar#">http://gshow.globo.com/realities/bbb/BBB-16/interatividade/enquetetv/2016/4/4/quem-voce-quer-que-venca-o-bbb16-80d4c0f4-fa13-11e5-9143-9cb654717a46.html?utm_source=whatsapp&amp;utm_medium=share-bar-desktop&amp;utm_campaign=share-bar#</a>	9

PALAVRAS MAIS ENCONTRADAS

---

NUVEM DE TAGS POSITIVA

---

NUVEM DE TAGS NEGATIVA

---

**APÊNDICE B: RELATÓRIOS DE MONITORAMENTO TWEETREACH**

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaDaniel

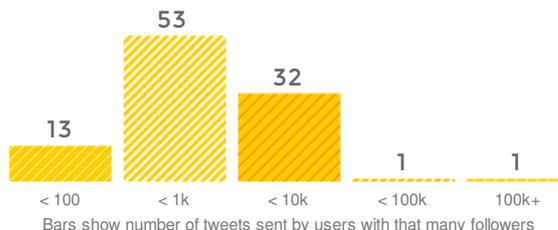
### ESTIMATED REACH

# 167,186

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 216,446

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

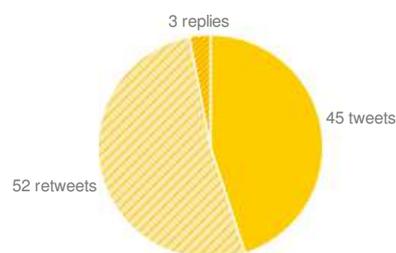
TWEETS

# 79

CONTRIBUTORS

# 4

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

113.8k IMPRESSIONS		@twittess
11 RETWEETS		@DanielMutiroes
11 MENTIONS		@DanielMutiroes

### MOST RETWEETED TWEETS

9		Nat @nathaliacomenta Sabia que ia queimar Daniel nessa edição hahahaha. A de ontem foi boazinha demais pra ser verdade. #FicaDaniel
6		Plum! @niqueplum Deram uma queimada linda no Daniel, a Harumi deve tá saindo. #FicaDaniel
6		Mutirões Daniel @DanielMutiroes VOTEM ATÉ O BIAL ENCERRAR A VOTAÇÃO #FicaDaniel #ForaHarumi

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
twitless	1	1	113.8k
rafavittipegar	2	1	14.8k
niqueplum	1	6	12.6k
dxsperatte	1	0	7.9k
savemrwhite	2	0	6.5k
jessbitchmoney	3	0	4.1k
Mateloko0	2	0	4.1k
Malucvrg	2	1	3.1k
KahCoss	2	3	2.6k
youtubers_bbb	2	0	2.5k
lorexana106	1	0	2.3k
bwnita	1	0	2.2k
inara_lima9	2	0	2k
porraathiago	1	0	1.7k
Uc4nfly	1	0	1.5k
manzieris	4	0	1.4k
BBBafons	2	1	1.4k
smilefneto	1	0	1.3k
AmoPancinha	1	0	1.2k
katlima_	1	0	1.2k
LuarLoveDiRo	1	0	1.2k
fmvloved	1	0	1.2k
parisqueira	1	0	1.1k
opsrealityzei	1	0	1.1k
BBBaddicted	1	0	1.1k
Juh48762908	1	0	1k
FCtamoAE	1	0	1k
paporealitys	1	0	932
fatimamitson	1	0	921
rapha_cms	1	0	915
DanielMutiroes	1	11	904
polemmico	1	0	857
agatham18	1	0	786
daiana_za	1	0	734
Ursulacioli	1	0	725
FerlineAmor	1	0	697
vizeumica_	1	0	685
thiagotv	1	0	669
Ainoab041Andre	3	0	669
DayaneMartins_	3	0	657
denisetav	1	0	593
tammys2s	1	0	591
swingdodiego	1	0	584
danielleolvr	1	0	523
batista_priih	1	0	517
miriamjfmrsdkj	1	0	514
nathaliarom_	1	0	479
fuckmybadhabits	1	0	478
FCJulianaDias	1	0	454
AninhadSJC	1	0	434

## TWEETS TIMELINE

Jan 27, 2016 at 12:26am UTC



Jess @jessbitchmoney  
RT @DanielMutiroes: QUERO GERAL VOTANDO SEM CONTAR, SEM PARAR E SEM ASSISTIR A EDIÇÃO!!! FOCO NO GSHOW E SAIAM DA TML #BBB16 #FicaDaniel #F...



Raphaella ♥ @rapha\_cms  
RT @niqueplum: Deram uma queimada linda no Daniel, a Harumi deve tá saindo. #FicaDaniel



Fatima Couto Martins @fatimamitson  
#BBB16 votando enquanto passa a edição vamos q vamos #FicaDaniel GO



thai @bwnita  
80% do Facebook é #FicaDaniel.



Débora @smilefneto  
RT @nathaliacometa: Sabia que ia queimar Daniel nessa edição hahahaha. A de ontem foi boazinha demais pra ser verdade. #FicaDaniel



Tírré @inara\_lima9  
Daniel é todo fofa gnt #FicaDaniel



Paula #FicaDaniel @napaulacordeiro  
@RedeGlobo #FicaDaniel e #ForaHarumi!



B l u m e . @Uc4nfly  
RT @niqueplum: Deram uma queimada linda no Daniel, a Harumi deve tá saindo. #FicaDaniel



Adriel @polemmico  
RT @DanielMutiroes: VOTEM ATÉ O BIAL ENCERRAR A VOTAÇÃO #FicaDaniel #ForaHarumi



ficadaniel. @manzijehtian  
RT @rafavittipegar: OIEM O SORRISO DESSE PUTOOOOOOO #FicaDaniel #BBB16

Jan 27, 2016 at 12:26am UTC



Malévola @Malevola\_rainha  
Votando direto, galera! #BBB16 #FicaDaniel



Nath @nathaliarom\_  
RT @KahCoss: Torra aí que eu voto aqui. #FicaDaniel #BBB16



GeUOUrge Montgomery @dxsperatte  
Harumi ronca... Claramente deve ser eliminada #FicaDaniel #BBB16



matheus @Mateloko0  
O FOCO É AKI GENTE , ATÉ ACABAR A VOTAÇÃO !!! #FicaDaniel  
<https://t.co/pp7vd5zCMz>



BBBruno @brunolima023  
@RedeGlobo #FicaDaniel #ForaHarumi

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# # FicaHarumi

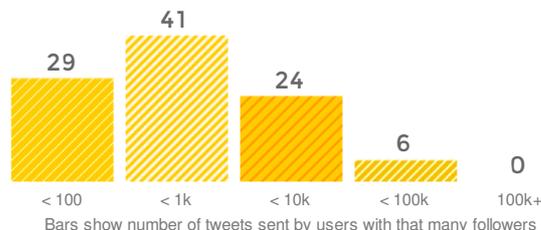
## ESTIMATED REACH

# 246,315

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 291,434

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

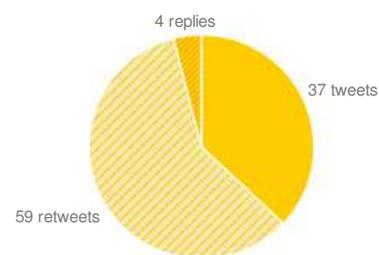
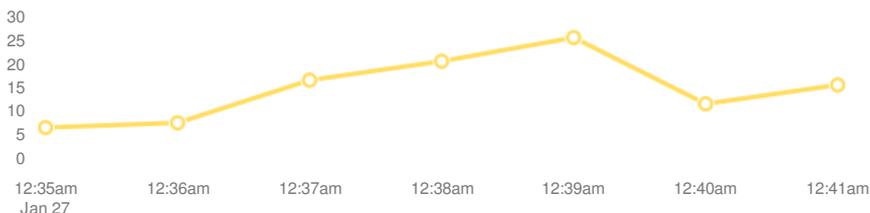
TWEETS

# 84

CONTRIBUTORS

# 7

MINUTES



## TOP CONTRIBUTORS

- 91k** IMPRESSIONS @Aguinaldinho
- 22** RETWEETS @Aguinaldinho
- 22** MENTIONS @Aguinaldinho

## MOST RETWEETED TWEETS

- 22** **Aguinaldinho @Aguinaldinho**  
Harumi tem uma história de vida incrível, se ela der a possibilidade de se abrir mais teremos o melhor dos entretenimentos. #FicaHarumi
- 10** **Thiago Pasqualotto @thiago\_p**  
Tú votou no mesmo ombro em que chorou, Daniel! #ForaDaniel #FicaHarumi #BBB16
- 8** **Fernando Oliveira @fefito**  
#FicaHarumi

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
Aguinaldinho	1	22	91k
fefito	1	8	90.4k
_UmSolitario1	1	0	13k
xleandrofonseca	1	0	12.3k
NikComenta	1	3	11.9k
nahierr	1	0	10.7k
comentandoh	1	0	4.9k
uineguin	2	0	3.9k
Harumilshihara	4	8	3.1k
sdamascenosilva	1	0	2.9k
maryht325	1	0	2.8k
SigaDetetive	2	0	2.5k
AninhaGelis	1	0	2.3k
SofiaACamargo7	1	1	2.3k
tuitajea	1	0	2.2k
EuMLopes	1	0	1.9k
bbbrelata	1	0	1.9k
FandomTamanda	1	0	1.8k
Mitavel_	1	0	1.7k
Lacreizei	2	0	1.6k
maromba_chata	1	0	1.6k
oJeffsTM	1	0	1.4k
naoseithiago	1	0	1.4k
falsirillo	1	0	1.4k
viittu	1	0	1.3k
_TalytaMayara	1	0	1.2k
dougfidelis	1	0	1.1k
RickyFrancoReal	1	0	1.1k
gugutrupe	1	0	1k
LoveKaEli1	1	0	1k
albino_aline	2	0	896
AlineGadelha12	2	0	888
brendafelipe	1	0	789
BabaluNeon	1	0	738
alexisdelrey33	1	0	677
queengiardini	1	0	669
SabeOBBB	1	0	639
kaueedobbb	1	0	579
Agate_Miele	1	0	544
JacqueLeeFC	1	0	541
isadoracost	1	0	517
jozevittor	1	1	516
simonecampos_	1	0	394
theBestOtavio	1	0	337
ladyputiane	1	0	313
juninhoabrah	1	0	299
joaozinhosantos	1	0	269
GioPreuss	1	0	262
VicctoriasS	1	0	259
jhordancosta	1	0	251

## TWEETS TIMELINE

Jan 27, 2016 at 12:41am UTC



ma @uineguin  
RT @NilmaAguiar: A produção do @bbb já mandou a letra,p/lembrar q o Daniel foi ingrato com a @Harumilshihara q desde o começo,lhe estendeu ...



Bruno leonno @BrunoLeonno  
Gente,eu amo esse #BBB16 #SaíDaniel #FicaHarumi #Adélia e a outra rica são maravilhosas!



Harumi BBB16 Oficial @6HarumiBBB16  
RT @Harumilshihara: #FicaHarumi ☎ 0303 10 884 01 SMS 88401 <https://t.co/iJa2aJ9Zj...>



Boss @Mitavel\_  
RT @thiago\_p: Tú votou no mesmo ombro em que chorou, Daniel!  
#ForaDaniel #FicaHarumi #BBB16



Josiane @Josiane\_71  
RT @Aguinaldinho: Harumi tem uma história de vida incrível, se ela der a possibilidade de se abrir mais teremos o melhor dos entretenimento...



Ana C. @anakmyla  
RT @Aguinaldinho: Harumi tem uma história de vida incrível, se ela der a possibilidade de se abrir mais teremos o melhor dos entretenimento...



Júnior Paiva @jjuniorpaiva  
RT @thiago\_p: Tú votou no mesmo ombro em que chorou, Daniel!  
#ForaDaniel #FicaHarumi #BBB16



Harumi BBB16 OFICIAL @Harumilshihara  
RT @Aguinaldinho: Harumi tem uma história de vida incrível, se ela der a possibilidade de se abrir mais teremos o melhor dos entretenimento...



Ht @Agate\_Miele  
Renan fala "seje". Fim. #FicaHarumi



ma @uineguin  
RT @Aguinaldinho: Harumi tem uma história de vida incrível, se ela der a possibilidade de se abrir mais teremos o melhor dos entretenimento...



Aline Gadelha @AlineGadelha12  
#FicaHarumi



João Victor @joaozinhosantos  
#FicaHarumi #BBB16



Ricky Franco SSCP @RickyFrancoReal  
RT @Harumilshihara: MUTIRÃO DO " ENCERROU " VOTEM ATÉ ENCERRAR E DEPOIS MANDEM OS VOTOS! #FicaHarumi \* RT Pra continuar



Harumi BBB16 OFICIAL @Harumilshihara  
#FicaHarumi ☎ 0303 10 884 01 SMS 88401 <https://t.co/iJa2aJ9Zj...>



Comentando o BBB16 @SigaDetetive  
RT @Aguinaldinho: Harumi tem uma história de vida incrível, se ela der a possibilidade de se abrir mais teremos o melhor dos

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaDaniel

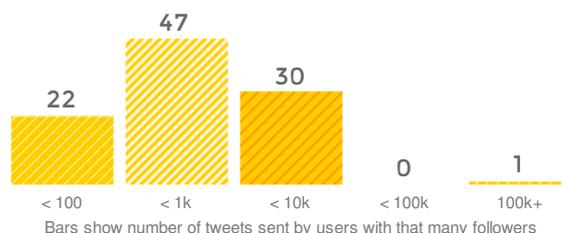
### ESTIMATED REACH

# 400,223

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 487,971

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

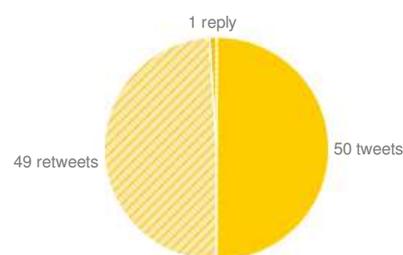
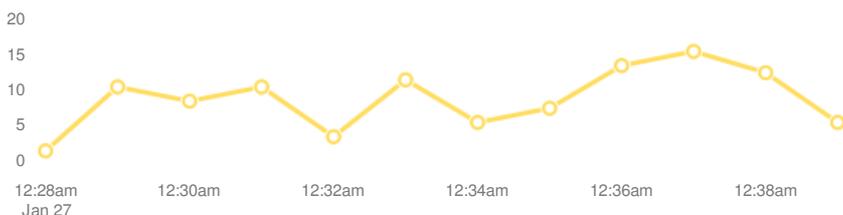
TWEETS

# 76

CONTRIBUTORS

# 12

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

394.2k IMPRESSIONS		@orgastic_desire
8 RETWEETS		@teamrealityx
8 MENTIONS		@teamrealityx

### MOST RETWEETED TWEETS

15		Thiago Pasqualotto @thiago_p Tú votou no mesmo ombro em que chorou, Daniel! #ForaDaniel #FicaHarumi #BBB16
5		kathelen 61% @teamrealityx edição mostrando o quão escroto daniel foi, desculpa, mas sou #ForaDaniel VOTA QUE DA #BBB16
3		Cobertura BBB @CoberturaBBB Muito que bem Bial mostrando a falsidade de Danel! #ForaDaniel

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
orgastic_desire	1	3	394.2k
LenaGronchi	7	2	17.6k
JamisonMiranda	1	0	6.6k
felipeccamargo_	1	0	5.9k
SofiaACamargo7	2	1	4.6k
ManualDeBBB	1	1	4k
lemes_laurinha	1	0	3.3k
ApxporClanessa	1	0	2.9k
alexisdelrey33	4	0	2.7k
brubstuita	1	2	2.6k
carolinavaz9	1	0	2.4k
paty1812	2	0	2.3k
tuitajeane	1	0	2.2k
gugutrupe	2	0	2.1k
staylevine	1	0	2k
Raiolaser_	1	0	1.8k
teamrealityx	1	8	1.7k
fearstwd	1	0	1.6k
jordananevess	2	0	1.5k
rosiccouto	1	0	1.4k
viittu	1	0	1.3k
SabeOBBB	2	0	1.3k
World_Verii	1	0	1.2k
IvanaBettencour	1	0	1.1k
Dannijor	1	0	1.1k
FaclubeMunik	2	0	1k
rf3040	2	1	1k
LuanTDF	1	0	974
thafroio	2	0	968
LeoPortillo	1	0	874
Lacreizei	1	0	811
itsrealitych	1	1	787
taisgomes95	1	0	783
JustAnaPlease_	1	0	721
EduNascimento3	1	0	711
alexmoura_rs	1	0	711
Renik71927149	1	0	682
1paulo_alves	1	0	618
uaikacio	1	0	548
barbfreitass	1	0	529
emillio_m	1	0	479
ba_mayaa	1	0	449
AlineGadella12	1	0	443
Dudarodrgs	1	0	426
nozue	1	0	422
otpressao	1	0	409
sheisamaziing	1	0	368
day_henz	1	0	349
SousaEv	5	0	320
MigueltorresFr1	1	0	260

## TWEETS TIMELINE

Jan 27, 2016 at 12:39am UTC



Prizinha @Prizinha10  
RT @CoberturaBBB: Muito que bem Bial mostrando a falsidade de Danell! #ForaDaniel



J. Almeida @rf3040  
A roupa da Dona Geralda que amor. Como faço pra levar pra casa? #ForaDaniel



Jamison Miranda @JamisonMiranda  
#ForaDaniel



Luana @Lacreizei  
RT @itsrealitych: ELIMINEM ESSE TROÇO PELO AMOR DE DEUS #ForaDaniel #BBB16



daniel @staylevine  
MUTIRÃO RELÂMPAGO AQUI COMIGO MANDEM OS VOTOS GOGOGO #FORADANIEL

Jan 27, 2016 at 12:39am UTC



Sou #TeamAnaPaula @RqL\_Rocha  
RT @brubstuita: Ah cala boca sai fora #ForaDaniel #BBB16



joao gabriel @JoaoGabrielJGx  
RT @thiago\_p: Tú votou no mesmo ombro em que chorou, Daniel! #ForaDaniel #FicaHarumi #BBB16



Caio Cesar @caio\_cs  
#ForaDaniel



Patty lonce @paty1812  
Pior que eu votei várias vezes !!! #ForaDaniel #ForaDaniel #ForaDaniel se a #HarumiédaFiel a vingança pela derrota na Copinha vemmm #BBB16



Laurinha @lemes\_laurinha  
RT @teamrealityx: edição mostrando o quão escroto daniel foi, desculpa, mas sou #ForaDaniel VOTA QUE DA #BBB16



ANTI @Adeliakeating  
o album preferido do daniel #BBB16 #ForaDaniel  
<https://t.co/0W0dUt5GJv>



Paulo @1paulo\_alves  
RT @orgastic\_desire: #ForaDaniel



Taís @taisgomes95  
Em lugar nenhum... #ForaDaniel #BBB16 [twitter.com/redeglobo/stat...](https://twitter.com/redeglobo/stat...)



ManaLena @LenaGronchi  
Esse homem só sabe falar "EU"... #BBB16 #ForaDANIEL



Portal JuDélia @IvanaBettencour  
Não aguento mais essa choradeira do Daniel. #BBB16 #ForaDaniel

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaHarumi

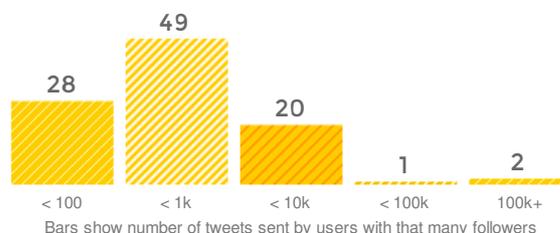
### ESTIMATED REACH

# 642,762

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 1,414,169

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

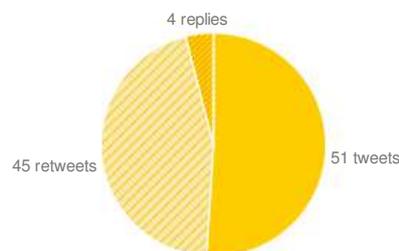
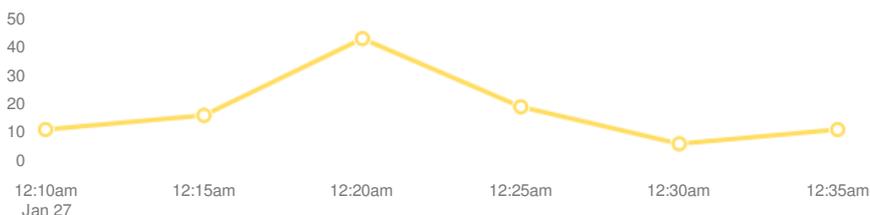
TWEETS

# 71

CONTRIBUTORS

# 27

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

1.3M IMPRESSIONS		@LuizHalan
23 RETWEETS		@DanielMutiroes
23 MENTIONS		@DanielMutiroes

### MOST RETWEETED TWEETS

13		Mutirões Daniel @DanielMutiroes QUERO GERAL VOTANDO SEM CONTAR, SEM PARAR E SEM ASSISTIR A EDIÇÃO!!! FOCO NO GSHOW E SAIAM DA TML #BBB16 #FicaDaniel #ForaHarumi
8		Mutirões Daniel @DanielMutiroes VOTEM ATÉ O BIAL ENCERRAR A VOTAÇÃO #FicaDaniel #ForaHarumi
4		#FicaDaniel @ApoioDanielBBB Vou votar sem parar agora! CONTO COM VOCÊS! FOCO NO GSHOW #FicaDaniel #ForaHarumi

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
LuizHalan	2	0	1.3M
ogarotorafael	1	0	15.6k
dxsperate	1	0	7.9k
Camarote_BBB	1	1	6.4k
ClaraPaivasep	1	0	6.2k
Tuitada_com	1	0	5.6k
shewfancy	1	0	4.9k
bielvaquer	1	0	3.3k
dani_ilo	1	0	3.2k
indiyellow	1	0	2.7k
VieiraJonathass	1	0	2.5k
FCtamoAE	2	0	2k
DanielMutiroes	2	23	1.8k
polemmico	2	0	1.7k
MarciaP_RJ	2	0	1.5k
long_liive	2	0	1.5k
zoareality	1	0	1.4k
jessbitchmoney	1	0	1.4k
falsirillo	1	0	1.4k
eliasrocha23	1	0	1.3k
youtubers_bbb	1	0	1.2k
LumaChan2	1	0	1.2k
mandsmenezes	1	3	1.1k
BBB_porn	1	0	1.1k
manzieris	3	0	1.1k
BBBaddicted	1	0	1.1k
paporealitys	1	0	932
bastosiingrid	2	0	926
DanielFantaC3	1	0	907
bab8359df6894a8	4	0	880
beatrizbenzii	1	0	834
gbrfaanhu	1	1	822
stuartpaula_	1	0	633
miriamjfmrsdkj	1	0	515
mihtuita	1	0	514
miglasualok	2	1	506
MikkeLovy	1	0	503
Higorsep	1	0	441
Peedro702	1	0	380
fcaioferreira	1	0	333
Ray_Avillez	3	0	285
AlineGBBB	2	4	276
leirbagrocha	1	0	262
realixoshow	2	0	254
gabrieljose022	1	0	242
deprelulis	1	0	237
cyoliver	1	0	231
diegonevesRIO	1	0	223
secretsleone	3	0	213
DalLarissa	1	0	197

## TWEETS TIMELINE

Jan 27, 2016 at 12:38am UTC



Danny Santos @bab8359df6894a8  
Vc só soube dormi Harumi #bbb16 #ForaHarumi



#FicaDaniel @happinessrenan  
Já To indo votar #FicaDaniel #foraharumi



GeUOUrge Montgomery @dxsperate  
que harumi o que fora #ForaHarumi nem vejo essa veia na edição



murillo do mimimi @falsirillo  
VENDO VOCÊ VOTAR #ForaHarumi <https://t.co/5SnFQ9TJff>



BBBruno @brunolima023  
#bbb16 Daniel melhor pessoa! #FicaDaniel #ForaHarumi  
#MacholândiaWins



#FicaDaniel @bbbreinando  
RT @DanielMutiroes: QUERO GERAL VOTANDO SEM CONTAR, SEM PARAR E SEM ASSISTIR A EDIÇÃO!!! FOCO NO GSHOW E SAIAM DA TML #BBB16 #FicaDaniel #F...



Malévola @Malevola\_rainha  
#ForaHarumi #BBB16 In.is/gshow.globo.co...



#FicaDaniel @daniganhou  
RT @CentralDaniel: E como lembrar nunca é demais. #ForaHarumi  
#FicaDaniel: ☎ 0303 10 884 02 SMS 88402 Link: [gshow.globo.com/realities/bbb/...](http://gshow.globo.com/realities/bbb/)



#FicaDaniel @daniganhou  
RT @ApoioDanielBBB: Vou votar sem parar agora! CONTO COM VOCÊS! FOCO NO GSHOW #FicaDaniel #ForaHarumi



#FicaDaniel @daniganhou  
RT @OpsApeg4da: DESAFIO: 10 pessoas (100 vts. #ForaHarumi cada) até às 20h30, MIL VOTOS. Quem topa, fav! [gshow.globo.com/realities/bbb/...](http://gshow.globo.com/realities/bbb/)

Jan 27, 2016 at 12:35am UTC



Gabriel José @gabrieljose022  
#ForaHarumi #BBB16



Caio Ferreira @fcaioferreira  
#ForaHarumi



#SouMunik @soununiq  
#ForaHarumi



Chico Boring @ChicoBoring  
#ForaHarumi #BBB16 Queremos treta!



Ingrid Alves @\_Ingridzz  
#Ficadaniel #Foraharumi #Bbb16

TWEETREACH SNAPSHOT FOR  
**#FicaAnaPaula**

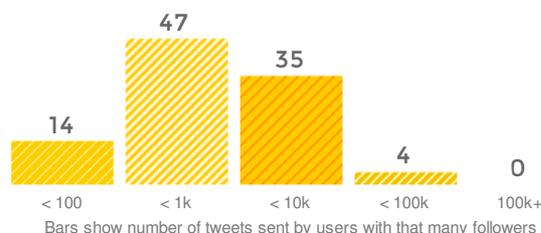
ESTIMATED REACH

**117,830**

ACCOUNTS REACHED

EXPOSURE

**141,987** IMPRESSIONS

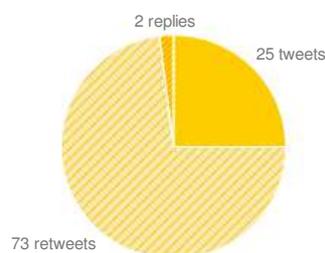


ACTIVITY

**100**  
TWEETS

**91**  
CONTRIBUTORS

**1**  
MINUTE



TOP CONTRIBUTORS

- 12.3k** IMPRESSIONS @RealityAoVivo
- 1** RETWEET @RealityAoVivo
- 1** MENTION @RealityAoVivo

MOST RETWEETED TWEETS

- 13** Hugo Gloss @HugoGloss #FicaAnaPaula
- 7** Cobertura BBB @CoberturaBBB ANA PAULA RAINHA É ATENA E LAERCIO É O VELHO IGUALMENTE NOJENTO DA NOVELA KKKKKKKK #FicaAnaPaula
- 6** Radar #BBB16 @RadarBBB Quem é #FicaAnaPaula dá RT! Vamos ver quantos são? <https://t.co/8T8n7209B7>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
RealityAoVivo	1	1	12.3k
SoyDaraOliveira	1	0	12k
RuwilliamMendes	1	0	11k
iguivieira	1	0	10.1k
RealityDiwa	1	0	9.5k
liaribeirog	1	0	7.5k
SecretosDeDulce	2	0	4.9k
infinityrevival	1	0	4.6k
amandscardoso	1	0	3.4k
moreno_2bj	3	0	3.3k
exercitoodaani	1	0	2.8k
luana_olv	1	0	2.8k
nathalacerda	2	0	2.6k
vulgovitti	1	0	2.5k
alexraawr	1	0	2.5k
AninhaGelis	1	0	2.3k
ittsliar	1	0	2.3k
Thasantovitti	1	0	2.1k
pfvrLavi	1	0	2.1k
aeioushowu	1	0	2k
mycrazymind1	1	0	2k
highbadgal	1	0	1.8k
apegaderrima	1	0	1.8k
conexaoddz	1	0	1.7k
victtorluca	1	0	1.6k
CatsNa1D	1	0	1.5k
jaquyyyy	1	0	1.4k
pedazosdeany	1	0	1.2k
Tallitabb15	1	0	1.2k
flysianne	1	1	1.1k
lalaacometa	1	0	1.1k
thattiaraujo	1	0	1.1k
loveformilk	1	0	1.1k
italobrt	1	0	1k
anaaapbbm	1	0	1k
jehbort	1	0	872
lorenamureb	1	0	841
thamires3000	1	0	798
Rafaelalemess	1	0	784
Ulhianacr	1	0	746
I_CasalReal	1	0	691
Dhenize_	1	0	665
kellyA1948	1	0	636
torlonelli	1	0	618
secretsiza	1	0	612
fanii7ferreira	1	0	599
beccanog	1	0	589
brutavarex	1	0	588
grbru	1	0	575
laisfranca	1	0	495

## TWEETS TIMELINE

- Feb 3, 2016 at 12:46am UTC
-  #FicaAnaPaula @TorquatoVSHosk  
RT @eGabrielAlves: Depois de ler isso, acho que #FicaAnaPaula, rs #BBB16 <https://t.co/G8tSH3ZrKF>
-  lÍvia #FicaAnaPaula @flysianne  
a cara de nojo da aninha #FicaAnaPaula
-  Humor BBB16 @HumorBBB16  
RT @MatheusbrunoLis: Como o Laercio fala de amor se na chamada do #BBB16 ele falou que era mau #ForaLaercio #FicaAnaPaula
-  Rosilene #Feline @I\_CasalReal  
RT @Aguinaldinho: "Eu tenho sido exatamente o que eu sou, comprometida com o Big Brother" RAINHA DA EDIÇÃO. #FicaAnaPaula #BBB16
-  anne @munikstars  
RT @Porai\_on: ESQUECE A EDIÇÃO #FicaAnaPaula #BBB16
-  Ana Paula #BBB16 @BBB16ana  
RT @TropaBabi: Ana Paula: "Eu vou ficar porque eu estou sendo fiél a mim, a minha personalidade, aos meus conceitos!" VOTA BRASIL! #FicaAna...
-  Ana Paula Bertolini @anaaapbbm  
RT @jooseanee: Só a macholandia torce pro Laércio. Nao precisa dizer mais nada ne? #FicaAnaPaula #foraLaercio
-  Aldee @Dhenize\_  
RT @HugoGloss: #FicaAnaPaula
-  Vi @blessedmunik  
RT @FernandinhaDoRT: Munik e Matheus levantaram a mão para quem estava torcendo pela Ana Paula! Simplesmente melhores pessoas! #FicaAnaPaula
-  mari-TETRA-lobato @marizalobato  
@bbb #FICAANAPAU!!! Se este nojento ficar nem assisto mais, credo....
-  Danieu TDB @wdanieu  
RT @eGabrielAlves: Depois de ler isso, acho que #FicaAnaPaula, rs #BBB16 <https://t.co/G8tSH3ZrKF>
-  Fogata @kettydepaula  
Gente, a ATENA caiu muiuuuuuuuto bem pra Ana Paula #BBB16 #FicaAnaPaula
-  Té @StephSch\_  
RT @ZAMENZA: Isso não pode acabar. #BBB16 #FicaAnaPaula <https://t.co/1vN55Op2em>
-  Sté @CatsNa1D  
RT @HugoGloss: #FicaAnaPaula
-  PABLO @exercitoodaani  
RT @RadarBBB: Quem é #FicaAnaPaula dá RT! Vamos ver quantos são? <https://t.co/8T8n7209B7>

# TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaLaercio

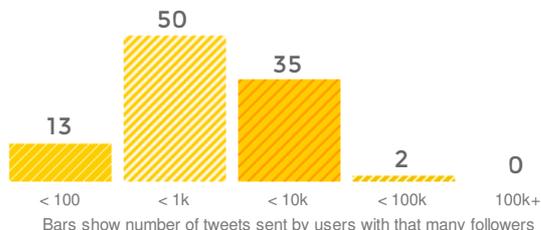
## ESTIMATED REACH

# 88,324

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 138,486

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

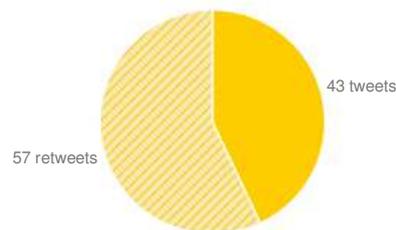
TWEETS

# 67

CONTRIBUTORS

# 26

MINUTES



## TOP CONTRIBUTORS

34.5k IMPRESSIONS		@PaulinhoBaier
3 RETWEETS		@seriouslyelena
3 MENTIONS		@seriouslyelena

## MOST RETWEETED TWEETS

- Enquetes @enquetez\_ você é: #FicaAnaPaula - RETWEET #FicaLaercio - FAVORITE #BBB16 <https://t.co/cJRwU8kyDt>
- Vibe @RecitamosVibe votem muito para eliminar a Ana Paula pessoal, #ForaAnaPaula #FicaLaercio
- gogoReality @gogoreality FORA DONDOCA, PATRICINHA, a Ana tem que estudar, fazer um curso de RELAÇÕES HUMANAS pra quem sabe ser mais humilde #FicaLaercio

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
PaulinhoBaier	1	0	34.5k
GiovannaCostha	5	0	15.6k
demsflops	1	0	12k
Bia_Mariinho	11	0	11.3k
1GarotoFeelings	3	0	7.9k
byTerraNews	1	0	5.8k
TeamLivipe	2	0	5.6k
natii_lirio	12	0	5.5k
alexandre_alves	1	0	3.8k
LALINHAFE	1	0	3.5k
MauriciolimaFLA	1	0	2.6k
JoaoDiflamando	1	1	2.4k
paivarigon	1	0	1.9k
Liztha_	1	0	1.8k
_moreadoluan	1	0	1.7k
espioBigBrother	1	0	1.6k
Ttkrevel13	1	0	1.5k
Dutra_Bernardo	1	0	1.3k
santaismaju	1	0	1.1k
moonlight_flai	1	0	1.1k
ElineFolhadela	1	0	1k
jardeauil	1	0	985
jujuba115	1	1	905
joamathaus	1	0	876
mariantafk	1	0	737
tiih85	1	1	729
seriouslyelena	6	3	690
rackellpietra	1	0	599
itstaaybitch	1	0	580
Thayfs2	1	0	554
fcaryanes	1	0	539
zeantonio39	1	0	531
Jordaan_Castroo	1	0	500
_vilhenas	1	0	499
jusvit	1	0	489
_Lucas_salu_	1	0	482
juliomlgc	1	0	460
alcantarsdiih_	1	0	442
marcoossilva07	1	0	441
uffaana_	1	0	386
liaa_pqp	1	0	384
Duduca_bj	1	0	269
Letirodrigs	1	0	250
agih_1	1	0	243
qissotataa	1	0	237
rosfernandaa	1	0	233
Phzim23	1	1	227
thayyss_	1	0	218
eliza_brazil	1	0	216
carolina_anab	1	0	206

## TWEETS TIMELINE

Feb 3, 2016 at 1:02am UTC



Jardeauil @jardeauil  
#FicaLaércio vai ser o resultado de hoje. #BBB16



Renan #FechadoComCEC @fanaticorenan  
#FicaLaércio



Carolina @seriouslyelena  
ESSE RONAN É A ESCÓRIA MEU PAI #BBB16 #FicaLaercio



AlexandreAlves @alexandre\_alves  
#ForaAnaPaula #FicaLaércio



JJF @Dutra\_Bernardo  
nem vejo big brother mas #ficalaercio



Ingrid Miranda @IngridLMiranda  
RT @enquetez\_: você é: #FicaAnaPaula - RETWEET #FicaLaercio - FAVORITE #BBB16 <https://t.co/cJRwU8kyDt>

Feb 3, 2016 at 1:00am UTC



Livipe Além Do Tempo @TeamLivipe  
Oh mulherzinha arrogante se achando melhor q os outros falar igual ela sua nova nojenta #ForaAnaPaula #FicaLaércio



José Antonio @zeantonio39  
Torcendo muito aqui. #FicaLaércio #ForaAnaPaula #bbb16



flai @moonlight\_flai  
RT @gogoreality: FORA DONDOCA, PATRICINHA, a Ana tem que estudar, fazer um curso de RELAÇÕES HUMANAS pra quem sabe ser mais humilde #FicaLa...



maria @santaismaju  
RT @RecitamosVibe: acabei de dar 100 votos, votem muito #ForaAnaPaula #FicaLaércio



natalia @liaa\_pqp  
RT @RecitamosVibe: votem muito para eliminar a Ana Paula pessoal, #ForaAnaPaula #FicaLaércio



Ana Lourdes SLima @analourdess2im1  
RT @enquetez\_: você é: #FicaAnaPaula - RETWEET #FicaLaercio - FAVORITE #BBB16 <https://t.co/cJRwU8kyDt>



Livipe Além Do Tempo @TeamLivipe  
RT @RecitamosVibe: votem muito para eliminar a Ana Paula pessoal, #ForaAnaPaula #FicaLaércio



Kauh\_ @kauhh\_gaby  
RT @RecitamosVibe: acabei de dar 100 votos, votem muito #ForaAnaPaula #FicaLaércio



Espio Big Brother @espioBigBrother  
Ainda dá tempo! Vota aí! #FicaLaercio #BBB16 <https://t.co/MnVuKj6hwa>

# TWEETREACH SNAPSHOT FOR #ForaAnaPaula

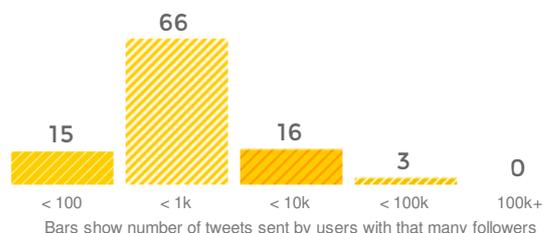
## ESTIMATED REACH

# 74,560

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 103,762

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

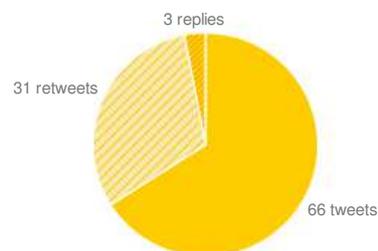
TWEETS

# 67

CONTRIBUTORS

# 8

MINUTES



## TOP CONTRIBUTORS

15.1k IMPRESSIONS		@FandomLeones
4 RETWEETS		@marcimag_
4 MENTIONS		@marcimag_

## MOST RETWEETED TWEETS

3		Márcia Magalhães @marcimag_ Barba azul pode ser tarado, mas a acusação de pedofilia foi muito inconsequente. #ForaAnaPaula
2		Juliana Alves @__Alvess #ForaAnaPaula
2		Vibe @RecitamosVibe votem muito para eliminar a Ana Paula pessoal, #ForaAnaPaula #FicaLaércio

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
FandomLeones	1	0	15.1k
demsflops	1	0	12k
marcimag_	1	4	10.1k
rosemarywarde	1	0	8.3k
1GarotoFeelings	2	0	5.3k
_pqpester	3	0	4.6k
Ttkrevel13	3	0	4.4k
vishgringas	8	1	3.5k
WeiderMartins	1	2	3.4k
izangranger	2	0	3.3k
GiovannaCostha	1	0	3.1k
JennyferAgatha7	3	1	2.8k
LuannaZotti	1	0	2.4k
Duduca_bj	7	1	1.9k
promisesec	1	0	1.7k
_le98	1	0	1.4k
va_Mazzorana	1	0	963
qjssunathy	1	1	929
robcardosos	1	0	890
CostaMilleny	1	0	820
thayportugal	1	0	781
beassalazar	1	0	742
GiselleAsthon	1	0	736
geraldopost	1	0	677
alans_m	1	0	596
consanifran	1	0	580
DudaSallesA	1	0	543
__Alvess	1	2	539
bia_anatriz	1	0	500
Grazicosta22	2	0	490
Lovegude_	1	0	485
julianasivelli	1	0	485
saracarolinee	1	0	475
taybragabj	1	1	458
Olivia_Boas	2	0	458
sorri4miley	1	0	454
apareciida_	1	0	443
SrtaBeaSilva	1	0	437
nadycapistrano	1	0	435
gnomo_42	1	0	432
OficialBiel	1	0	432
mnskenn	1	0	413
otvandrade_	1	0	403
HiagoFFC1	1	0	393
Ohnegona_	1	0	357
kit_kat_s2	1	0	352
LyzaMartha	1	0	351
paullofermando	1	1	292
BBBbloqueado	8	0	288
Just_Like_Mi	1	0	287

## TWEETS TIMELINE

- Feb 3, 2016 at 12:48am UTC
-  Nath @Ohnegona\_  
RT @\_\_Alvess: #ForaAnaPaula
-  Gabriela Souza @gabhysouzaa  
Essa Ana Paula ta se achando a última bct do mundo aff.  
#ForaAnaPaula
-  Nadyr Capistrano @nadycapistrano  
RT @WeiderMartins: Que MORTE horrível, comparar a Ana Paula com a Atena. A Giovana Antonelli deve estar chorando neste momento. #ForaAnaPau...
-  Hiagol @HiagoFFC1  
#ForaAnaPaula
-  Michele @Just\_Like\_Mi  
Votando para Ana Paula sair. #foraAnaPaula #BBB16
- Feb 3, 2016 at 12:48am UTC
-  -ju @sorri4miley  
RT @LuizHalan: A verdade machuca né ??!!!! #SóAcho  
#ForaAnaPaula #BBB16 <https://t.co/j9OvW5BuPv>
-  Maax @1GarotoFeelings  
RT @RecitamosVibe: votem muito para eliminar a Ana Paula pessoal,  
#ForaAnaPaula #FicaLaércio
-  Re Santos @SantosRe2011  
@bwnita Cade a sua certeza q a Arrogante e sem educacao AP fica?  
#foraanapaula
-  Duds @Duduca\_bj  
Pelo menos uma vez na vida Brasil, vota na pessoa certa, n fode o  
#bbb16 que nem fuderam o Brasil colocando Dilma #ForaAnaPaula
-  snapGiselleSchramek @GiselleAsthon  
Ana Paula não chega nem as unhas sujas da Atena. #BBB Essa  
comparação foi pra rir. #foraAnaPaula
-  Camila almeida @almeida21camila  
#foraanapaula
-  Biia @demsflops  
RT @WeiderMartins: Que MORTE horrível, comparar a Ana Paula com a Atena. A Giovana Antonelli deve estar chorando neste momento. #ForaAnaPau...
-  MARCELLO EVANS @EvansMarcello  
#ForaAnaPaula
-  Ester @pqpester  
RT @vishgringas: #ForaAnaPaula vai ser descontrolada na sua casa que seu pai limpa sua bunda ainda
- Feb 3, 2016 at 12:47am UTC
-  Joberto Cezar @Jobcezar

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaLaercio

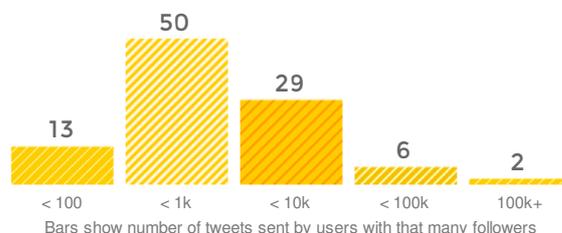
### ESTIMATED REACH

# 335,566

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 531,063

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

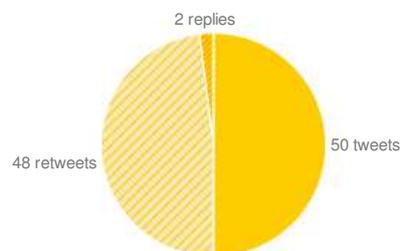
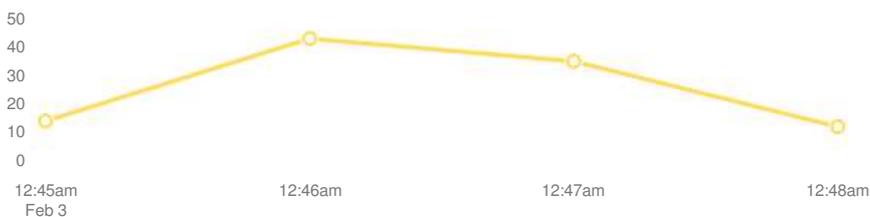
TWEETS

# 95

CONTRIBUTORS

# 4

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

285.7k		@MarianaBelem
IMPRESSIONS		
4		@_AEliminacao
RETWEETS		
4		@_AEliminacao
MENTIONS		

### MOST RETWEETED TWEETS

12		Joseane Silva @joseanee Só a macholândia torce pro Laércio. Nao precisa dizer mais nada ne? #FicaAnaPaula #foraLaercio
7		Nozue @nozue O. CARA. TEVE. SETE. VOTOS. #BBB16 #ForaLaercio twitter.com/mauriciostycer...
3		Lu @Lucass_Cunha Se hoje o Brasil não eliminar o Laércio, em 2018 Bolsonaro é presidente! #ForaLaercio #BBB16

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
MarianaBelem	2	1	285.7k
FelixBipolar	1	0	55.4k
BBB16_Brasil	1	0	28.7k
Vitordrade	1	0	22.5k
letaccilo	1	0	18.7k
Uzedajunior	1	0	15.6k
DiegoAvelar	1	0	15.1k
Larisq13	1	1	8.7k
girsantRF	1	0	6.2k
itloveddl	1	0	5.6k
apegadinho	1	1	4.4k
FeitorJanuario	1	0	3.6k
_AEliminacao	4	4	3k
ApxporClanessa	1	0	2.9k
jvfinoti	1	0	2.5k
michele_vie	1	0	2.2k
PFMyDelicious	1	0	2.1k
Jessiquiniia	1	0	2.1k
Cau_Oliveira_	1	0	1.9k
diandra	1	0	1.7k
luaneleiro	1	0	1.7k
AdorooReality	1	0	1.5k
MiqueiasOliveer	1	0	1.5k
Planeta_Iozzi	1	0	1.4k
bbboazuda	1	0	1.4k
DessaMoraes23	1	0	1.3k
robertanina	1	0	1.3k
caladoleo	1	0	1.2k
artmovment	1	1	1.2k
Tallitabb15	1	0	1.2k
RealityWiki	1	0	1.1k
_ddfake	1	0	1.1k
moreno_2bj	1	0	1.1k
camilabia	1	0	1.1k
italobrt	1	0	1k
Jaureguelia__	1	0	1k
anaapbbm	1	0	1k
GabyzinhaCullen	1	0	973
niviajudrigo	1	0	953
Fael_70	1	0	927
sanzialimacosta	1	0	862
lorenamureb	1	0	841
Felipecoletti	1	0	838
Lucass_Cunhaa	1	3	814
ullycosta_	1	0	811
agnescrota	1	0	766
vicuarte	1	0	716
lucia_amaral	2	0	660
luizvalentim	1	0	643
darahfs	1	0	623

## TWEETS TIMELINE

Feb 3, 2016 at 12:48am UTC



Giselle #5H2 @Jaureguelia\_\_  
RT @joseane: Só a macholandia torce pro Laércio. Nao precisa dizer mais nada ne? #FicaAnaPaula #foraLaercio



NEGO @MarcioRamoos  
#ForaLaercio



Lucia Amaral @lucia\_amaral  
RT @MarianaBelem: Como o Twitter tá do lado da Ana Paula, as chances dela sair são grandes. Já vi que vou passar raiva hoje. Espero estar e...



Lua ~ @sakura1303  
RT @nozue: O. CARA. TEVE. SETE. VOTOS. #BBB16 #ForaLaercio  
twitter.com/mauriciostycer...



Rafael César @Fael\_70  
RT @BarbosaNicollas: A voz do Laércio esta me dando nojo  
#ForaLaercio #BBB16



Félix Bipolar @FelixBipolar  
Fim do Mutirão Turbo #ForaLaercio Me mande os votos!!!



A Eliminação @\_AEliminacao  
#FORALAERCIO #BBB16 twitter.com/RealityAoVivo/...



Me manda que eu Amo! @michele\_vie  
Laércio seu tarado seu lugar é no xilindró #ForaLaercio  
#FicaAnaPaula



Jess Afonso @Teka\_Afonso  
Carol Paixão é chata para caraleoooouuu #BBB16 #ForaLaercio



Vitória @\_queenvih  
RT @joseane: Só a macholandia torce pro Laércio. Nao precisa dizer mais nada ne? #FicaAnaPaula #foraLaercio



JoLarizei @Dany\_Ihfalei  
RT @LariFitMaite: Morto que Laércio disse que votou no PT e sempre vai votar pois é o melhor partido e que Dilma é melhor presidente da hist...

Feb 3, 2016 at 12:48am UTC



Lara @queenswan  
RT @Larisq13: Lá vem Carol Paixão, não precisa ver essa coisa engraçadona SÓ VOTA #BBB16 #ForaLaercio



João @vicuarte  
RT @joseane: Só a macholandia torce pro Laércio. Nao precisa dizer mais nada ne? #FicaAnaPaula #foraLaercio



stefania accioly @stefaniaaccioly  
RT @joseane: Só a macholandia torce pro Laércio. Nao precisa dizer mais nada ne? #FicaAnaPaula #foraLaercio



Leopardo @nobodyeahdoor  
Não aguento mais votar nesse nojento dó Laércio, espero que vocês estejam fazendo o msm #foralaercio

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaDaniel

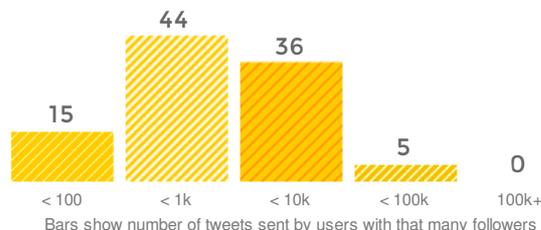
### ESTIMATED REACH

# 104,705

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 193,320

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

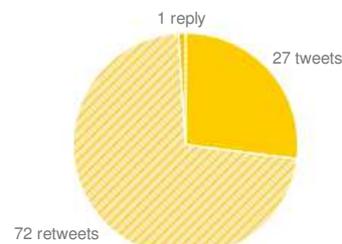
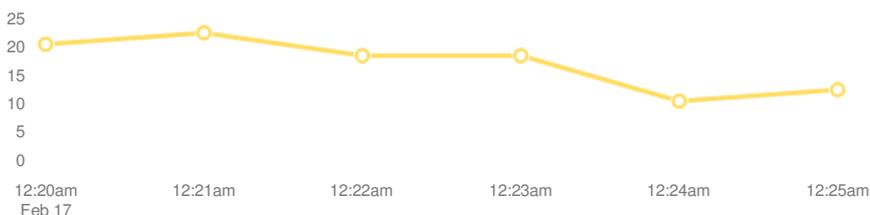
# 100

 TWEETS

# 71

 CONTRIBUTORS

# 6

 MINUTES

### TOP CONTRIBUTORS

24.8k		@nathaliacomenta
IMPRESSIONS		
19		@Daniel_BBB16
RETWEETS		
24		@Daniel_BBB16
MENTIONS		

### MOST RETWEETED TWEETS

9		Daniel Manzieri @Daniel_BBB16 NÃO QUERO NINGUÉM NA TL, ESQUEÇAM A EDIÇÃO! SÓ PAREM QUANDO O BIAL ENCERRAR A VOTAÇÃO! SÓ DEPENDE DA GENTE! #FicaDaniel
9		nat est @nathaliacomenta INCENTIVO. #FicaDaniel <a href="https://t.co/l7ev5OX0b0">https://t.co/l7ev5OX0b0</a>
5		#FicaDaniel @descekarol Voto até o último segundo sem parar #FicaDaniel <a href="https://twitter.com/daniel_bbb16/s...">twitter.com/daniel_bbb16/s...</a>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
nathaliacomenta	2	10	24.8k
loveyourselfff	2	1	22.3k
Daniel_BBB16	2	19	17.1k
revivalouiswt	4	0	13.3k
twittensa__	1	4	12.5k
razaofly	2	0	11.3k
rwckingz	3	0	9.5k
CentralDaniel	2	1	8.7k
julianadebagda	1	0	7.5k
bbbiriteira	2	0	6k
babithoughts	1	0	5.8k
CarolDoJubs	3	0	4.1k
DH_Njr	1	0	3.8k
CONCENTRACAO	1	0	3.6k
PfvrGuuuh	2	0	3.6k
danielbbb16_	4	0	3.5k
myrialdrug	1	0	2.6k
monalisafk	2	0	2.4k
litlethngs	1	0	2.2k
bia_barbz15	2	0	2k
worldlesantiago	1	0	2k
_giiulima	1	0	1.9k
FLYERDEI	1	0	1.6k
Kellysempfiel	1	0	1.6k
talituita	1	0	1.3k
ClanessaLove13	1	0	1.3k
tcardosss	2	0	1.2k
FodsColton	1	0	929
FabianaLopes300	1	0	878
HITSDMANZIERI	1	0	813
AmolapMalik	1	0	732
ChJemiii	1	0	688
patriciapaes67	1	0	685
bernardomayara_	1	0	661
mynameisnatacha	1	0	643
amanda_bianchii	1	0	597
r_medei	1	0	591
KaiiAnonima	1	0	590
AlineGotschalg2	1	0	562
bbbfavela	1	0	551
laine_gov	1	0	528
DonaRtv	1	0	523
MariaReality_	3	0	510
s2_mitam	4	0	484
Juliana_S_M	1	0	464
camzgi5Hc	1	0	452
Central_Muniel	1	2	387
ops_glei	1	0	376
AguiarArthur__	1	0	359
aquelalady	1	0	353

## TWEETS TIMELINE

Feb 17, 2016 at 12:25am UTC



Tom pacino @Paf433  
RT @Daniel\_BBB16: NÃO QUERO NINGUÉM NA TL, ESQUEÇAM A EDIÇÃO! SÓ PAREM QUANDO O BIAL ENCERRAR A VOTAÇÃO! SÓ DEPENDE DA GENTE! #FicaDaniel



B6 coming @bia\_barbz15  
RT @CentralDaniel: VOTEM MAIS POR FAVOR. Não deixem ele se achar mais! #FicaDaniel <https://t.co/q0eECXWaZ2>



#FicaDaniel est @esquadrao16  
RT @cnovais13: GALERAAAA VAMOS VOTAAAR! QUEREMOS A TL VAZIA. #FICADANIEL. VEEEEEM PRP GSHOW.



josy ☆ est @HITSDMANZIERI  
RT @WithYouDanielM: SUMAM DE TUDO! FOQUE SÓ NO GSHOW VOTANDO SEM PARAR. SEM PARAR MESMO ATÉ ENCERRAR A VOTAÇÃO!!!! #TeamDaniel #FicaDaniel ...



#FicaDaniel @s2\_mitam  
RT @oficial\_adelia: Vamos conseguir ! Votem votem #FicaDaniel #ForaRonan 0303 10 884 02 88402 <https://t.co/g1cNJSsL0L...> ...



Aline e Fernando. @AlineGotschalg2  
RT @Daniel\_BBB16: Foco galera! Votem muito! #FicaDaniel #ForaRonan



Amanda @amanda\_bianchii  
#ficadaniel



anna @litlethngs  
#FicaDaniel



Luiza @loveyourselfff  
RT @Sweetdriih: Eu prefiro um cara que fica só meditando, e de coração bom do que uma pessoa que só quer arrumar intriga e aparecer #FICADA...



Natacha @mynameisnatacha  
RT @nathaliacomenta: Tchau adeus bye bye. #FicaDaniel



Esther @DH\_Njr  
Vamos todos juntos por ele #FicaDaniel <https://t.co/EGkjqFTdYS>



Central Daniel @CentralDaniel  
VOTEM MAIS POR FAVOR. Não deixem ele se achar mais! #FicaDaniel <https://t.co/q0eECXWaZ2>

Feb 17, 2016 at 12:25am UTC



ILUDIDA FOREVER @camzgi5Hc  
RT @twittensa\_\_: Dói né? RT @nathaliacomenta: INCENTIVO. #FicaDaniel <https://t.co/zQZXN45Pe>



Mayara est @bernardomayara\_  
RT @nathaliacomenta: INCENTIVO. #FicaDaniel <https://t.co/l7ev5OX0b0>



#FicaDaniel est @esquadrao16  
RT @LauraVieiri: @FerRod Sim, todos #ForaRonan #FicaDaniel



## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
lwnjergi	1	0	54.7k
MarceloACoelho1	12	0	25.8k
WeslleyDNasc	1	0	12.3k
dodotwd	1	0	10.6k
veroboobs	1	6	10.4k
pqp_dann	1	2	10.2k
NaFungaro	1	0	9.3k
garotoexemplar	1	1	7.1k
Deisielly_	1	0	5.2k
EduardaGomesH	3	0	4.7k
boytaurino	1	0	3.9k
_iannsantos	1	0	3.4k
nopuedeterminar	1	0	2.5k
angelasouza2014	2	0	2.1k
alarydias	1	0	2k
katiacristinaRJ	1	0	1.9k
suportzlylas	1	0	1.3k
Tallitabb15	1	0	1.2k
munikloves	1	0	1.2k
Cyraassis135	1	0	1.1k
KatrielRibeiro	1	0	1k
OopsSmallGirl	1	0	1k
qissunathy	1	0	937
pedroicw	1	0	929
C3Munik	2	0	918
por_babi	2	0	912
Fher_Vas	1	0	909
AmandaSoller2	1	0	812
gabrielzaauza	1	0	761
httpsniina	1	0	741
AnnaLuisaaa	1	0	636
tandreialarissa	1	0	634
JESSICA_MIOTOOO	1	0	619
BabiVerdelhos	1	0	607
chicachikaboom	3	0	537
kristenfuckk	1	0	504
isambrito	1	0	498
NayaraLoud	1	0	493
BBB16_teamCacau	1	2	486
sheilafelix57	1	0	485
mandsddl	1	0	482
PegueiaMeganFox	1	0	476
MeBeijaVadio	1	0	450
Lais_Maisck	1	0	441
falalorena	1	0	431
anddry_m	1	0	406
Cacau_Dias	1	0	398
theBestOtavio	1	0	386
PriiMagia	1	0	358
LeonorMoraes	1	2	347

## TWEETS TIMELINE

- Feb 17, 2016 at 12:24am UTC
-  14/03 @Cyraassis135  
RT @Somentezefelipe: Gshow tá bugando #ForaDaniel #FicaRonan #BBB16
- Feb 17, 2016 at 12:24am UTC
-  lorena fahien @falalorena  
RT @jooseanee: Todos tem certeza que o Daniel fica. Se o Ronan ficar o TOMBO vai ser muito grande! #FicaRonan #ForaDaniel
-  Francineide Pinheiro @FrancineidePinh  
Estou votando #FicaRonan #BBB16
-  Munik Campeã @BabiVerdelhos  
RT @viocioreality: VOTEM MUITO NA HORA DA EDIÇÃO, TRIPLIQUEM #ForaDaniel #FicaRonan
-  Indy Castro @IndyCastro1  
RT @anapaularenault: E aí, dona @BBBelissima! O pessoal tá se comportando direitinho por aí? #FicaRonan VOTEM, VOTEM, VOTEM!
-  dressa @Somentezefelipe  
Gshow tá bugando #ForaDaniel #FicaRonan #BBB16
-  karol @isquizopata  
RT @jooseanee: Todos tem certeza que o Daniel fica. Se o Ronan ficar o TOMBO vai ser muito grande! #FicaRonan #ForaDaniel
-  pedro @pedroicw  
RT @jooseanee: Todos tem certeza que o Daniel fica. Se o Ronan ficar o TOMBO vai ser muito grande! #FicaRonan #ForaDaniel
-  seje menas! @chicachikaboom  
RT @marcilene54: #Ronan venceu o paredão. #ForaDaniel #FicaRonan #BBB16 <https://t.co/FY8oEDbmCt>
-  . @nopuedeterminar  
Se eu quisesse ver BBB Pacífico, eu ficaria assistindo o Oceano! Eu quero é briga, então #FicaRonan
-  Marcelo A Coelho @MarceloACoelho1  
RT @franciellefeer7: #FicaRonan
-  Andreia @tandreialarissa  
RT @tatygarbo: Aí gente Daniel tá na frente ,vamos votar #FicaRonan
- Feb 17, 2016 at 12:23am UTC
-  Ana °° ♡ °° @por\_babi  
Tomara que o Ronan fique , quero ver a Ana mandando um : #ForaDaniel #FicaRonan <https://t.co/ZuSXzcY9bm>
-  Josiane @Josiane\_71  
RT @jooseanee: Todos tem certeza que o Daniel fica. Se o Ronan ficar o TOMBO vai ser muito grande! #FicaRonan #ForaDaniel
-  Nathy @qissunathy  
RT @jooseanee: Todos tem certeza que o Daniel fica. Se o Ronan ficar o TOMBO vai ser muito grande! #FicaRonan #ForaDaniel

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaDaniel

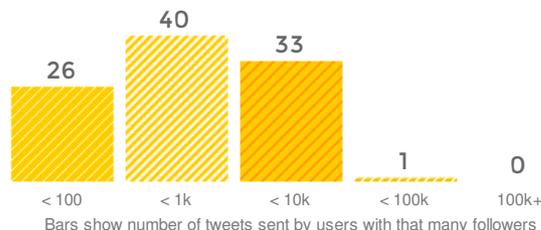
### ESTIMATED REACH

# 90,732

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 109,613

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

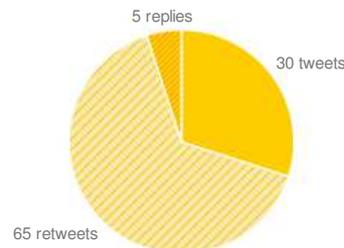
TWEETS

# 92

CONTRIBUTORS

# 2

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

12.3k		@WesleyDNasc
IMPRESSIONS		
2		@MunnikBarbosa
RETWEETS		
2		@MunnikBarbosa
MENTIONS		

### MOST RETWEETED TWEETS

4		MayTuita @MayTuita STATUS: Com o cu na mão. NÃO PARA NÃO! #ForaDaniel
4		WINS @WINS_ POR FAVOR NÃO COMENTA A EDIÇÃO, FICA COM CELULAR SÓ VOTANDO #ForaDaniel
3		#TeamCatheus @ILoveCatheus THEUS PRA CAU: "BORA GATINHA! CÊ JÁ TÁ BONITA DE MAIS DA CONTA!" #TEAMCATHEUS #FORADANIEL #BBB16 <a href="https://t.co/trf911YGG1">https://t.co/trf911YGG1</a>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
WesleyDNasc	1	0	12.3k
vinitux	1	0	9.2k
Narizinhobr	2	0	5.8k
MunnikBarbosa	1	2	5.3k
peessoacrisslene	1	0	5.3k
LiAzeda	1	0	4.7k
maurinhoo	1	0	3.9k
ReyllaTertulia	1	0	3.8k
DEMZCONFIDENT	1	0	3.6k
Viitorpfvr	1	0	3.2k
adrianodjsl	1	0	2.5k
galaxysbecky	1	0	2.2k
jhonatanFerr16	1	0	2k
vittimylife	1	0	2k
imperryss1vel	1	0	2k
tamojuntojobs	1	0	1.9k
_AEliminacao	1	1	1.7k
Flytripolar	1	0	1.7k
FLYERDEI	1	0	1.6k
JuRealitys	1	0	1.6k
vivisemlimites	2	0	1.6k
sampaionagnus	2	0	1.5k
mafiabrindada98	1	0	1.5k
thingsgone	1	0	1.4k
poxapedroq	1	0	1.4k
ElizangelaM21	1	0	1.3k
CidAnderson18	1	0	1.3k
AnniksUnidos	1	0	1.2k
munikloves	1	0	1.2k
porluannik	1	0	1.1k
lu_euacredito	1	0	1.1k
BBBafafa	1	0	1.1k
its_EuAki	1	0	1.1k
Cyraassis135	1	0	1.1k
OopsSmallGirl	1	0	1k
24hForaDaniel	1	0	964
withmylyra	1	0	935
williamss_j	1	0	933
toyoularyssa	1	0	828
sophiahuxley	1	0	818
iaelivss	3	0	768
Ruivalizando_	1	0	662
soonhaadora	1	0	657
BabiVerdelhos	1	0	607
BBBadaladas	1	0	572
falalorena	1	0	431
thinkingofyoucl	1	0	379
Shipperdou_	1	0	372
Crisliah14	1	0	370
shirleisantos07	1	0	369

## TWEETS TIMELINE

Feb 17, 2016 at 12:24am UTC



Josiane @Josiane\_71  
Que nervoso, SOCORRO! #ForaDaniel #BBB16



ANNIK 74% @its\_EuAki  
RT @Larisq13: GENTE VOTA PELO AMOR DE DEUS NÃO VOU AGUENTAR O DANIEL VOLTANDO #ForaDaniel #BBB16



SuckerBANG @LacresDaAni  
Mais cem votos #ForaDaniel



Cris Maluvida @Crisliah14  
RT @WINS\_: POR FAVOR NÃO COMENTA A EDIÇÃO, FICA COM CELULAR SÓ VOTANDO #ForaDaniel



Luiza Souza @lusouzaa18  
@Portal\_Clanessa @gshow esqueçam edição, esqueçam twitter, foquem no Gshow agora galera !! #ForaDaniel



14/03 @Cyraassis135  
RT @Somentezefelipe: Gshow tá bugando #ForaDaniel #FicaRonan #BBB16



Sophia Napaula @sophiahuxley  
Espero q o povo do Paraná e pecialmente CURITIBA, q o Ronam tanto IDOLATRA votem pra #ForaDaniel



flavia costa @flavianhacst  
RT @Aguinaldinho: Vocês preferem um cara que fica meditando do que essas pessoas se divertindo? Eu não! #ForaDaniel #BBB16  
<https://t.co/lf4...>



Ellen Monique @fanatica1D\_  
RT @exaustu: Um cara que defendeu Laércio, defendeu o Daniel no caso com a Monique do BBB12... NÃO MERECE FICAR MESMO #ForaDaniel



lol @xoxobysam  
RT @vaidesmaiar: Quem não está conseguindo votar é só desconectar e conectar a net, se fo celular, bota e tira do modo avião. Borá #ForaDan...



trap queen @iaelivss  
RT @BBBestao: Juliana e Renan já estão tramando a comemoração deles. Vamos tombá-los, VOTEM MAIS E MAIS! #FORADANIEL



jenni @munikloves  
TO VOTANDO SEM CONTAR FAÇAM O MESMO E NA HORA DA EDIÇÃO NÃO QUERO NINGUÉM AQUI VOTEMMMM POR ANNIK VAI VAI VAI #ForaDaniel



seje menas! @chicachikaboom  
RT @vacaironic: O Daniel sair do #BBB16 seria meu sonho? CLARO QUE SERIA CARALEOAKSJSKS PORRA SAI CARALHO SAI LOGO FDP!!!!!!+\$+\$9\$( #For...



#teamanapaula @mafiabrindada98  
GENTE VOTEM PELO AMOR #FORADANIEL



OLHA ELA !! @vivisemlimites  
RT @MunnikBarbosa: MUTIRÃO ENCERRADO Mandem os votos por aqui. #BBB16 #ForaDaniel <https://t.co/BNfFeOfV0C>

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaRonan

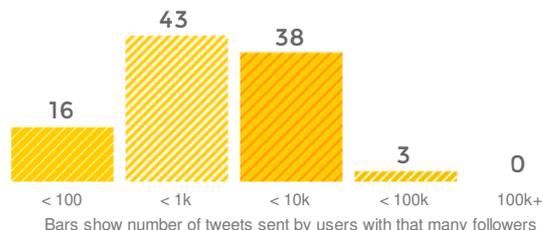
### ESTIMATED REACH

# 134,781

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 258,929

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

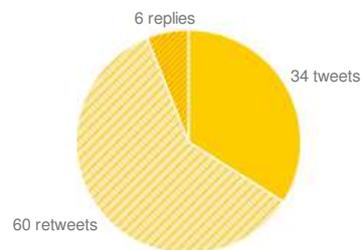
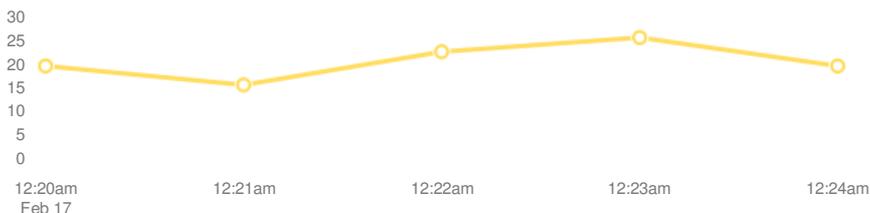
# 100

 TWEETS

# 75

 CONTRIBUTORS

# 5

 MINUTES

### TOP CONTRIBUTORS

112.5k IMPRESSIONS		@mafiacanarinho
9 RETWEETS		@Daniel_BBB16
15 MENTIONS		@Daniel_BBB16

### MOST RETWEETED TWEETS

- yuri @celeirando  
Quem tá fechado no #ForaRonan , dê rt aqui pra saber quantos somos #BBB16 <https://t.co/hNfq4sRMYM>
- Leona @LeonaDivaa  
Quem tá votando #foraRonan sem parar , dá RT e corre pro site #BBB16
- Carla @Carla\_catwoman  
IMPORTANTE: VOTEM MUITO DURANTE A EDIÇÃO E QUEM PUDER LIGUE E MANDE SMS #ForaRonan

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
mafiacanarinho	2	3	112.5k
revivalouiswt	9	0	29.9k
Idolo_de_mim	1	1	16.3k
julianadebagda	2	0	14.9k
Daniel_BBB16	1	9	8.6k
bia_barbz15	8	0	8k
rwckingz	2	0	6.3k
VelhaGuardaMD	1	0	5.3k
fcsabrinasto11	1	0	4.5k
sergiocf_	1	0	4.3k
Central_BBB16	1	0	3.9k
Oiilubs	4	0	3.4k
Carla_catwoman	1	3	3k
bbbiriteira	1	0	3k
BrunoRheynaldo	1	0	2.7k
mynialdrug	1	0	2.6k
AmorBellaS	1	0	2.6k
LuannaZotti	1	2	2.5k
mariischinzel	1	0	2k
bbb16bot	1	0	1.7k
gusthpa	1	0	1.5k
vibedoreality	1	0	1.3k
karolzinhaazika	1	0	1.3k
ferlinemeuorgu	1	0	1k
DanielFantaC3	1	0	956
wesllepereira2	1	0	912
Ane_42	1	0	875
DalLarissa	1	0	832
pqpjuubs_	1	0	702
Twilighter_Dri	1	0	678
Valinglesa	1	0	655
tcardosss	1	0	580
LeilaSoares11	1	3	577
bbbfavela	1	0	551
thamsn	1	0	548
moniquebleibn	1	0	505
TamaraaMalik	1	0	437
AlineGBBB	1	0	432
DoraMG	1	0	400
ops_glei	1	0	376
dachspolly	1	0	367
ahamnenis	1	0	344
MariaReality_	2	0	340
Martuchibcn	1	0	333
YesComentarios	1	0	315
luanacastroalve	1	0	308
odeio_posers_	1	0	294
tigermacfly	1	0	250
camilinhak2	1	0	240
grasantos04	1	0	220

## TWEETS TIMELINE

Feb 17, 2016 at 12:24am UTC



@Ane\_42  
#ForaRonan #ForaDaniel não gosto de nenhum dos dois



larissa @DalLarissa  
RT @LuannaZotti: Isso não pode acabar, hoje não!! @dias\_ju @Daniel\_BBB16 Agora só 88402 #ForaRonan #FicaDaniil <https://t.co/el6eTf...>



trevinha est† @trevinhax  
RT @celeirando: Quem tá fechado no #ForaRonan , dê rt aqui pra saber quantos somos #BBB16 <https://t.co/hNfq4sRMYM>



#FicaDaniel est† @esquadrao16  
RT @LauraVieiri: @FerRod Sim, todos #ForaRonan #FicaDaniel #BBB16



Ricce est† @ricceferraz  
RT @mafiacanarinho: NÃO PAREM DE VOTAR NÃO [gshow.globo.com/realities/bbb/...](http://gshow.globo.com/realities/bbb/...) ... #FORARONAN TOU VOTANDO COM VCS, VAMOS PRA CIMA



Nat ♥ est†quadrão @vibedoreality  
Cheguei a tempo! sangue no zoooooiooo! #ForaRonan



♥ FicaDaniel ♥ @LuannaZotti  
Isso não pode acabar, hoje não!! @dias\_ju @Daniel\_BBB16 Agora só 88402 #ForaRonan #FicaDaniil <https://t.co/el6eTf6Ncv>



loirao @ElliiCosta  
RT @\_cercadinho: Vamos votar sem contar. Cada votinho vale muito! #ForaRonan 0303 10 884 02 88402 [gshow.globo.com/realities/bbb/...](http://gshow.globo.com/realities/bbb/)



ya @ahamnenis  
RT @celeirando: Quem tá fechado no #ForaRonan , dê rt aqui pra saber quantos somos #BBB16 <https://t.co/hNfq4sRMYM>



#FicaDaniel est† @esquadrao16  
RT @Raiany\_Lopes: Esse sorriso lindo vai continuar! "ta tranquilo, ta favorável" #FicaDaniel #ForaRonan #BBB16 @Daniel\_BBB16 <https://t...>



Carla paneladomal @odeio\_posers  
RT @Carla\_catwoman: IMPORTANTE: VOTEM MUITO DURANTE A EDIÇÃO E QUEM PUDER LIGUE E MANDE SMS #ForaRonan



Costinha @sergiocf\_  
#ForaRonan



BBBot @bbb16bot  
RT @LeonaDivaa: Quem tá votando #foraRonan sem parar , dá RT e corre pro site #BBB16



RONAN VTNC @TamaraaMalik  
vou continuar votando até não querer mais #ForaRonan #FicaDani



Julia ♥ @pqpjuubs\_  
SE LIGAAA, QUER QUE MATHEUS VÁ PARA O PAREDÃO LOGO? AF #ForaRonan @uaimatheus [twitter.com/beluska/statu...](http://twitter.com/beluska/statu...)

# TWEETREACH SNAPSHOT FOR #FicaAnaPaula

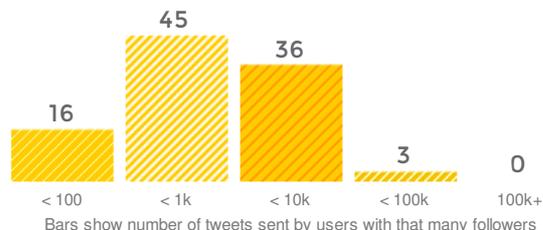
## ESTIMATED REACH

# 108,751

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 138,683

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

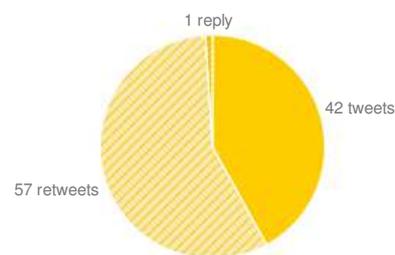
TWEETS

# 85

CONTRIBUTORS

# 2

MINUTES



## TOP CONTRIBUTORS

22.4k IMPRESSIONS		@_HugoMota
3 RETWEETS		@ResenhaBBB16
3 MENTIONS		@ResenhaBBB16

## MOST RETWEETED TWEETS

- 7 snap: luizjuniorfc @luizjuniorfc  
Se a Ana sair eu desisto do BBB #ForaJuliana #FicaAnaPaula #BBB16
- 5 Joseane Silva @joseanee  
Ana Paula pode tá perdendo no NORTE, CENTRO OESTE e SUL. Repassem até chegar em todos dessas regiões! #FicaAnaPaula #ForaJuliana
- 4 snap: luizjuniorfc @luizjuniorfc  
OLHA ELA QUE VAI FICAR VULGO ANA RAINHA #ForaJuliana #FicaAnaPaula #BBB16

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
_HugoMota	1	1	22.4k
MYWORLDLUXO	1	0	18.8k
_CiteiCoisas	1	0	18.6k
planetbiebersz	2	0	7.6k
Jaureguelicia__	6	0	6.5k
StarsLuEd	1	0	4.4k
Bruna6x1	3	0	4.1k
ruffohope	1	0	4k
GabbyeRaffa	1	0	3.3k
euursinha	1	0	2.2k
andressa_tavars	1	0	1.8k
naathi_sz	1	0	1.8k
ResenhaBBB16	1	3	1.7k
DeividRodrigues	1	0	1.7k
ImDesocupada	1	0	1.7k
consumpompeu	1	0	1.6k
WilliamFerrer_	1	0	1.6k
signsbkrw	1	0	1.6k
ingridsouza03	1	0	1.5k
CrazyforSeriesa	1	0	1.5k
heygronn	1	0	1.4k
_AnaP	1	0	1.4k
kaueftigor	7	0	1.3k
julianahollanda	1	0	1.2k
roarharmony	1	0	1.2k
mari_cristina00	1	1	1.2k
kevennilps	1	0	1.2k
captainbeckett	1	0	1.1k
4morasnatv	1	0	1.1k
muitoconfusa	1	0	1.1k
yesmanu_	1	0	1k
thaliitaduarte	1	0	1k
rtsgomez	1	0	933
soninhaborges	1	0	797
glueantonelli	1	0	791
howdyalren	1	0	772
AlexyaOfc	2	0	770
iamsgabs	1	0	710
RafaelH29511536	1	0	703
ArrobaReality	1	0	647
pseusoudiva	1	0	586
SEGUENORMAL	1	0	584
DorigonVida	1	0	557
GabytaruLuiza	1	0	524
AnaCarepa	1	0	492
_helenfabiane	1	0	441
bbbabaca3	1	0	409
rebekannaty5	1	0	397
SMoisa93	1	0	382
linamara_ng	1	0	379

## TWEETS TIMELINE

- Feb 24, 2016 at 1:52am UTC
-  rafa @kaueftigor  
delicia #VoteMcGui #KCA #FicaAnaPaula
-  Fabi @\_helenfabiane  
RT @luizjuniorofc: Se a Ana sair eu desisto do BBB #ForaJuliana #FicaAnaPaula #BBB16
-  Mei @Mei1DDL  
#FicaAnaPaula #BBB16
-  Juliana Hollanda @julianahollanda  
#FicaAnaPaula #FicaAnaPaula #FicaAnaPaula
-  biannik @signsbkrw  
RT @jooseanee: Ana Paula pode tá perdendo no NORTE, CENTRO OESTE e SUL. Repassem até chegar em todos dessas regiões! #FicaAnaPaula #ForaJul...
-  William Ferreira @WilliamFerrer\_  
RT @luizjuniorofc: Se a Ana sair eu desisto do BBB #ForaJuliana #FicaAnaPaula #BBB16
-  Francisco Reis @Franciscorb  
RT @RadarBBB: PESQUISA: Quem é #FicaAnaPaula dá RETWEET Quem é #FicaJuliana CURTE <https://t.co/OWdDHbUa97>
-  Solitário @Lc\_lima  
Eu so quero ouvir a Ana Paula gritando OLHA ELAAAAA quando ela ganhar da Juliana #FORAJULIANA #BBB16 #FICAANAPAULA
-  Izabelle Rayra @IzabelleRayra2  
#BBB16 Paredão UI #FicaAnaPaula Só O #ProgramaDaCarol Pra Descontrair
-  rafa @kaueftigor  
toda #VoteMcGui #KCA #FicaAnaPaula
-  Lara (Oficializada) @\_mundokaue  
RT @luizjuniorofc: Se a Ana sair eu desisto do BBB #ForaJuliana #FicaAnaPaula #BBB16
-  Vaza Fabiana @linamara\_ng  
Napaula não vai sair gente, mas se ela sair saibam que valeu a pena nosso empenho.. #FicaAnaPaula #bbb16 #ForaJuliana
-  Deeds @DeividRodrigues  
90 MILHÕES DE VOTOS pra Ana Paula ficar né? #FicaAnaPaula #foraJuliana
- Feb 24, 2016 at 1:52am UTC
-  Nathi @naathi\_sz  
RT @mari\_cristina00: Trem de mineiro adoroooo #BBB16 #ficaanapaula
-  I'm here filps @kevennilps  
RT @luizjuniorofc: Se a Ana sair eu desisto do BBB #ForaJuliana #FicaAnaPaula #BBB16

# TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# # FicaJuliana

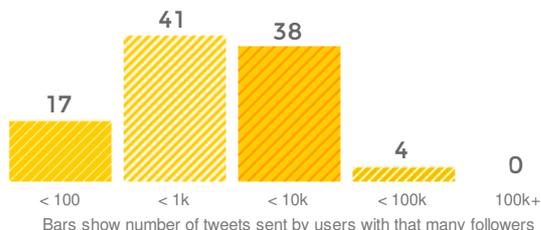
## ESTIMATED REACH

# 179,117

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 237,444

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

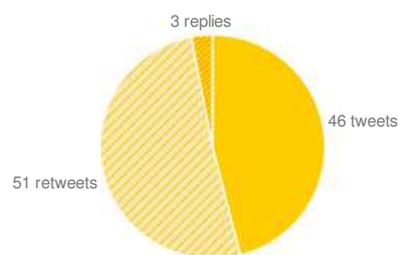
# 100

 TWEETS

# 80

 CONTRIBUTORS

# 7

 MINUTES

## TOP CONTRIBUTORS

60.8k IMPRESSIONS		@SidneyCRF
9 RETWEETS		@oficial_adelia
11 MENTIONS		@oficial_adelia

## MOST RETWEETED TWEETS

8		Adélia Soares BBB16 @oficial_adelia Resultados do nosso último mutirão! #FicaJuliana <a href="https://t.co/AR8DWOK475">https://t.co/AR8DWOK475</a>
5		nat est @nathaliacomenta Resultado do mutirão que eu fiz: • 94.502 - Votos da internet • 754 - Votos por SMS • 3.267 - Votos por telefone #FicaJuliana
4		Radar #BBB16 @RadarBBB PESQUISA: Quem é #FicaAnaPaula dá RETWEET Quem é #FicaJuliana CURTE <a href="https://t.co/OWdDHbUa97">https://t.co/OWdDHbUa97</a>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
SidneyCRF	1	0	60.8k
Aglailsonn	1	0	22.4k
feliixpertubado	4	0	16k
MutiroesE	1	3	12.1k
babithoughts	2	3	11.6k
oficial_adelia	1	9	10.3k
rosemarywarde	1	0	8k
wilson_srta	1	1	6.3k
luanetealways	1	0	5.5k
SandraVieira23	2	0	4.9k
njrcabello	2	1	4.8k
ziamshard	1	0	4.7k
_Be_Myself	1	2	4.2k
hownjroll	1	0	3.9k
dehzinho69	2	0	3.7k
CONCENTRACAO	1	0	3.6k
Dricunha	1	0	3.4k
hoodishot	1	0	3.3k
danielbbb16_	3	0	3.3k
BBBainha	1	0	3.2k
Juzinha_calvao	1	0	2.7k
bwnita	1	0	2.4k
coralinsc	1	0	2.1k
Bia_Citou	1	0	2k
Ingridsoaresss	1	0	2k
Kellysempfiel	1	0	1.6k
LetRuback	1	0	1.6k
PortalDanielBBB	1	0	1.6k
matheus290501	1	0	1.6k
OpsAdaptou	2	0	1.4k
JKobolth	1	0	1.3k
geoaraujos	2	1	1.3k
LeonardoGoomes_	1	1	1.3k
BekaPhonseca	1	0	1.2k
Bruhazeredo	3	0	1.1k
DaniloFode	1	0	1k
OliveirandoAmmy	2	0	964
Yan_Bee	2	3	942
Leozinhosilvasz	1	0	922
bbbucetuda_	1	0	888
anabnerysousa	1	0	795
rxvxl_ju	1	0	670
brityb0lada	2	0	664
rainhaloucaju	1	0	652
zefelipedatags	1	0	629
njrismile	2	0	620
mysverything	1	0	603
sorri4miley	1	0	601
larisribeiros	2	0	566
TalitaBeluzzo	1	0	565

## TWEETS TIMELINE

- Feb 24, 2016 at 1:52am UTC
-  **laura vieri @LauraVieiri**  
90 MILHÕES DE VOTOS Povo do Sudeste vamos votar, #FICAJULIANA
-  **Coments TV @feliixpertubado**  
100 MILHÕES DE VOTOS #FICAJULIANA
-  **Lari @larisribeiros**  
RT @LeonardoGoomes\_: 90 MILHÕES DE VOTOS minha gente !!!!  
Aiii se a Ana Paula ficar #FicaJu #FicaJuliana
-  **Bruna. #ForaAnaconda @EsquadraoDoBem**  
RT @MutiroesE: Ju ficando ou não, estarei com ela pro que der e vier.  
Tou votando e só paro quando Bial encerrar, façam o mesmo!  
#FicaJulia...
-  **Ju @njrismile**  
RT @njrcabello: Eu to com essa rainha. #ForaAnaPaula #FicaJuliana
-  **Adaptou fig.bacon @OpsAdaptou**  
RT @JuDiasBBB16: Ta tranquilo , ta favorável , @mcbinladenoficial1  
está na torcida pela Juliana #FicaJuliana Votem muito. @dias\_ju  
<https://...>
-  **Ju @njrismile**  
RT @nathaliacomenta: Resultado do mutirão que eu fiz: • 94.502 -  
Votos da internet • 754 - Votos por SMS • 3.267 - Votos por telefone  
...
-  **juliana rainha est @erica\_colussi**  
RT @oficial\_adelia: Resultados do nosso último mutirão! #FicaJuliana  
<https://t.co/AR8DWOK475>
-  **carol b0lada @brityb0lada**  
RT @babithoughts:  
VOTAAA  
#FicaJuliana
-  **brenda @hownjroll**  
RT @nathaliacomenta: Resultado do mutirão que eu fiz: • 94.502 -  
Votos da internet • 754 - Votos por SMS • 3.267 - Votos por telefone  
...
-  **ZéFelipeDasTags @zefelipedatags**  
RT @oficial\_adelia: Resultados do nosso último mutirão! #FicaJuliana  
<https://t.co/AR8DWOK475>
-  **Leonardo Silva @Leozinhosilvasz**  
RT @nathaliacomenta: Resultado do mutirão que eu fiz: • 94.502 -  
Votos da internet • 754 - Votos por SMS • 3.267 - Votos por telefone  
...
-  **Sidney Dos santos @SidneyCRF**  
RT @oficial\_adelia: Resultados do nosso último mutirão! #FicaJuliana  
<https://t.co/AR8DWOK475>
-  **Francisco Reis @Franciscorb**  
RT @RadarBBB: PESQUISA: Quem é #FicaAnaPaula dá RETWEET  
Quem é #FicaJuliana CURTE <https://t.co/OWdDHbUa97>
-  **Kelcosta @Keelcoosta**  
#FicaJu #ficajuliana

# TWEETREACH SNAPSHOT FOR #ForaAnaPaula

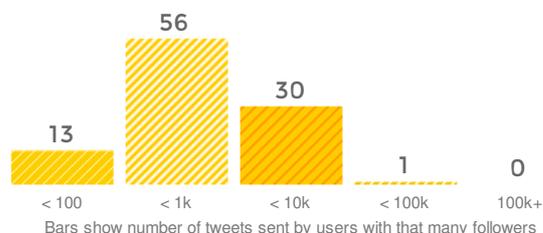
## ESTIMATED REACH

# 76,543

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 127,439

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

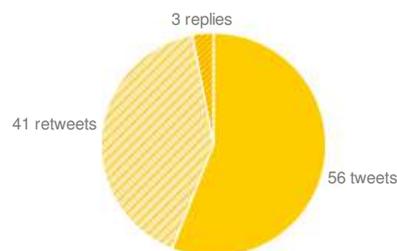
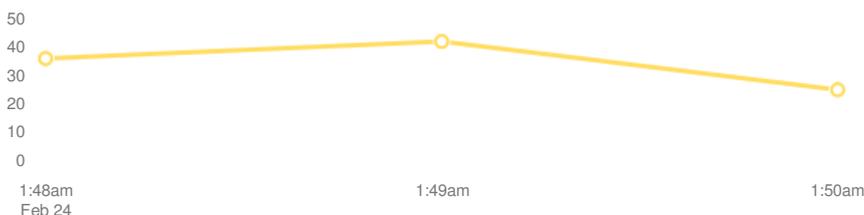
TWEETS

# 85

CONTRIBUTORS

# 3

MINUTES



## TOP CONTRIBUTORS

- 27.4k** IMPRESSIONS  
 @luanetealways
- 1** RETWEET  
 @belly\_villela1
- 1** MENTION  
 @belly\_villela1

## MOST RETWEETED TWEETS

- 9** eu mesma oficial est @KahCoss  
JU LACRANDO NAS RESPOSTAS!! QUE  
ORGULHOOOOOOOO #FORAANAPAULA
- 4** Laércio de Moura @LaercioBBB16  
90 milhões de votos gente vota e vamos tirar a Louca lá  
de dentro. #ForaAnaPaula
- 3** snap: guii\_mont @guii\_mont  
Ana Paula fala como se ela não jogasse,se ela fosse a  
mais correta e nada egoista MUITO ATRIZ #BBB16  
#ForaAnaPaula

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
luanetealways	5	0	27.4k
Aglailsonn	1	0	22.4k
wilson_srta	3	0	18.8k
alexandre_alves	1	0	3.8k
belly_villela1	2	1	2.4k
luleicam	1	0	2.2k
Julyeth_R	1	0	2.2k
linda_ia	1	0	2.2k
MeuLSAmorEterno	1	1	2.1k
coralinsc	1	0	2.1k
DaniloFode	2	0	2.1k
Bia_Citou	1	0	2k
brilhataz	1	0	1.9k
geoaraujos	2	0	1.3k
nicolycomenta	1	0	1.3k
talituita	1	0	1.3k
TheFarm3	1	0	1.2k
renat_cullen	1	0	1.2k
TalitaBeluzzo	2	0	1.1k
laricristinacg	1	0	1.1k
Julieaguair	2	0	1.1k
Polly_Tz	1	0	1k
antunes_jujubs	1	0	1k
UauDiogo	1	0	1k
hortencioal	1	0	1k
tcg277	1	0	1k
brenocout15	1	0	963
leh_morais23	1	0	927
envolvidissimo	1	0	917
amanda281999	2	0	890
gustavotelles21	1	0	851
anna_crisgm	1	1	814
crf_chechel	1	0	782
AlineVilela15	1	0	757
ciumenta_silva	1	0	755
Garota33Garota	1	0	749
helensa93468834	1	0	745
grazieleizer	1	0	625
UmaCertaGarota1	1	0	555
alanseixasCRF	1	0	552
EvaldCamila	1	0	541
hortenciabelt	1	1	530
menorpogba	1	0	524
dbrbrandi	1	0	502
Reenan_Mello	1	0	488
Lucienecarreiro	1	0	484
dieniortiga	1	0	403
Bruhazeredo	1	0	377
gizely_carvalho	1	0	375
eufabianamotta	1	0	351

## TWEETS TIMELINE

Feb 24, 2016 at 1:50am UTC



Srta. Sentimentos @linda\_ia  
OLHA ELA SAINDO DO #BBB16 #foraanapaula



Gustavo Nunes @gustavotelles21  
RT @ronnestranger: Quem deve sair? #ForaAnaPaula x #ForaJuliana  
90 MILHÕES DE VOTOS



Solano @wellsolano  
Até agora pouco o site estava suave, agora tá travando. Espero que eu grite "olha elaaaaa saiu!" #ForaAnaPaula #BBB15



Thaina Luna @tataluna00  
Nossa ninguém sabe quem vai sair hj.. Eu queria #ForaAnaPaula  
mais o boninho não quer #bbb



Danilo Maia @DaniloFode  
RT @mafiacanarinho: O UNICO LINK ONDE SEU VOTO É VALIDO É  
ESSE PORTANTO VOTE !!!! #FORAANAPaula  
gshow.globo.com/realities/bbb/...



Dara @dararangel\_  
RT @KahCoss: JU LACRANDO NAS RESPOSTAS!! QUE  
ORGULHOOOOOOOO #FORAANAPaula



Julie Aguiar @Julieaguair  
Idiotona fica gritando "olha elaaaa" e mandando ozoutro calar a boca!  
#ForaAnaPaula



Bruna Cristina Garci @brugarcia19  
@dias\_ju vamos lá galera votar pra juliana ficar #FicaJuliana  
#ForaAnaPaula



Breno Coutinho @brenocout15  
RT @LaercioBBB16: 90 milhões de votos gente vota e vamos tirar a  
Louca lá de dentro. #ForaAnaPaula



George Araújo @geoaraujos  
por uma única característica eu sou #ForaAnaPaula. ela é  
desrespeitosa. #FicaJuliana #BBB16



Gabriel @envolvidissimo  
RT @KahCoss: JU LACRANDO NAS RESPOSTAS!! QUE  
ORGULHOOOOOOOO #FORAANAPaula



Talita @TalitaBeluzzo  
RT @JuDiasBBB16: Caralhooooo mais de 90 milhões de votos ...  
Votem gente #ForaAnaPaula #FicaJuliana



Felipe Baneiro @FelipeBaneiro  
Na moral...escolheram o editor mais foda da televisão brasileira pra  
fazer o #bbb #bbb16 #ForaAnaPaula



Anne @luanetealways  
RT @LeeMabena1: O hacker famoso disse que a Ju está saindo...  
mas ainda dá para virar o jogo, então não parem de votar  
#ForaAnaPaula... #BB...



Anne @luanetealways  
RT @attacksantana: n aguento mais votar #ForaAnaPaula

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaJuliana

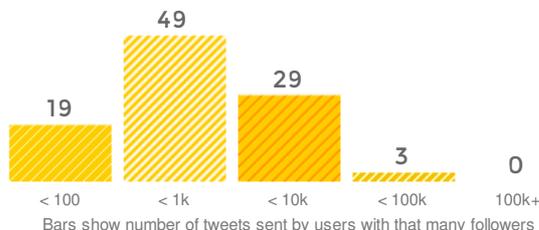
## ESTIMATED REACH

# 164,274

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 195,432

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

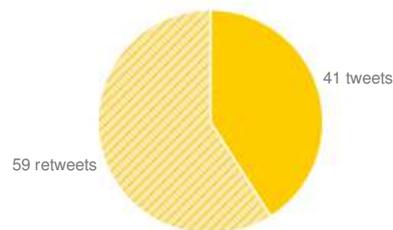
TWEETS

# 91

CONTRIBUTORS

# 1

MINUTE



## TOP CONTRIBUTORS

**79.2k**  
IMPRESSIONS

@leestanich

No contributor has been retweeted

No contributor has been mentioned

## MOST RETWEETED TWEETS

- 5 **magrelindo @macreulo**  
Jesus eu to clamando tira essa mulher #ForaJuliana #BBB16 <https://t.co/msk6uGgoVh>
- 4 **GREGO @GregoMalandro**  
Você é a Protagonista Ana Paula #ForaJuliana #bbb16
- 3 **#PânicoNaBand @PanicoNaBand\_TV**  
Ana Paula respondeu com coração, Juliana não respondeu com o coração, tentou falar mais bonito que a Ana, ficou nítido. #ForaJuliana #BBB16

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
leestanich	1	0	79.2k
DragMeKaty	1	0	16.8k
LOXCABEYO	1	0	12.5k
feelsmunik	1	0	9.6k
universofig	1	0	4.2k
JoasBalack	1	0	3.8k
allarymatter	1	0	3.5k
kailainynagano	2	0	3k
MrGrisostino	2	0	2.8k
collaresvictor	1	0	2.7k
g0ydoi	1	0	2.6k
purporzer	1	0	2.6k
zzetagirl	1	0	2.4k
kevennfilps	2	0	2.3k
lestrangerss	1	0	2.2k
raisinghandss	1	0	2.2k
lalailand	1	0	2.1k
_bpJorteuseiro	1	0	1.9k
gauchadofig	2	0	1.9k
brielmaneiro	1	0	1.9k
ql_foi_reh	2	0	1.8k
notbadpfv	1	0	1.6k
viniburati	1	0	1.5k
JulianaViiTah	1	0	1.4k
shinesmunik	1	0	1.3k
_PamCL	1	0	1.2k
LovesMunik	1	0	1.2k
Maroquita2	1	0	1.2k
rodolfocesar19	1	0	1.2k
RuanEndril	1	0	1.1k
TataPimenta22	1	0	1k
rdzek	1	0	971
LiliCosta_Bhz	1	0	915
ogrodocedagio	1	0	897
ronybarros	1	0	834
BBB16queen	1	0	820
thomasgrantis	1	0	815
eduardatrs	1	0	774
01LACRANDO	1	0	743
QueenMfan	1	0	713
bbbtombo	1	0	673
Leticia92558485	1	0	653
LuanaBotelho203	1	0	647
feelsani	1	0	639
Therogeer	1	0	597
oursspencer	1	0	541
LariSantosLR	1	0	532
mnaoock	1	0	511
_luuuh__03	2	0	508
yuri_magazuri	1	0	507

## TWEETS TIMELINE

- Feb 24, 2016 at 1:51 am UTC
-  Rony Barros @ronybarros  
"Peguei antipatia" RENAULT, Ana Paula. #ForaJuliana #BBB16
-  Augusto @Jeff\_Maraj  
Eu entendo o sotaque da dona G e do Matheus pq sou mineiro Tb kkkkk #foraJuliana
-  Fitoria Meneiz @Vv\_menezes  
RT @RealityzandoTV: #ForaJuliana twitter.com/Sambadoney/sta...
-  100% MUNIK @bbbtombo  
GENTE ULTIMOS MINUTOS, SAIAM DA TL E APROVEITEM, VOTEMMMM OQ PODEM #ForaJuliana
-  tiru.forever @TiruForever01  
RT @pelosogabs: Segunda panelaço da noite, que isso não aconteça #ForaJuliana #BBB16 twitter.com/RickSouza\_/sta...
-  @01LACRANDO  
RT @arrazzei: Um olho na edição, outro na votação, vai ja encerrar, focoooo!!!! #ForaJuliana #BBB16
-  helô @lestrangerss  
RT @s0nserino: boa noite só pra ana paula pra juliana só noite #ForaJuliana #BBB16
-  RealityÉShow @quentemyopinion  
RT @danieluita: hora de carol paixão VAMO VOTAR #ForaJuliana
-  Leandro Stanich @leestanich  
Eu to nervoso com esse paredão.. Nossa quanto tempo um BBB não era tão bom e graças a Ana Paula claro #BBB16 #FicaAnaPaula #ForaJuliana
-  Carlos Eduardo @carloedenbenites  
RT @BBBgritaria: Juliana vem sentir energia aqui fora vem! #ForaJuliana
-  @Juubourguignon  
Se Deus quiser a Ana Vai ficar #forajuliana @WINS\_\_\_\_ @TeamMCLaudia\_ @PortalRunik PortalRunik @Portal\_Clanessa @jooseanee
-  senta e chora @qualqueumai  
RT @jooseanee: 90 milhões de votos e sem Imacro. Ana Paula superando o Dourado! #FicaAnaPaula #ForaJuliana
-  Bruno @FasBrunoAhmed  
Pessoal zoando o sotaque mineiro hahaha ah nem viu! Meu sotaque é lindo <3 #FicaAnaPaula #ForaJuliana #BBB #BBB16
-  Ruan Karl @rdzek  
RT @minavuitton: #ForaJuliana cansei de ver essa cara de #BBB16
-  I'm here filps @kevennfilps  
RT @BBBOpinei: Nojo dessa Juliana, da vontade de vomitar. Se ela ficar vou cancelar o PPV. #BBB16 #ForaJuliana

# TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaAnnik

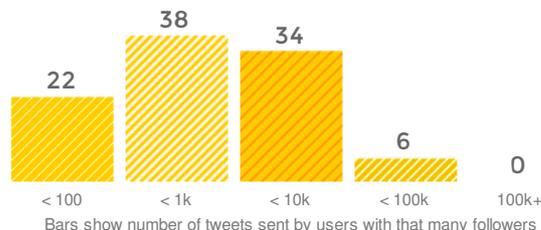
## ESTIMATED REACH

# 101,670

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 202,032

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

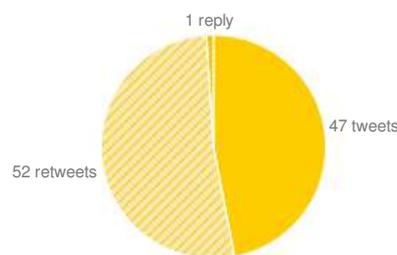
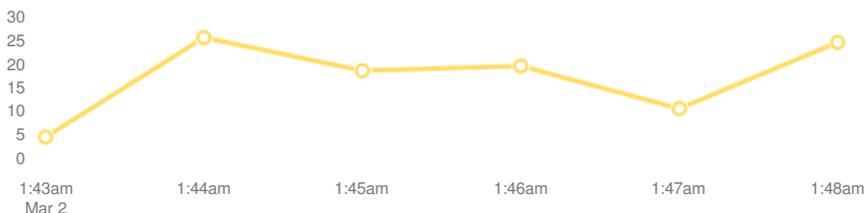
# 100

 TWEETS

# 80

 CONTRIBUTORS

# 6

 MINUTES

## TOP CONTRIBUTORS

- 70.6k** IMPRESSIONS [@serrauns](#)
- 4** RETWEETS [@viicioReality](#)
- 4** MENTIONS [@viicioReality](#)

## MOST RETWEETED TWEETS

- 6** Joseane Silva [@joseanee](#)  
Até o FIM... #FicaAnnik #ForaTamiel  
<https://t.co/X5oqgBid97>
- 4** douglas [@arrazzei](#)  
Querem que elas voltem assim? Sambando na cara dos inimigos? Então VOTEM, não parem! #ForaTamiel #FicaAnnik <https://t.co/jR8Wrmv33b>
- 3** ★Paulinha Leite★ [@Paulinhaleitee](#)  
lai bora votar, animação meu povo #ficaAnnik #foraTamiel <https://t.co/uqoP8zv6C1>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
serrauns	3	0	70.6k
flyrbrcarolphia	3	0	30.5k
iampedrosousa	2	0	14.1k
OdeioRotulos	1	0	9.5k
viicioreality	1	4	7.2k
bluessparks	2	0	4.9k
anarenault21	3	0	4.1k
fconeymarzinhas	1	1	3.5k
Finissima_	1	0	3.4k
Alle_Soareees	2	0	3.3k
vinycomenta	1	0	2.8k
silviopires2012	2	0	2.8k
rainhaanapaula	1	0	2.7k
tirukat	1	0	2.6k
agathaawn	2	0	2.5k
AlineGiacomoni7	1	0	2.2k
onceuponacs	1	0	2.2k
AnaCardflo	1	0	1.9k
aldenirsilva12	1	0	1.9k
Gus_Bizzle	1	0	1.6k
BBBonecado	1	0	1.6k
Hilary_Costa_	1	0	1.6k
flavetespanic	1	0	1.5k
thehanginglarry	1	0	1.5k
CristiannoPB	1	0	1.4k
kleysonpereira	1	0	1.2k
beatrizbenzii	1	0	1.1k
Souzadener2	1	0	1.1k
lumaoficial	1	0	1.1k
BarbosaEdnildo	1	0	966
5H_cabeYo	1	0	895
ronybarros	1	0	847
ANITTASUALOUCA	1	0	806
Jessicacolors	1	2	758
MasterMacabro	1	0	731
mfssreal	1	0	680
TuitaCah	1	0	657
SeLovaticOfJuss	1	0	612
DiegoPablo	2	0	608
_eduardaviana	1	0	585
DennerPrado	1	0	560
Mariana_Andreeo	1	0	479
Annikisreal	1	0	419
1Demorais	1	0	402
leticiatea	1	0	395
AnaPaulaRenaul1	1	0	363
c0mentareality	2	0	360
VicctoriasS	1	2	355
Alfi_Netando	4	0	348
LuanMarcSantana	1	0	346

## TWEETS TIMELINE

Mar 2, 2016 at 1:48am UTC



EddIE,,,LaGarTixa, @BarbosaEdnildo  
Sobre o Paredão Triplo de hj,, Não posso opinar,, #FicaAnnik  
#ForaTamiel,, #BBB16,,



Gleyson -Sudeste 60% @gleyson\_peixoto  
RT @BBBlogador: Não aceito que acabe tão cedo assim. Vamo votar!  
#ForaTamiel #FicaAnnik <https://t.co/uYhzM6FRj4>



Rony Barros @ronybarros  
Votei na opção 'Tamiel' em 'Quem você quer eliminar?' VEM, GENTE!  
#ForaTamiel #FicaAnnik #BBB16 [gshow.globo.com/realities/bbb/...](https://gshow.globo.com/realities/bbb/)



DANI ANNIK @DaniMatarazzo5  
RT @Paulinhaleitee: lai bora votar, animação meu povo #ficaAnnik  
#foraTamiel <https://t.co/luqoP8zv6C1>



OLHA ELAAAAA @1Demorais  
Kakakakakakakaka #ForaTamiel #FicaAna #FicaAnnik  
[twitter.com/robertzei/sta...](https://twitter.com/robertzei/sta...)



Alfi Netando @Alfi\_Netando  
Você é falso sim, fofa! #BBB16 #FicaAnnik #ForaTamiel



AnaPaulaRAINHA @anarenault21  
RT @arrazzei: Querem que elas voltem assim? Sambando na cara  
dos inimigos? Então VOTEM, não parem! #ForaTamiel #FicaAnnik  
<https://t.co/jR8W...>



Luan Marcos Santana @LuanMarcSantana  
RT @robertzei: Vamos transformar essas lágrimas em sorrisos?  
Vamos sim! #FicaAnnik <https://t.co/VWoc2Cgr90v>



Nadja Fernanda @nadjafc  
#ForaTamiel #BBB16 #FicaAnnik



Alfi Netando @Alfi\_Netando  
"Não é fofoca!" Matheus é o quê então, Matheus? Seu puto  
HAHAHAHA #BBB16 #FicaAnnik #ForaTamiel



Glenda @Finissima\_  
VAMOS VOTAR MAIS!! NAO PODE PARAR :) #FicaAnnik  
[in.is/gshow.globo.co...](https://in.is/gshow.globo.co...)



cristiane #5H2 @5H\_cabeYo  
RT @MunikBarbosa: Não chora meu anjo, estamos aqui lutando por  
você, lutando por vocês 'Annik'. ♥ #FicaAnnik



a @fconeymarzinhas  
FOCO PLMDDS #FicaAnnik #BBB16 Votei na opção 'Tamiel' em  
'Quem você quer eliminar?' [gshow.globo.com/realities/bbb/...](https://gshow.globo.com/realities/bbb/)



#foraTamiel @leticiatea  
RT @Jessicacolors: É hoje !!! Lindas vocês arrasam . #ficaannik  
#ForaTamiel [twitter.com/vinycomenta/st...](https://twitter.com/vinycomenta/st...)



Munik Pequi FC (SUL) @vencedorabbb16  
RT @jooseanee: Que lindo a família da @anapaularenault e  
@MunikBarbosa juntas no paredão. Annik é Real! #FicaAnnik  
#ForaTamiel <https://t.c...>

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaTamiel

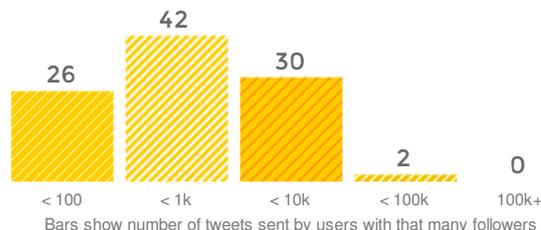
### ESTIMATED REACH

# 76,623

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 107,055

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

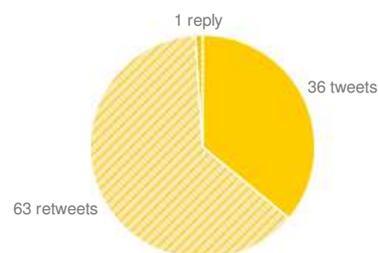
TWEETS

# 80

CONTRIBUTORS

# 34

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

13.7k IMPRESSIONS		@momentosaevento
11 RETWEETS		@migsbbb16
11 MENTIONS		@migsbbb16

### MOST RETWEETED TWEETS

10		#ForaAnaPaula @migsbbb16 FALTA POUCO PARA A VOTAÇÃO ACABAR, VAMOS TODOS SAIR DO TT E CORRER PRO GSHOW. #ForaAnaPaula #FicaTamiel @TamielDoBBB
9		#FicaTamiel Sul est† @TamielDoBBBem Isso aee Elis! #FicaTamiel Filha de @TamielDoBBB detona Ana Paula: 'Arrogante, espero muito que ela saia' glo.bo/1TPXXL5
5		Daniel Manzieri @Daniel_BBB16 Tamiel é amigo do Dani então vamos ajudá-lo! Votem muito! #FicaTamiel

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
momentosaevento	1	0	13.7k
FCO_LuanSTeVivo	7	0	12.5k
demsflops	1	0	11.9k
ThamirisBrito	1	4	8.7k
SandraVieira23	2	0	4.9k
AdrianeGaga	1	0	4.4k
Angela_Bessa	1	0	3.6k
qqfoipeste	1	1	3.5k
eunice03934944	1	0	3k
carolesferreira	2	0	2.6k
Opa_Ramon3	1	0	2.6k
gedel_isabelle	2	0	2.2k
ForeverTVD_	3	0	2k
AmandaMigs	1	0	1.9k
mthxl	1	0	1.8k
PortalDanielBBB	1	0	1.6k
tamireslegiao	1	2	1.5k
TheFarm3	1	0	1.3k
yzak_victor	1	0	1.3k
ElineFolhadela	1	0	1.2k
nancy63885182	1	0	1.2k
mmsthamires	1	0	1.1k
warrioreduardo	1	0	1.1k
yepsh0r4n	1	0	1.1k
mutiraoforaAP	1	0	926
LoraZam	1	0	884
jtamires2015	2	0	820
Manfro_Re	1	0	788
tudoporadelia	1	2	776
Luan_Jeeferson	1	0	744
MasterMacabro	1	0	731
_juliasilva13	2	0	730
Kaka_Mello	1	0	717
souzaajuba	1	0	613
teamdaniel16	2	0	610
breno_cobo	1	0	587
versodmeninas	1	0	568
Ammandaluz	1	0	518
Flviadasilvaper	1	0	492
esquadrao16	2	0	474
VerinhaCamargo1	3	0	462
GianaPerini	1	0	410
polacury	1	0	346
cr1s22	1	0	318
deda72br	1	0	307
baianoretado33	1	0	304
galvaobia03	1	0	294
mholicg07	1	0	294
Nette13KE13	1	0	293
migsbbb16	2	11	292

## TWEETS TIMELINE

- Mar 2, 2016 at 1:53am UTC
-  TeamDaniel Nordeste @teamdaniel16  
Votação ainda não encerrou !! #FicaTamiel
-  Momentos ao vento ∞ @momentosaevento  
É hoje que ela sai, vamos lá! #FicaTamiel #BBB16
-  Luana Zaballa @Luuu\_JR10  
#FicaTamiel
-  Jeff @MasterMacabro  
RT @qqfoipeste: gente, quem vocês acham que vai sair hoje? #BBB16 #FicaAna #FicaMunik #FicaAnnik #FicaTamiel #ForaTamiel
-  happybdaymozãoAckles @fallsmysticcc  
@HugoGloss #foraanapaula #foramunik #ficatamiel desculpa migss
-  João @qqfoipeste  
gente, quem vocês acham que vai sair hoje? #BBB16 #FicaAna #FicaMunik #FicaAnnik #FicaTamiel #ForaTamiel
-  Bel @twitbebel  
RT @TamielDoBBBem: Isso aee Elis! #FicaTamiel Filha de @TamielDoBBB detona Ana Paula: 'Arrogante, espero muito que ela saia' https://t...
-  john lennon @johnlennon371  
RT @ThamirisBrito: #FICATAMIEL
- Mar 2, 2016 at 1:50am UTC
-  Dea2v @DeaShadows  
RT @TamielDoBBBem: Isso aee Elis! #FicaTamiel Filha de @TamielDoBBB detona Ana Paula: 'Arrogante, espero muito que ela saia' https://t...
-  Verinha Camargo @VerinhaCamargo1  
RT @migsbbb16: FALTA POUCO PARA A VOTAÇÃO ACABAR, VAMOS TODOS SAIR DO TT E CORRER PRO GSHOW. #ForaAnaPaula #FicaTamiel @TamielDoBBB
-  Guedson Renan @GuedsonNRJ11  
Geeeeeeeeente por favor a Ana tem que sair não aguento mais e a torcida do #Daniel #Juliana vamos vingar #BBB16 #ForaAna #FicaTamiel
-  Paam Oliver @PaamOliverJeM  
RT @Dani3Oliveir4: É difícil mas não é impossível, com força, fé e foco vamos manter @TamielDoBBB na casa. #FicaTamiel #ForaAnaPaula #Desi...
-  Verinha Camargo @VerinhaCamargo1  
RT @TamielDoBBBem: Isso aee Elis! #FicaTamiel Filha de @TamielDoBBB detona Ana Paula: 'Arrogante, espero muito que ela saia' https://t...
-  JANAINA PEROTE @PeroteJanaina  
Começou mais uma Protagonizacao do #BBB16 tudo armação pra ter ibope ! #FicaTamiel

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaAnnik

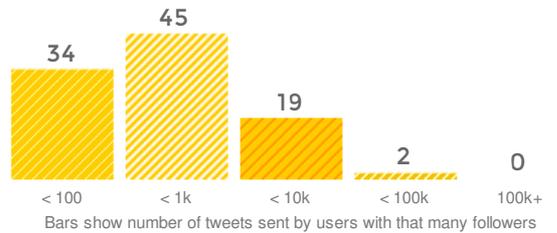
## ESTIMATED REACH

# 63,626

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 73,349

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

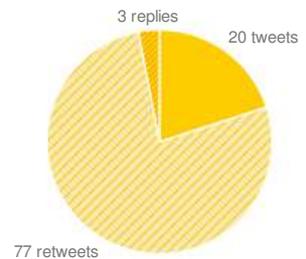
TWEETS

# 98

CONTRIBUTORS

# 3

DAYS



## TOP CONTRIBUTORS

- 12.6k** IMPRESSIONS [@MoniqueNonato](#)
- 14** RETWEETS [@DenteDePorcelan](#)
- 14** MENTIONS [@DenteDePorcelan](#)

## MOST RETWEETED TWEETS

- 45** [OLHA A MÁFIA @MAFIAannikers](#)  
ENQUETE: Nesse paredão Annik X Tamiel quem sai?  
#ForaTamiel - RT #ForaAnnik - CURTIR #BBB16  
<https://t.co/ghiLDQNMv7>
- 14** [Ana Paula pensadora @DenteDePorcelan](#)  
Se você quer #ForaAnnik curta. Se você quer #ForaTamiel retweet
- 5** [@guicomenta](#)  
Torcida da Juliana se reunindo pra fazer mutirão #ForaAnnik: <https://t.co/GeJ6DhypUO>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
MoniqueNonato	1	0	12.6k
wtfdiegoo_	1	0	11.9k
Umshipper	1	0	4.4k
DenteDePorcelan	1	14	3.2k
enquetetdhora	1	2	2.1k
bieelsiq	1	0	1.9k
BarbieZoeira	1	0	1.8k
morila_a	1	0	1.7k
vishbic	1	0	1.5k
L0veMunik	1	3	1.5k
JuniorDanyllo	1	1	1.4k
carollcortes_	1	0	1.4k
Diana_Vickerss	1	0	1.2k
leandroliraa_	1	0	1.2k
SantoVittiJ1	1	0	1.2k
sandymickaeli_	1	0	1.1k
gedel_isabelle	1	0	1.1k
VaniaLferreira	1	0	1.1k
bielportella	1	0	1.1k
anaaapbbm	1	0	1.1k
ROARAUJO12	1	0	1k
alisswn	1	0	974
PedroPoloto	1	0	971
MicVilelas	1	0	914
Gabeepalhao	1	0	874
BELIEVATIC_15	1	0	759
BrihaCatheus	1	5	736
crlh_lluma	1	0	712
RomeroVingativo	1	0	691
AflorMaisBela_	1	0	660
deluqq	1	1	599
Dudasmore	1	0	593
shipador	1	0	479
larismarioto	1	0	464
rafah_perronita	1	0	459
LimaLehLima	1	0	440
HugoHenriqueCAP	1	0	420
Annikisreal	1	0	419
thainabaffa	1	0	382
Guilhermewaltte	1	0	357
mu_k_iii	1	0	345
Sllavor	1	0	328
ronald_bueri	1	0	290
claudiallimaaa	1	0	261
luanas22345	2	0	240
July_SJ	1	0	222
cacaununes70	1	0	217
_elenferreira_	2	0	194
UnidosdaAP	1	0	189
EloarSoares	1	0	182

## TWEETS TIMELINE

Mar 2, 2016 at 1:45am UTC



Leandro Alves @LeAlv3s  
RT @JuniorDanyllo: #ForaAnnik - favorita #ForaTamiel - retweeta #BBB16



Danyllo Junior @JuniorDanyllo  
#ForaAnnik - favorita #ForaTamiel - retweeta #BBB16



Isaa @gedel\_isabelle  
#FicaTamiel #ForaAnnik vamo tira todas essas cobras do BBB16 pelo Dani e pela Ju <3



Musica @Msica39820568  
#ForaAnnik #ForaAnaPaula #Putinik #AnaFalsiane #Bbb16 #FicaTamiel #Tamielcampeao



Barba-ridade @morila\_a  
So pra lembrar #foraAnnik !

Mar 2, 2016 at 12:00am UTC



Mel @melcatte  
Tamiel não precisa arrumar sua mala, você não vai sair. #ficatamiel #Foraannik #BBB16



Danny Annik (Sud) @JustDaan23  
@JustDaan23 gente olhem a enquete, #catheus é #ForaAnnik vamos duplicar esses votos #ForaTamiel #bbb16



#bbb16 @elenferreira\_  
Ta em risco de nois perder vamo votar jente #ForaTamiel #ForaAnnik bora votar jente nois tamo perdendo vamo deixar nossa rainha perde #bbb16



claudinha lima @claudiallimaaa  
RT @L0veMunik: Bora gente, muita gente fazendo mutirao #ForaAnnik nao podemos deixar isso acontecer! #FicaAnnik #ForaTamiel



razão anik @pequizinha16\_  
RT @L0veMunik: Bora gente, muita gente fazendo mutirao #ForaAnnik nao podemos deixar isso acontecer! #FicaAnnik #ForaTamiel



Aninha @Annikisreal  
RT @L0veMunik: Bora gente, muita gente fazendo mutirao #ForaAnnik nao podemos deixar isso acontecer! #FicaAnnik #ForaTamiel



∞ @L0veMunik  
Bora gente, muita gente fazendo mutirao #ForaAnnik nao podemos deixar isso acontecer! #FicaAnnik #ForaTamiel



Anikers @\_\_\_annik  
• Like quem quer que #ForaAnnik •RT quem quer que #ForaTamiel



cacau @cacaununes70  
RT @BrihaCatheus: Olha isso miopes,pra não falar que eu tava mentindo,vê se eu sou dessas de mentir sem ter provas.MINGULA #FORAANNIK htt...



SiCinelli @simone\_cinelli

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaTamiel

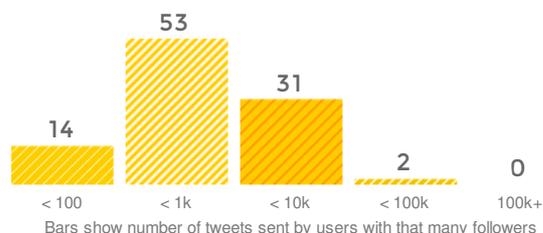
### ESTIMATED REACH

# 133,689

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 153,534

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

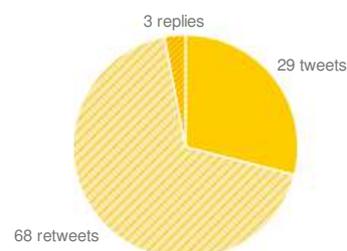
TWEETS

# 100

CONTRIBUTORS

# 2

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

23.1k IMPRESSIONS		@igordicarvalho
4 RETWEETS		@flop4dissima
4 MENTIONS		@flop4dissima

### MOST RETWEETED TWEETS

27		Hugo Gloss @HugoGloss Eu sou #ForaTamiel e vcs? #BBB16
9		Joseane Silva @joseanee Essas imagens vale mais que 1000 palavras #FicaAnnik #ForaTamiel pic.twitter.com/kGp6pkvewF
5		Ana Paula - BBB 16 @anapaularenault Foco no gshow! Tá acabando, amores! Aguentem firme! #ForaTamiel gshow.com

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
igordicarvalho	1	0	23.1k
msstheus	1	0	17.6k
umazoboomafu	1	0	6.6k
lavgnss	1	0	6.4k
ViniciusCruzF	1	0	5.6k
troyemyangel	1	0	5.6k
rafaelmeida74	1	0	5.2k
flop4dissima	1	4	5.1k
Azzy_	1	0	5k
anjados5gays	1	0	4.1k
shippatona	1	0	3.9k
sannyfabiola	1	0	2.9k
_Keerol	1	0	2.8k
suwrrreals	1	0	2.6k
intenseswift	1	0	2.6k
Shippadora_	1	0	2.6k
BrenoVeiga	1	0	2.4k
dmescrazy	1	0	2.4k
allyconfusa	1	0	2.3k
dlcamrenn	1	0	2.3k
GlauciaBargani	1	0	2.2k
marquinhos13	1	0	2.2k
AnaCardflo	1	0	1.9k
__greendha	1	0	1.8k
Franf5H	1	0	1.6k
Brendacomenta	1	0	1.6k
Lov3CL	1	0	1.5k
euzaina	1	0	1.2k
artmovment	1	0	1.2k
elianevp	1	0	1.2k
FranPontes21	1	0	1.2k
reasonandrea	1	0	1.2k
S2Naaanda	1	0	1k
dantasbela	1	0	944
loreto_felipe	1	0	933
realgabrielle_	1	0	916
luansantos15_	1	0	891
Anrachels	1	0	881
_mavitoria12	1	0	876
ValeWal_NandaK	1	0	811
vivisemlimites	1	0	779
efeitosheo	1	0	745
MirzaOliveira	1	0	701
isasiqueiral	1	0	612
lorenafreitas	1	0	593
_MarianaGouveia	1	0	587
Nadinybarbosa	1	0	573
cabeyohope	1	0	531
Tavares_Patrick	1	0	528
mnarock	1	0	514

## TWEETS TIMELINE

Mar 2, 2016 at 1:53am UTC



annik - Norte @Mariane131305  
RT @Celotuita: tl muito lotada não vou falar nada depois não reclamem ... #ForaTamiel



Glaucia Bargani @GlauciaBargani  
RT @ClaudiaCaroll: @GlauciaBargani Bota o povo pra votar aí tbm! #ForaTamiel



Vitória sem c @lanzamo  
VOTEM CARALHO #BBB16 #ForaTamiel



gabrielle (: @realgabrielle\_  
RT @HugoGloss: Eu sou #ForaTamiel e vcs? #BBB16



Leka @Leka\_rosi  
RT @HugoGloss: Eu sou #ForaTamiel e vcs? #BBB16



Fica teguinha @seu\_idt  
RT @HugoGloss: Eu sou #ForaTamiel e vcs? #BBB16



Tiago Sul @troyemyangel  
RT @inglikinapp: ELE NÃO PASSAVA DE UMA PLANTA #BBB16 #ForaTamiel



Aline Santos @alinesantos2877  
RT @HugoGloss: Eu sou #ForaTamiel e vcs? #BBB16



Marquinhos promessa @marquinhos13  
Gente tão dando muita cena pro Tamiel to com medoooooooooo #ForaTamiel



Cuera Marques @wdcuera  
RT @joseanee: Essas imagens vale mais que 1000 palavras #FicaAnnik #ForaTamiel pic.twitter.com/kGp6pkvewF



Am α nd α @S2Naaanda  
RT @ellencrizz: VOTEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEM #FORATAMIEL #BBB16 Votei na opção 'Tamiel' em 'Quem você quer eliminar?' gshow.globo.com/realities/bbb/...



Zaina @euzaina  
#FicaAna #ForaTamiel



Pedro Carvalho @artmovment  
RT @joseanee: Essas imagens vale mais que 1000 palavras #FicaAnnik #ForaTamiel pic.twitter.com/kGp6pkvewF



dah @adallis\_fig  
RT @HugoGloss: Eu sou #ForaTamiel e vcs? #BBB16



Talyta Bruce @talytabrauce  
#ForaTamiel Votei na opção 'Tamiel' em 'Quem você quer eliminar?' gshow.globo.com/realities/bbb/...



Bleaaaaaaaaah @breh\_magre

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# # FicaAdelia

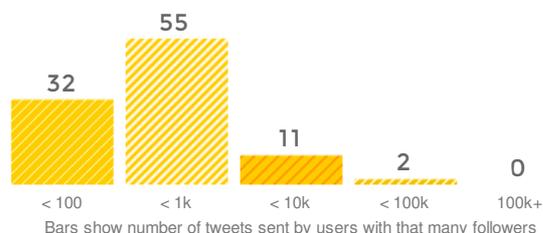
### ESTIMATED REACH

# 69,215

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 89,755

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

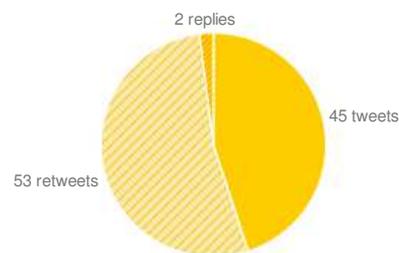
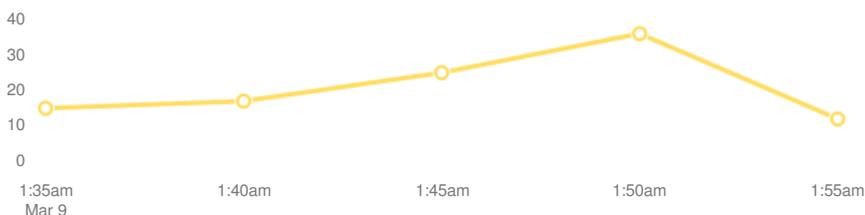
TWEETS

# 76

CONTRIBUTORS

# 19

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

27.3k		@JuDiasBBB16
IMPRESSIONS		
7		@JuDiasBBB16
RETWEETS		
7		@JuDiasBBB16
MENTIONS		

### MOST RETWEETED TWEETS

9		Central Matheus L @CentralMLisboa EU ACREDITO EM VOCES! quem ta votando DA RETWEET AQUI! #ForaRonan #FicaAdelia
7		Juliana Dias BBB16 @JuDiasBBB16 #FicaAdelia
6		Adélia Soares BBB16 @oficial_adelia Fim do mutirão #ForaRonan !!! Enviem seus votos #FicaAdelia

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
JuDiasBBB16	1	7	27.3k
alberanyalves	1	1	14.1k
TROUXADABIBAJB	1	0	7k
ForaRonnan	5	2	4.6k
esquadraobugado	2	2	3.5k
pqplariim	1	0	2.9k
fdifelipe	1	0	2.7k
BBBundaDaAdelia	2	1	2.4k
forCrazyVIVI	1	0	1.9k
rios_ronney	1	0	1.7k
larissamachad4	6	0	1.7k
nicius0091	1	0	1.5k
lalalarits2	2	0	1.3k
Liamdo_	1	3	1.2k
ReiDoReality	1	0	956
_1corinthiana_	1	0	860
aninha_abr	1	0	852
augustofalando	3	0	744
JoiceDomingues5	1	0	731
Adrianabets	3	0	687
_f3rreira	1	0	656
JenniferBomfim	1	0	613
katinha_cs	1	0	613
GianaPerini	1	0	601
yonnafernanda	1	0	522
Luci2Carol	1	0	487
amanda281999	1	0	453
sumorango	1	0	435
gdrprimu	1	0	362
teamdaniel16	1	0	344
guneiva	1	0	317
madunog_crvg	1	0	307
erica_colussi	2	1	295
veracerega	1	0	292
NossaBuguei	1	2	285
NaatiFer	1	0	285
BETOVEM198	2	0	278
_RenanBBB16	1	0	272
cyoliver	1	0	257
Valesca05290769	1	0	227
Diellensantos	1	0	225
lima_johw	3	0	204
_borgesherbert	1	0	194
migsbbb16	1	0	194
marcosindra	1	0	191
Eduardo05297192	1	0	191
PimentaTaiane	1	0	151
NennyShine	1	0	143
BiihPacini	1	0	143
Thatalaport	1	0	138

## TWEETS TIMELINE

Mar 9, 2016 at 1:56am UTC



snap: vinicius\_p15 @nicius0091  
#ficaadelia #bbb16



Herbert Borges @\_borgesherbert  
FORA RONAN, FALSO, MALDOSO, ARTICULADOR, MENTIROSO.  
FICA ADÉLIA, MINHA TORCIDA DE HOJE É PRA VOCÊ!!!  
#FORARONAN #FICAADÉLIA



Aline Elen @niinesilva989  
RT @NossaBuguei: Gente ñ parem de votar #ForaRonan  
POSITIVIDADE E FOCO #FicaAdélia CONFIANÇA É A ÚLTIMA QUE  
MORRE #BBB16



Marcia Barreira @BarreiraMarcia  
RT @esquadraobugado: Votem gente! #FicaAdelia #ForaRonan  
gshow.globo.com/realities/bbb/...



Marco Sindra @marcosindra  
RT @JuDiasBBB16: #FicaAdélia



Natalia Fernanda @NaatiFer  
Ai eu vejo meubamigo na torcida da Adélia no BBB kkkkk e o pior,  
nem me convida pra ir. #TeamAdelia #ficaadelia



Um esquadrão bugadão @esquadraobugado  
Intervalooooooooo! Não paremmmmmm! Votemmmmmmm  
#ForaRonan #FicaAdelia



TeamDaniel Nordeste @teamdaniel16  
RT @esquadraobugado: Votem gente! #FicaAdelia #ForaRonan  
gshow.globo.com/realities/bbb/...



Biih @BiihPacini  
RT @ForaRonnan: VOTE SMS #ForaRonan RETA FINAL #FicaAdelia  
#BBB16 #gshow #redeglobo #paredaobbb #brasil SMS  
@TamielDoBBB @timerenanbbb16 @R...



Thata Laport @Thatalaport  
Vamos povo bora voootar, sair do twitter e vai voootar, já ta acabando  
#FicaAdelia



Lima @lima\_johw  
#RT #Agora #BBB16 #SaiRonan #SaiMunik #ForaRonik  
#AnaPaulaJáFoi #kakakakaka #FicaAdelia #FicaRenan #Reniel

Mar 9, 2016 at 1:55am UTC



Felipe Cortez @fdifelipe  
Eu gosto da Adélia #bbb16 #FicaAdelia



Rose Cunha @rosecunha2016  
RT @oficial\_adelia: Eu tenho fé, você não vai sair!!!! Sua alegria é  
contagante #FicaAdelia <https://t.co/ghNkoE73YO>



#MutirãoForaRonan @ForaRonnan  
VOTE SMS #ForaRonan RETA FINAL #FicaAdelia #BBB16 #gshow  
#redeglobo #paredaobbb #brasil SMS @TamielDoBBB  
@timerenanbbb16 @RenanBBB16Real



MalluB3ar @Mallub3ar  
#ficaadelia #BBB16

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# # FicaMunik

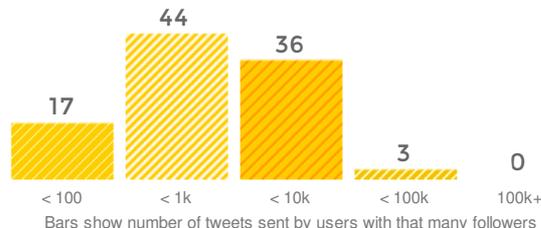
### ESTIMATED REACH

# 121,005

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 162,221

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

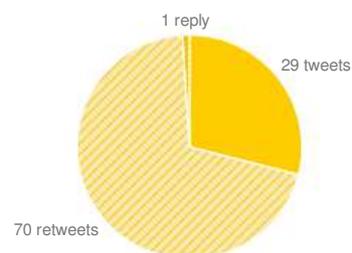
TWEETS

# 88

CONTRIBUTORS

# 32

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

19.1k		@janosftjdb
IMPRESSIONS		
4		@falsirillo
RETWEETS		
4		@falsirillo
MENTIONS		

### MOST RETWEETED TWEETS

33		Joseane Silva @joseanee Ana Paula com a familia do Ronan. É muito amor! #BBB16 #FicaRonan #FicaMunik #ForaAdelia <a href="https://t.co/3Ws4vJlyu3">https://t.co/3Ws4vJlyu3</a>
14		nando renault @demetrinando Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan
5		Ronan Oliveira BBB16 @ronanoliveira_ Vamos deixar o Ronan na casa! #ForaAdelia #RonanOliveira #FicaRonan #FicaMunik gshow.com.br/bbb16 <a href="https://t.co/JsQ0aPEyA9">https://t.co/JsQ0aPEyA9</a>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
janosftjdb	1	0	19.1k
niloborgna	2	0	13.6k
francifreitas39	1	0	12.2k
ledalacerda_	2	0	10.6k
michaeljackrson	1	0	10.5k
Falsiano__	1	0	9.3k
givemydl	1	0	6.9k
anjo__tico	4	1	6.4k
demiexcitante	1	0	6.1k
renaultroses	2	4	5k
thealfadeco	2	0	4.4k
UmCriminal	1	0	4.4k
mixerstogether	1	0	3.2k
italaaoliveira	1	0	3k
btchney	1	0	3k
Narizinhobr	1	0	2.9k
Shippadora_	1	0	2.6k
CaetanoFilipe	1	0	1.7k
fucksavinon	1	0	1.7k
KaioFilip	1	0	1.6k
opsrealityzei	1	0	1.6k
JuliaRebelo15	1	0	1.6k
lineeferraz1	1	0	1.6k
juvera_32	1	0	1.4k
emillycaabral	1	0	1.4k
falsirillo	1	4	1.4k
EderCampos	1	0	1.3k
ThamyMebarak	1	0	1.2k
brthdaz	1	0	1.1k
MatDomingues	1	0	1.1k
Jaureguelicia__	1	0	1.1k
PrazerSouAJulia	1	0	1.1k
xfifthanitta	1	0	987
KaioBalzac	1	0	979
rapha_cms	1	0	953
sophfeatmika	1	0	835
Anabelmedley	1	0	799
Cristiana_0212	1	0	753
FehcamiCabello	1	0	688
bbb2016_br	2	0	660
meuviciojolari	2	0	644
Luabbb	1	0	624
mateuuss_s	2	0	590
TalitaComento	1	0	576
Flaviadelacoste	1	0	569
nath_arouche	2	0	538
Thatyferrero	1	0	531
xxtublair	1	0	525
Canutoluiza	1	0	449
ca_simoes1D	1	0	432

## TWEETS TIMELINE

Mar 9, 2016 at 2:03am UTC



Hellen Renault @Shippadora\_  
RT @renaultroses: Nos vamos fazer vocês ficarem!! #FICARONAN #FICAMUNIK #FORAADELIA <https://t.co/vfh5cxv0tX>



Luiz Marcelo @marcelloim  
#FicaMunik #Bbb16 [pic.twitter.com/YTiCJLtz00](http://pic.twitter.com/YTiCJLtz00)



Nayara Renault ♡ @nnaay  
RT @renaultroses: Nos vamos fazer vocês ficarem!! #FICARONAN #FICAMUNIK #FORAADELIA <https://t.co/vfh5cxv0tX>



LEDA RENAULT ♡ @ledalacerda\_  
RT @ronanoliveira\_: Vamos deixar o Ronan na casa! #ForaAdélia #RonanOliveira #FicaRonan #FicaMunik [gshow.com.br/bbb16](http://gshow.com.br/bbb16) <https://t.co/Js...>



Karen Renault Nunes @AannikVive  
RT @renaultroses: Nos vamos fazer vocês ficarem!! #FICARONAN #FICAMUNIK #FORAADELIA <https://t.co/vfh5cxv0tX>



LEDA RENAULT ♡ @ledalacerda\_  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



Lorena Renault Nunes @renaultroses  
Nos vamos fazer vocês ficarem!! #FICARONAN #FICAMUNIK #FORAADELIA <https://t.co/vfh5cxv0tX>



Giselle Renault @Jaureguelicia\_  
RT @jooseanee: Ana Paula com a familia do Ronan. É muito amor! #BBB16 #FicaRonan #FicaMunik #ForaAdelia <https://t.co/3Ws4vJlyu3>



Paulo @paulof771  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



Ангел Тико @anjo\_\_tico  
Votei na opção 'Adélia' em 'Quem você quer eliminar?' #BBB16 #ForaAdelia #FicaRonan #FicaMunik #ficaRonik [gshow.globo.com/realities/bbb/...](http://gshow.globo.com/realities/bbb/...)



eder campos @EderCampos  
RT @celsogoncalves: Renan pode ser bonito e ter corpão o tanto que for, mas só sinto nojo dele. #BBB16 #FicaRonan #ficaRonik #FicaMunik



Nath @nath\_arouche  
RT @ronanoliveira\_: Vamos deixar o Ronan na casa! #ForaAdélia #RonanOliveira #FicaRonan #FicaMunik [gshow.com.br/bbb16](http://gshow.com.br/bbb16) <https://t.co/Js...>

Mar 9, 2016 at 2:00am UTC



Heloise Renault @Heloise\_blanco  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



Nath @nath\_arouche  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



Yuri Renault @Falsiano\_  
Ronan é um cara que ganhou meu respeito #FicaMunik #FicaRonan

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaRonan

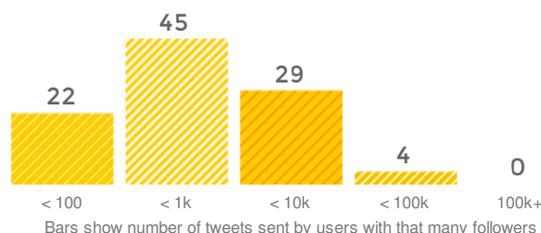
### ESTIMATED REACH

# 125,363

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 155,946

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

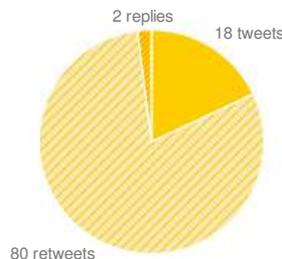
TWEETS

# 93

CONTRIBUTORS

# 41

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

19.1k		@janosftjdb
IMPRESSIONS		
1		@anjo__tico
RETWEET		
1		@anjo__tico
MENTION		

### MOST RETWEETED TWEETS

53		Joseane Silva @joseanee Ana Paula com a familia do Ronan. É muito amor! #BBB16 #FicaRonan #FicaMunik #ForaAdelia <a href="https://t.co/3Ws4vJlyu3">https://t.co/3Ws4vJlyu3</a>
12		nando renault @demetrinando Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan
6		Ronan Oliveira BBB16 @ronanoliveira_ Vamos deixar o Ronan na casa! #ForaAdelia #RonanOliveira #FicaRonan #FicaMunik gshow.com.br/bbb16 <a href="https://t.co/JsQ0aPEyA9">https://t.co/JsQ0aPEyA9</a>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
janosftjdb	1	0	19.1k
niloborgna	2	0	13.6k
francifreitas39	1	0	12.2k
pedromuskopf	1	0	11.5k
michaeljackson	1	0	10.5k
Falsiano__	1	0	9.3k
givemydl	1	0	6.9k
demiexcitante	1	0	6.1k
thealfadeco	2	0	4.4k
UmCriminal	1	0	4.4k
darkgirlband	1	0	3.9k
mixerstogether	1	0	3.2k
anjo__tico	2	1	3.2k
italaaoliveira	1	0	3k
btchney	1	0	3k
Narizinhobr	1	0	2.9k
renaultroses	1	1	2.5k
CaetanoFilipe	1	0	1.7k
geovanarosa12	1	0	1.7k
fucksavinon	1	0	1.7k
JuliaRebelo15	1	0	1.6k
lineeferraz1	1	0	1.6k
jvfera_32	1	0	1.4k
emillycaabral	1	0	1.4k
stylesobscure	1	0	1.3k
ThamyMebarak	1	0	1.2k
sheylaamorim1	1	0	1.2k
brthdaz	1	0	1.1k
PrazerSouAJulia	1	0	1.1k
Paradiseannik	1	0	1k
xfifthanitta	1	0	987
KaioBalzac	1	0	979
sophfeatmika	1	0	835
Anabelmedley	1	0	799
Cristiana_0212	1	0	753
pooxajaque	1	0	728
FehcamiCabello	1	0	689
aNNe_bbr5	1	0	662
bbb2016_br	2	0	656
meuviciojolari	2	0	644
mateuuss_s	2	0	590
Flaviadelacoste	1	0	569
nath_rouche	2	0	538
Thatyferrero	1	0	531
xxtblair	1	0	525
Canutoluiza	1	0	449
ca_simoes1D	1	0	432
MARILIASANTOS	1	0	412
1simplesQlquer	1	0	409
ajschiasse	1	0	398

## TWEETS TIMELINE

Mar 9, 2016 at 2:00am UTC



Nath @nath\_rouche  
RT @ronanoliveira\_: Vamos deixar o Ronan na casa! #ForaAdélia #RonanOliveira #FicaRonan #FicaMunik gshow.com.br/bbb16 https://t.co/Js...

Mar 9, 2016 at 2:00am UTC



Heloise Renault @Heloise\_blanco  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



Nath @nath\_rouche  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



Yuri Renault @Falsiano\_\_  
Ronan é um cara que ganhou meu respeito #FicaMunik #FicaRonan #Annik #Ronnik #ForaAdelia



Duda Renault @xfifthanitta  
RT @joseanee: Ana Paula com a familia do Ronan. É muito amor! #BBB16 #FicaRonan #FicaMunik #ForaAdelia https://t.co/3Ws4vJlyu3

Mar 9, 2016 at 1:55am UTC



Bruna Caroline @dbrunacaroline  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



anne @aninhaprisi  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



Gabriella Santos @arquitetaGabi  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



Lih @wthlih  
MEU DEUSSS olhas o batimento da Munik.. miniiinaa, não vai ter um treco ainda não tá #FicaMunik #FicaRonan #FicaRonik #BBB16



mateus 1.9.9.8 @mateuuss\_s  
#FicaMunik #FicaRonan



Lucas Lourixer @LucasLourixer  
RT @joseanee: Ana Paula com a familia do Ronan. É muito amor! #BBB16 #FicaRonan #FicaMunik #ForaAdelia https://t.co/3Ws4vJlyu3

Mar 9, 2016 at 1:50am UTC



Itala Renault @italaaoliveira  
RT @joseanee: Ana Paula com a familia do Ronan. É muito amor! #BBB16 #FicaRonan #FicaMunik #ForaAdelia https://t.co/3Ws4vJlyu3



mateus 1.9.9.8 @mateuuss\_s  
RT @demetrinando: Annik que é Annik vota pela Munik e pelo Ronan também #FicaMunik #FicaRonan



Alisson Macedo @UmCriminal  
RT @joseanee: Ana Paula com a familia do Ronan. É muito amor! #BBB16 #FicaRonan #FicaMunik #ForaAdelia https://t.co/3Ws4vJlyu3

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaAdelia

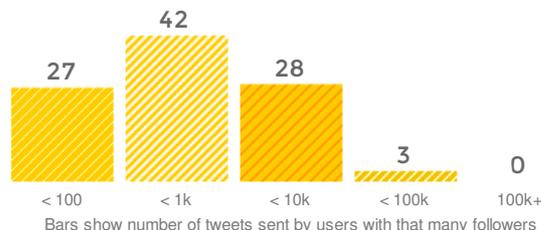
### ESTIMATED REACH

# 175,919

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 202,533

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

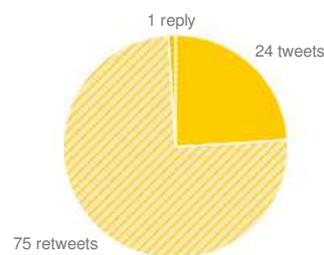
TWEETS

# 98

CONTRIBUTORS

# 1

MINUTE



### TOP CONTRIBUTORS

76.6k		@mkarolqueiroz
IMPRESSIONS		
1		@BBBelezinho
RETWEET		
1		@BBBelezinho
MENTION		

### MOST RETWEETED TWEETS

11		Vai Desmaiar @vaidesmaiar A edição está ajudando MUITO Renan e Adelia, por isso, VOTEEM! Pela Munik, pelo Ronan, pela Ana e POR NÓS MESMO #ForaAdelia
9		Ana Paula - BBB 16 @anapaularenault #ForaAdelia <a href="https://t.co/ArOQxN1n4m">https://t.co/ArOQxN1n4m</a>
4		Larissa @Larisq13 Jesus que edição CHATA #BBB16 #ForaAdelia <a href="https://t.co/2wYLC9ea8v">https://t.co/2wYLC9ea8v</a>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
mkarolqueiroz	1	0	76.6k
MutiroesAnaP	1	0	26.8k
WeslleyDNasc	1	0	12.3k
EuCarolPaixao	1	0	7.3k
anagoms	1	0	5.1k
Marcosreal1	1	0	4.6k
lovathat	1	0	4.2k
raquelmarcelle	1	0	4k
carolinapn_	1	0	3.2k
mixerstgether	1	0	3.2k
bbbdaju	1	0	2.8k
renaultroses	1	0	2.5k
nablelove	1	0	2.3k
Mosqueii	1	0	2.3k
porvctami	1	0	2.3k
loiraluaa	1	0	2.1k
tirumodel	1	0	2.1k
lovemy_idol	1	0	2.1k
OpsAnalisei	1	0	2k
BBBelezinho	1	1	2k
grazi_carvalhoS	1	0	1.9k
twerklylas	1	0	1.6k
BBBComenteii	1	0	1.6k
ysoyrbdfan	1	0	1.6k
Antonio_Ccarlos	1	0	1.5k
opsmaristyles	1	0	1.4k
N3veralon3	1	0	1.3k
Luadalara	1	0	1.3k
crvgray10	1	0	1.2k
emilyduarte	1	0	1.1k
fuckmarilov	1	0	1.1k
wylaurentis	1	0	967
allbycastagnoli	1	0	873
okshiholy	2	0	828
eEuNaoBlefo	1	0	797
guilhermesac_	1	0	640
k3lv1n_D	1	0	570
Grazi_rsss	1	0	547
xxtublair	1	0	525
ComenteiBBB16	1	0	508
ariannesheyla	1	0	449
Biiamorada	1	0	449
guielh	1	0	443
Ex_Clanessas	1	0	436
cwiebbling	1	0	427
luisadonola	1	0	415
alicewonderj	1	0	382
beubasAnnik	1	0	373
goheadtalkshit	1	0	357
negra_rainha	1	0	354

## TWEETS TIMELINE

Mar 9, 2016 at 1:57am UTC



Eri\_Renault @EriveltonLima18  
Ta difícil não ver a @anapaularenault láh #BBB16 #ForaAdelia  
pic.twitter.com/Xbwg613ivw



Bia @srtgonsalves  
RT @CoberturaBBB: Doeue ver a TV da Ana desligando #ForaAdelia  
https://t.co/O3iLMdhG3E



RaisSaviñón LR @Raissa\_Paiva18  
RT @paollaaz: Eu nao sei se tenho mais nojo do renan e da adelia ou da edição sempre favorecendo eles.. #BBB16 #ForaAdelia



Soraia Cristina @soefecardoso  
RT @Oitent: #BBB16 #FicaRonnik #ForaAdelia  
https://t.co/9KAhIKLRmh



Annik @Amanda\_Renault  
ANA PAULA APAGADA NA VINHETA #ForaAdelia #BBB16



BEYONCÉ Renault @baddiegk  
RT @anapirigotica: eu vendo a vinheta: ESSE A ANA ELIMINOUESSÉ TAMBÉM ESSE NEM SE FALA COITADA SAIU PELA RAINHA #BBB16 #ForaAdelia



Kalany. SUDESTE @eEuNaoBlefo  
RT @vaidesmaiar: A edição está ajudando MUITO Renan e Adelia, por isso, VOTEEM! Pela Munik, pelo Ronan, pela Ana e POR NÓS MESMO #ForaAdel...



Tainá Renault @taina\_talia  
RT @vaidesmaiar: Uma edição tão boa assim, não merece uma final com esses dois #ForaAdelia



Comentei Renault @ComenteiBBB16  
RT @paollaaz: Eu nao sei se tenho mais nojo do renan e da adelia ou da edição sempre favorecendo eles.. #BBB16 #ForaAdelia



Camila Renault @Camila\_Inacia  
RT @vaidesmaiar: A edição está ajudando MUITO Renan e Adelia, por isso, VOTEEM! Pela Munik, pelo Ronan, pela Ana e POR NÓS MESMO #ForaAdel...



Juliane Simão \* @juliianesimao  
RT @eumassafera: Capitulo de hoje: O tombo da cobra. #ForaAdelia



mari styles @opsmaristyles  
RT @JeeBurk: Gente vamo ajuda o coitado, ele não aguenta mais #ForaAdelia https://t.co/L0rX1U1APx



Grazi @Grazi\_rsss  
RT @BBBRichards: #ForaAdelia



~ Evy Renault @Antonellisando  
RT @Olhaelaaaas: A globo tem tanto medo de Perder audiência, Que deixou a foto da Ana na Vinheta do BBB! RAINHA É RAINHA MONAMOUR #ForaAdel...



danielle lopes @Danielelopesg  
#ForaAdelia {Vem usar seu Baby Liss aqui fora}  
pic.twitter.com/xvjqfXKDK

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaMunik

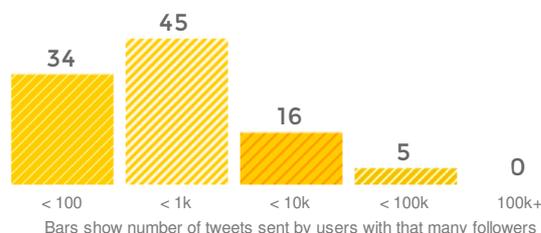
### ESTIMATED REACH

# 95,727

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 147,078

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

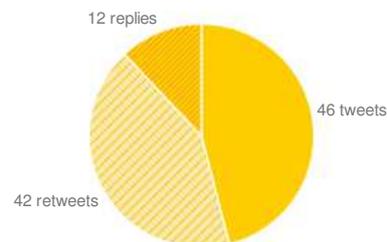
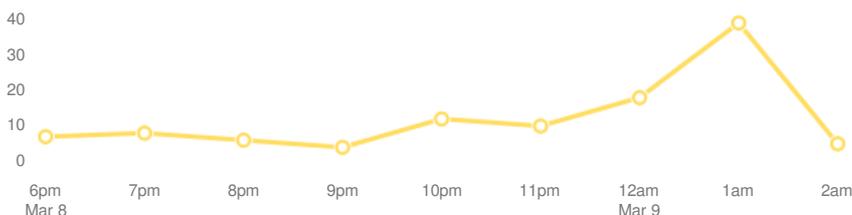
TWEETS

# 79

CONTRIBUTORS

# 9

HOURS



### TOP CONTRIBUTORS

# 56k

IMPRESSIONS



@DanielManzieri

# 2

RETWEETS



@momentsbrasil

# 2

MENTIONS



@momentsbrasil

### MOST RETWEETED TWEETS

# 9



Samantha @SamanthaDivaa  
UMA É LOUCA A OUTRA É RACISTA #FORAMUNIK  
#BBB16 <https://t.co/FHNqgsx9ZP>

# 3



Tais Kica @KicaTais  
@bbb nossa eu gostava da munik mas depois q ela  
começou a pegar influencias ai na casa ficou um  
nojinho #foramunik #foraronam

# 3



Snap - sr.jo @sr\_jo15  
Quem Sai ? #BBB16 #GSHOW #FORARONAN  
#FORAMUNIK #FORAADELIA

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
DanielManzieri	2	0	56k
momentsbrasil	1	2	27.2k
empircyrus	1	0	12.9k
vocesabendo	1	0	10.1k
_milennaoliveir	3	0	4.6k
Liamdoo_	3	2	2.5k
hebmachado	3	0	2.2k
DiogoBarbosa96	1	0	2.1k
Vichugo82	1	0	1.6k
yonnafernanda	3	0	1.6k
gusthpa	1	0	1.5k
_Larees	1	0	1.4k
o_rayssa	1	0	1.4k
raulcorrea_bdo	1	0	1.4k
lorenzo_gdl	1	0	1.3k
oidulcetes	6	0	1.2k
ADIVADESSABOBBA	1	0	1.1k
DanPirangi	1	1	1.1k
BlogMundoCao_	1	0	1.1k
Ninha_almeida3	1	0	1k
lolavvz	2	1	944
Raphalyssa	1	0	890
BBB2016Renan	1	0	890
melissacna	1	0	804
caminathana	1	0	783
Eeiketlyn	1	0	696
bbb2016_br	2	0	660
Brunaagonca	1	0	622
sweetmarshmall_	1	0	589
adolescenteees	1	0	582
Flviadasilvaper	1	0	543
sckreality	1	0	526
meysenjr	1	0	368
BBB_DOG	1	0	367
Alberich_Asgard	1	0	342
VitoriaLiraa1	1	0	335
EnqueteBra	1	0	326
leitesilva2010	1	0	265
lkznunes	1	0	236
amandadavilac	1	0	234
Adrianabets	1	0	229
Gustavo_Nunes69	1	1	208
MundoPop_inter	1	0	186
cliciarruda80	1	0	179
JoaoGaviolli	1	0	178
alinep9_	1	0	171
VerinhaCamargo1	1	0	155
RogérioLima2016	1	0	153
NennyShine	1	0	143
SuckyDoll	1	0	132

## TWEETS TIMELINE

Mar 9, 2016 at 2:07am UTC



Ana Carolina @SuckyDoll  
O platinado do cabelo da Adélia tá ficando roxo kkkkkkkkkkkkkk #ForaAdelia kkkkkkkkkkkkkkkkkkk ou #ForaMunik haha !!



Jennifer Macedo @NennyShine  
Nem adianta torce nessa buodega, pq pelo que vejo Adélia vai sair.Mais de qualquer forma tah ai #ForaRonan #ForaMunik #FicaAdélia



Adriana Pereira @Adrianabets  
RT @NoveleiraMaluca: Povo a Adélia não vai sair #FicaAdelia #ForaMunik #ForaRonan



Renan Oliveira BBB16 @BBB2016Renan  
RT @NoveleiraMaluca: Povo a Adélia não vai sair #FicaAdelia #ForaMunik #ForaRonan

Mar 9, 2016 at 2:00am UTC



Gabi @NoveleiraMaluca  
Povo a Adélia não vai sair #FicaAdelia #ForaMunik #ForaRonan



Gustavo Henrique @gusthpa  
Sou Adélia até debaixo d'água! #foraronan #foramunik #bbb16



Mara Oliveira @sweetmarshmall\_  
RT @SamanthaDivaa: UMA É LOUCA A OUTRA É RACISTA #FORAMUNIK #BBB16 https://t.co/FHNqgsx9ZP



Camila Perez @milaperez  
@bbb sério que nessa edição, os vilões ganharam o povo? #foraMunik e #foraRonan .Chega de ilusão.Em outra época isso não aconteceria. Fraude



Verinha Camargo @VerinhaCamargo1  
RT @SamanthaDivaa: UMA É LOUCA A OUTRA É RACISTA #FORAMUNIK #BBB16 https://t.co/FHNqgsx9ZP



Camille Mathias @MathiasCamille  
#FORAMunik



Ketlyn Marques @Eeiketlyn  
#foramunik



fala sério @alicecantora2  
sinceramente tem q ser assim mano #ForaMunik #Bbb16 #FicaAdelia



Yonná @yonnafernanda  
RT @JannyWalker2013: Ronan disse que ele e Munik vão atrás do prêmio! Como? Fazendo fuxico? Se escondendo atrás de Ana Paula? Para né #BBB1...



Yonná @yonnafernanda  
RT @SamanthaDivaa: UMA É LOUCA A OUTRA É RACISTA #FORAMUNIK #BBB16 https://t.co/FHNqgsx9ZP



Yonná @yonnafernanda  
RT @bruniinbarros93: Nem que esse caba só saia no nordeste, mais eu continuo vontando #ForaRonan #FicaAdelia #ForaMunik

# TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaRonan

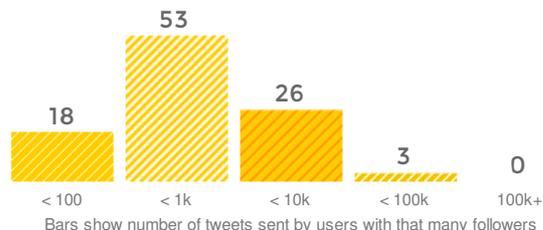
## ESTIMATED REACH

# 49,066

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 203,671

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

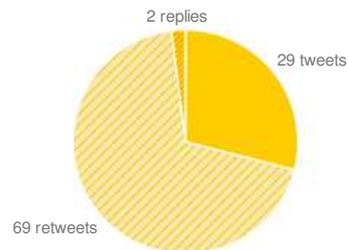
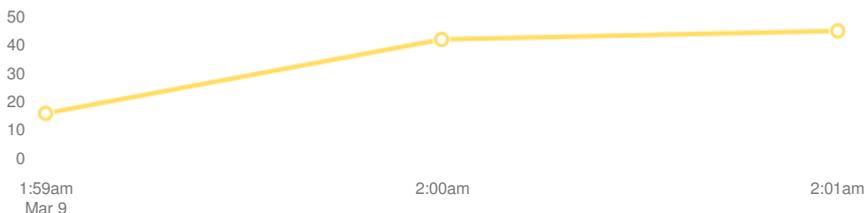
# 100

 TWEETS

# 55

 CONTRIBUTORS

# 3

 MINUTES

## TOP CONTRIBUTORS

- 128.9k** IMPRESSIONS @JulianaMutiroes
- 13** RETWEETS @JulianaMutiroes
- 13** MENTIONS @JulianaMutiroes

## MOST RETWEETED TWEETS

- 4** Juliana Mutirões @JulianaMutiroes FORA RONAN, FALSO, MALDOSO, ARTICULADOR, MENTIROSO. FICA ADÉLIA, MINHA TORCIDA DE HOJE É PRA VOCÊ!!! #FORARONAN #FICAADÉLIA
- 4** #MutirãoForaRonan @ForaRonnan TORCIDA DA CACAU VOTEM #ForaRonan LIGUEM @CacauCentral @claudiaoficial @DetonaBBB MANDEM SMS @CentralClaudia @MutiroesClaudia @PortalMariaC
- 3** Juliana Mutirões @JulianaMutiroes #ForaRonan Não faz porra nenhuma na casa e não Mudará Em nada !

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
JulianaMutiroes	20	13	128.9k
DenisUckermann	2	0	24.5k
alberanyalves	1	1	14.1k
BBB2016Renan	9	2	7.1k
Angela_Bessa	1	0	3.6k
esquadraobugado	2	2	3.5k
la_barata	8	0	2.3k
syfenix	2	0	1.7k
tetes2lulu1	1	0	1.5k
DaniloFode	1	0	1.1k
capsembriagado	1	1	1k
ForaRonnan	1	4	928
bbbadalacao	1	0	894
biarossetti2	1	0	740
acrmuniz	3	0	735
JoiceDomingues5	1	0	731
yannaluanRS	1	0	728
Adrianabets	3	0	687
JujuBarreto123	1	0	679
sorri4miley	1	0	642
TimeDanielBBB	4	0	636
QueiroozRay	1	0	611
crissolal	1	0	611
pqprhy	1	0	569
mmsdaddario	1	0	545
LayseeSiilvaa	1	0	527
estrelinha_jpa	1	0	482
Pappa29Ferreira	1	0	397
AnaJuliaMarian5	1	0	383
wtfzinha	1	0	276
wenym Manfred	1	0	246
jera_teixeira	1	0	226
publi222	1	0	223
bbb16_ju_rj	1	0	218
sabrina_sbn007	1	1	203
Gleicielernesto	1	0	197
Silvaliper	1	0	181
Danielm280	1	0	180
AliceAwards	1	0	161
Nandaa_Dutra	1	0	85
jaquefigueira	1	0	75
bruno_pedrosoh	1	0	74
marciakkjuvg	1	0	71
DiegoFelipee	1	0	54
niinesilva989	1	0	51
Dayancriss	1	0	44
Antonia15243180	2	0	38
FriasSr	1	1	33
recauesquadrao	1	0	28
PatyProcopio	1	0	27

## TWEETS TIMELINE

Mar 9, 2016 at 2:01am UTC



Renan Oliveira BBB16 @BBB2016Renan  
RT @capsembriagado: Fora ladrão de jóias #ForaRonan #BBB16  
<https://t.co/yU2637g7Pe>



Ana Muniz @acrmuniz  
RT @JulianaMutiroes: Vamos pro GShow e vamos vota até o final da votação #ForaRonan



Juliana Mutirões @JulianaMutiroes  
RT @melizaamaral: Votando muito #ForaRonan



Juliana Mutirões @JulianaMutiroes  
RT @igoralbino\_: #ForaRonan #BBB16



Juliana Mutirões @JulianaMutiroes  
RT @BBB2016Renan: Continuem votando galera #ForaRonan



Juliana Mutirões @JulianaMutiroes  
RT @FernandaFumaux: Queria que saísse o #ForaRonan pelo visto nos livramos da louca e ficaremos com o faz nada de util #planta. Oh god, wh...



Juliana Mutirões @JulianaMutiroes  
RT @Is3410Is: A vinheta do ano passado era muito melhor que a desse ano! #ForaRonan #bbb16



Juliana Mutirões @JulianaMutiroes  
RT @ForaRonnan: TORCIDA DA CACAU VOTEM #ForaRonan  
LIGUEM @CacauCentral @claudiiioficial @DetonaBBB MANDEM  
SMS @CentralClaudia @MutiroesClau...



Ju linda @bbb16\_ju\_rj  
RT @JulianaMutiroes: Ronan disse que nem Deus tira ele de lá. Vcs vão deixar que isso continue acontecendo? VOTEM e tirem essa figura do m...



Ana Muniz @acrmuniz  
Pelo gshow no celular eu To votando #ForaRonan  
[twitter.com/julianamutiroe...](https://twitter.com/julianamutiroe...)



iT's yoU || 2M @JujuBarreto123  
RT @\_cercadinho: A eliminação é hoje! Temos poucas horas para mudar o rumo desse jogo, se vc é Catheus ou Esquadrão vc é #FicaAdélia e #For...



Nanda Dutra @Nandaa\_Dutra  
RT @JulianaMutiroes: Ronan disse que nem Deus tira ele de lá. Vcs vão deixar que isso continue acontecendo? VOTEM e tirem essa figura do m...



Juliana Mutirões @JulianaMutiroes  
RT @esquadraobugado: Intervalooooooooo! Não paremmmmmm!  
Votemmmmmmm #ForaRonan #FicaAdelia



Juliana Mutirões @JulianaMutiroes  
RT @polacury: Me fez lembrar do Titanic #ForaRonan prepotente é vc!!! [twitter.com/goldenmars/sta...](https://twitter.com/goldenmars/sta...)



Juliana Mutirões @JulianaMutiroes  
RT @Addressajpa: #ForaRonan

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaGeralda

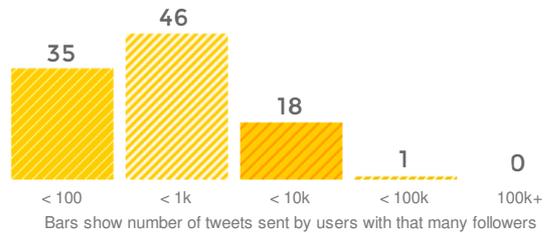
## ESTIMATED REACH

# 64,697

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 79,280

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

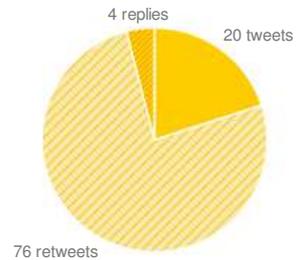
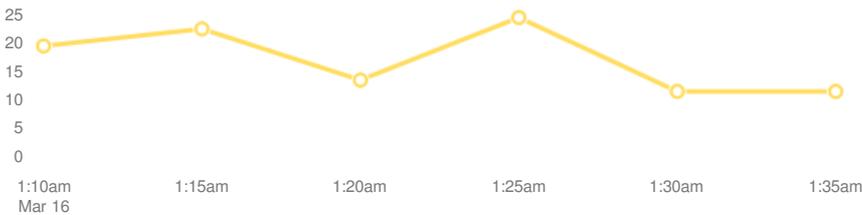
# 100

 TWEETS

# 88

 CONTRIBUTORS

# 25

 MINUTES

## TOP CONTRIBUTORS

**10.2k**  
IMPRESSIONS

@FeelsMunik

**1**  
RETWEET

@RaffaelPerroni

**1**  
MENTION

@RaffaelPerroni

## MOST RETWEETED TWEETS

**47**

Central Munik Nunes @CentralMunikN  
Chegou a hora que não precisa mais contar. É VOTO EM CIMA DE VOTO! SEM CONTAR! Mete o dedo nessa fofa #ForaRenan #FicaRONAN #FicaGERALDA

**14**

Ronan Oliveira BBB16 @ronanoliveira\_  
MUTIRÃO ENCERRADO! Enviem seus votos e região para a @anapaularenault! #ForaRenan #FicaRonan #FicaGeralda <https://t.co/sVmo1sj74x>

**4**

Ronan Oliveira BBB16 @ronanoliveira\_  
COMEÇOU O MEGA MUTIRÃO GEROANNIK! Vem com tuuuuuudo! #ForaRenan #FicaRonan #FicaGeralda #AteOFim <https://t.co/fznG9XJwYR>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
FeelsMunik	1	0	10.2k
alwaysvato	1	0	8.1k
AnnikInfinity	2	0	6.4k
nobeckysense	1	0	6.3k
rodtubes	1	0	5.1k
HulkTarado	1	0	4.8k
eunice03934944	1	0	3.2k
hshumjr	1	0	3k
jhonatanFerr16	1	0	2.2k
nandadollucco	1	0	2k
denistuitou	1	0	1.8k
RaffaelPerroni	1	1	1.4k
rafah_perronita	2	0	1.3k
lifeishella	1	0	1.3k
mefodelui	1	0	1.2k
ibruhnascimento	1	0	1.1k
TaMandaAlways	1	0	1.1k
itslifelucasl	1	0	1k
TamiresLeticia	1	0	1k
StheOliveira	1	0	966
gabicomenta	1	0	946
Juhaguila	1	0	885
oxentejupaiva	1	0	791
VSezara	1	0	753
legsparrilla	1	0	745
walentinacardos	1	0	744
Guilhermee_2	2	0	662
Cla_Spice	1	0	570
Carolbgcampos	1	0	523
camzzuada	1	0	514
leticiafelipe_	3	0	513
marf3yy	1	0	471
Ligado_TV	1	0	448
9108a71c891240e	1	0	447
eithaiss	1	0	436
dananeves18	2	0	422
babssmonteiro	1	1	399
CoraCastellini	1	0	375
MATOOZODIRA	1	0	343
lucia_amaral	1	0	339
LaranjCaprichet	1	0	318
Jaja40Da	1	0	318
chicachikaboom	1	0	302
terordasfalsas	1	0	263
matheusderossi	1	1	250
meirele_ss	1	0	224
Reality_Atual	1	0	220
Menchimaria	1	0	194
Mila_Hathaway	1	1	185
shipAnnik	1	0	156

## TWEETS TIMELINE

- Mar 16, 2016 at 1:38am UTC
-  Velho Oh! Chicó @Ligado\_TV  
Gente, é #ForaRenan e #FicaGeralda, né? #BBB16
-  Snap: joycec4rol4in3 @CARULADOCOCIELO  
@Alexmapelii #FicaGeralda pq ela e a zika dscip amor
-  Pequi @HulkTarado  
RT @CentralMunikN: Chegou a hora que não precisa mais contar. É VOTO EM CIMA DE VOTO! SEM CONTAR! Mete o dedo nessa fofa #ForaRenan #FicaRO...
-  .@forreaal  
RT @anapaulaglobal: PEGUEM ESSE MOTIVO DOS 3000, É VOTE EM DOBRO NO #ForaRenan #FicaGeralda <https://t.co/lwElPpUU6i>
-  Ketlen Matos @KetlenMatos1  
@geraldandiniz #FicaGeralda
-  Clara Spice @Cla\_Spice  
Votei mais 50 vezes agora. To triste da Geralda sair... #ForaRenan #ficageralda #bbb
-  Daniel Procópio @brisgues  
RT @Mila\_Hathaway: Vaza Renaaaaannnn #ForaFofa #FicaRonan #FicaGeralda #BBB16
-  Adriana Coutinho @Adriana\_Atriz  
RT @ronanoliveira\_: MUTIRÃO ENCERRADO! Enviem seus votos e região para a @anapaularenault! #ForaRenan #FicaRonan #FicaGeralda <https://t.co/...>
-  Ketlen Matos @KetlenMatos1  
@HugoGloss #ForaRenan #FicaGeralda
-  Raffael ♥ + = ♫ @RaffaelPerroni  
É um olho no celular, outro no notebook e outro na TV #BBB16 #ForaRenan #ForaFofa #FicaGeralda #FicaRonan
-  Fã clube da GG @Eibarbie  
RT @CentralMunikN: Chegou a hora que não precisa mais contar. É VOTO EM CIMA DE VOTO! SEM CONTAR! Mete o dedo nessa fofa #ForaRenan #FicaRO...
- Mar 16, 2016 at 1:35am UTC
-  Camila @Mila\_Hathaway  
Vaza Renaaaaannnn #ForaFofa #FicaRonan #FicaGeralda #BBB16
-  Aline Simas @alinessimas  
#FicaGeralda
-  Laury Britto @laury\_britto  
RT @ronanoliveira\_: MUTIRÃO ENCERRADO! Enviem seus votos e região para a @anapaularenault! #ForaRenan #FicaRonan #FicaGeralda <https://t.co/...>
-  Letícia Felipe @leticiafelipe\_  
#FicaRonan #FicaGeralda #ForaRenan

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaRenan

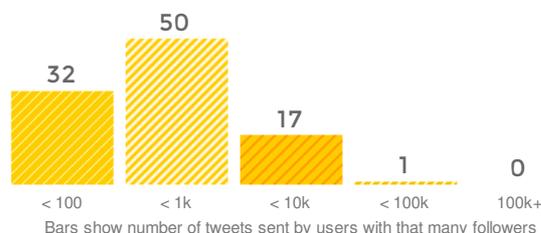
### ESTIMATED REACH

# 67,597

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 85,018

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

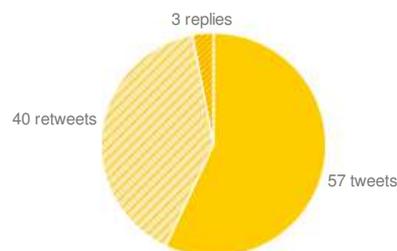
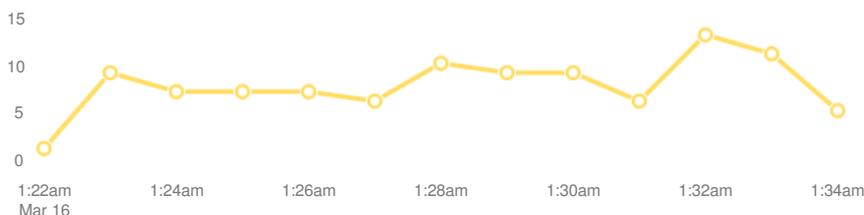
# 100

 TWEETS

# 83

 CONTRIBUTORS

# 13

 MINUTES

### TOP CONTRIBUTORS

25.9k	@_cercadinho
IMPRESSIONS	
6	@mdnacompasso
RETWEETS	
6	@mdnacompasso
MENTIONS	

### MOST RETWEETED TWEETS

6	#ForaGeralda @mdnacompasso Sem dúvida Renan foi a melhor pessoa que passou nessa edição. #FicaRenan #BBB16
4	Monique Martins @momartins @_cercadinho to votando muito e vendo o Renan no ppv...nosso menino do BEM não pode sair!!! #ficarenan
4	Cacau BBB16 @CacauTorcida BRINCADEIRA! cada RT aqui, eu vou votar na Geralda 50 vezes. #bbb16 #ForaGeralda #FicaRenan #Paredaobbb #TeamRenan <a href="https://t.co/5aDo4dvclm">https://t.co/5aDo4dvclm</a>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
_cercadinho	1	0	25.9k
mdnacompasso	1	6	5.2k
addictionmelmic	1	0	4.9k
CMutiraoDias	1	0	4.5k
Gabrieelamoreno	2	0	3.7k
jesscomenta	2	3	3k
Ray_pellegrine	3	0	2.2k
poxathayg	1	1	2.1k
Duuditta_	1	0	2k
Crazy4Mamacita	1	0	1.6k
Vichugo82	1	0	1.6k
simone_gv	1	0	1.6k
graaziele_s2	1	0	1.4k
n4tyrodrigues	1	0	1.3k
ziamobeso_	1	0	1.2k
EricaErasmoo	4	0	1.2k
itlo_	1	0	1.1k
mona_drew	3	0	1k
roberts_beatriz	1	0	1k
brendasuxx	1	0	964
74Karina	1	0	856
eujanedefloripa	1	0	814
uejustin	1	0	800
ZezaSC	1	0	800
loullou_	1	0	780
ChJemiii	1	0	720
momartins	3	4	715
SandroCarvalhoG	1	0	705
torcidarenik	1	2	645
lanniy03	1	0	624
DuduCrv98	1	0	589
viih_aguiar	1	0	588
VibeForDaniel	2	0	584
Skassyblog	1	0	537
WalescaRayane	1	0	508
Fecarolmac	1	0	483
galvaobia03	1	0	429
Johnnydaniel202	1	0	408
Loraine_S	1	1	377
vaiquesarah	1	0	374
viviane459	1	0	366
jupataro	1	0	353
chrisbotinelly	1	0	336
itssoares12	1	0	310
BBB14Facts	1	0	307
Priscilla_LuanR	1	0	295
thai_nogueira2	1	0	274
tamararocham	1	0	254
renikporamor	1	0	250
vcestanoparedao	1	0	232

## TWEETS TIMELINE

- Mar 16, 2016 at 1:34am UTC
-  Gabi @VibeForDaniel  
RT @OAnjoDaniel: Vamos la gente,é hoje,vamos mostrar que somos fortes. #FicaRenan #ForaGeralda <https://t.co/8Hkik8Jj1S>
-  Ítalo Senra @itlo\_  
Começou, vamos ESQUADRÃO! #FicaRenan
-  Jane de Floripa @eujanedefloripa  
Povo idiota... Não enxergam os venenosos mesmo! #forageralda #bbb16 #ficarenan
-  Gabi @VibeForDaniel  
RT @TamielDoBBB: Galera vamos apoiar o Renan! Quero vê-lo na final! #FicaRenan
-  Carla @CarlaSoaress\_  
#FicaRenan
- Mar 16, 2016 at 1:34am UTC
-  El Shaarawy ★ @uejustin  
#FicaRenan #ForaGeralda
-  dudinha @Duuditta\_  
To vendo que o Renan que vai sair, espero que não!!! #FicaRenan
-  Sisi\_Cec @simone\_gv  
Começo o #BBB16 n vamos perde tempo assistindo so ouvindo BORA VOTAR ATE ENCERRA AS VOTAÇÕES! #ForaGeralda #FicaRenan #BBB16
-  Bia @roberts\_beatriz  
#FicaRenan
-  futura kardashian @brendasuxx  
#FicaRenan
-  Dri Math @drikamath  
O comentário mais curtido no face é de um #FicaRenan. #BBB16
-  Victor Hugo @Vichugo82  
Ai meu deus! #bbb16 #FicaRenan !
-  FORA GERALDA @ziamobeso\_  
Começou, não parem de votaaaar #ForaGeralda #FicaRenan
-  Gabriela Moreno @Gabrieelamoreno  
RT @momartins: @\_cercadinho to votando muito e vendo o Renan no ppv...nosso menino do BEM não pode sair!!! #ficarenan
-  Garras Silenciosos @garrasdobasset  
@chimarruts tocando no @bbb povo do sul vamos ajudar o @RenanBBB16Real RENANCAMPEAO a #FicaRenan #BBB16

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaRonan

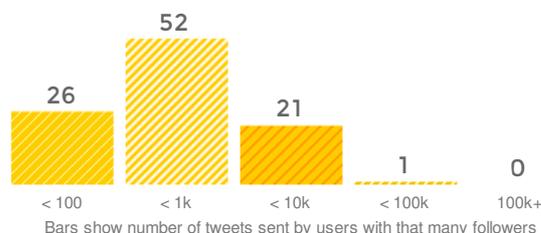
### ESTIMATED REACH

# 68,488

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 84,083

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

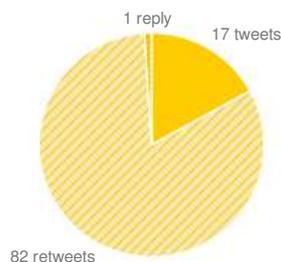
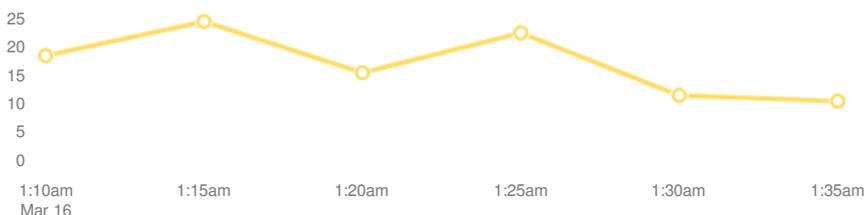
TWEETS

# 89

CONTRIBUTORS

# 26

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

10.2k		@FeelsMunik
IMPRESSIONS		
1		@RaffaelPerroni
RETWEET		
1		@RaffaelPerroni
MENTION		

### MOST RETWEETED TWEETS

42		Central Munik Nunes @CentralMunikN Chegou a hora que não precisa mais contar. É VOTO EM CIMA DE VOTO! SEM CONTAR! Mete o dedo nessa fofa #ForaRenan #FicaRONAN #FicaGERALDA
14		Ronan Oliveira BBB16 @ronanoliveira_ MUTIRÃO ENCERRADO! Enviem seus votos e região para a @anapaularenault! #ForaRenan #FicaRonan #FicaGeralda <a href="https://t.co/sVmo1sj74x">https://t.co/sVmo1sj74x</a>
5		Viúvo Renault @urgh #FicaRonan #FicaGege #ForaFofa

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
FeelsMunik	1	0	10.2k
alwaysvato	1	0	8.1k
AnnkInfinity	2	0	6.4k
nobeckysense	1	0	6.3k
HulkTarado	1	0	4.8k
FaelDavii	1	0	3.4k
eunice03934944	1	0	3.2k
hshumjr	1	0	3k
LenaGronchi	1	0	2.8k
jhonatanFerr16	1	0	2.2k
nandadollucco	1	0	2k
denistuitou	1	0	1.8k
AvanteTurne	1	0	1.4k
RaffaelPerroni	1	1	1.4k
rafah_perronita	2	0	1.3k
lifeishella	1	0	1.3k
mhenriquejp	1	0	1.3k
mefodelui	1	0	1.2k
ibruhnascimento	1	0	1.1k
TaMandaAlways	1	0	1.1k
itslifelucasl	1	0	1k
TamiresLeticia	1	0	1k
ggomesnatalia	1	1	976
StheOliveira	1	0	966
gabicomenta	1	0	946
Juhaguila	1	0	885
dananeves18	4	0	844
oxentejupaiva	1	0	791
VSezara	1	0	753
legsparrilla	1	0	745
Guilhermee_2	2	0	662
RafitO_	1	0	536
camzzuada	1	0	514
leticiafelipe_	3	0	513
dhryyy	1	0	489
marl3yy	1	0	471
9108a71c891240e	1	0	447
eithaiss	1	0	436
babssmonteiro	1	1	399
BBBviciada	1	0	386
mona_drew	1	0	345
MATOZZODIRA	1	0	343
lucia_amaral	1	0	339
carolgarcia12	1	0	323
LaranjCaprichet	1	0	318
Jaja40Da	1	0	318
chicachikaboom	1	0	302
terordasfalsas	1	0	263
matheusderossi	1	1	250
meirele_ss	1	0	224

## TWEETS TIMELINE

- Mar 16, 2016 at 1:39am UTC
-  Marilene Santana @Marilen68617806  
RT @ronanoliveira\_: MUTIRÃO INICIADO! Bora votar muito pra deixar esses dois lindos! Volta a 01:30! #ForaRenan #FicaRonan #FicaGeralda htt...
-  Geronik Renault @GingaLondon  
Não parem de votar. #ForaRenan #FicaGege #FicaRonan #BBB16 #BBB16
-  Matheus Renault @mhenriquejp  
Meu grupo #ForaRenan #FicaGeralda #FicaRonan #BBB16 <https://t.co/ORENxrHXrs>
-  Pequi @HulkTarado  
RT @CentralMunikN: Chegou a hora que não precisa mais contar. É VOTO EM CIMA DE VOTO! SEM CONTAR! Mete o dedo nessa fofa #ForaRenan #FicaRO...
-  Rafa Renault @RafitO\_  
RT @urgh: #FicaRonan #FicaGege #ForaFofa
-  O Furacão do Norte @AvanteTurne  
>>>> #ForaRenan <<<< #FicaGeronik #FicaDonaGeralda #FicaDonaGê #FicaRonan #BBB16
-  Daniel Procópio @brisgues  
RT @Mila\_Hathaway: Vaza Renaaaaannnn #ForaFofa #FicaRonan #FicaGeralda #BBB16
-  Adriana Coutinho @Adriana\_Atriz  
RT @ronanoliveira\_: MUTIRÃO ENCERRADO! Enviem seus votos e região para a @anapaularenault! #ForaRenan #FicaRonan #FicaGeralda <https://t.co/...>
-  Raffael ♥ + = ♫ @RaffaelPerroni  
É um olho no celular, outro no notebook e outro na TV #BBB16 #ForaRenan #ForaFofa #FicaGeralda #FicaRonan
-  Fã clube da GG @Eibarbie  
RT @CentralMunikN: Chegou a hora que não precisa mais contar. É VOTO EM CIMA DE VOTO! SEM CONTAR! Mete o dedo nessa fofa #ForaRenan #FicaRO...
- Mar 16, 2016 at 1:35am UTC
-  Camila @Mila\_Hathaway  
Vaza Renaaaaannnn #ForaFofa #FicaRonan #FicaGeralda #BBB16
-  Laury Britto @laury\_britto  
RT @ronanoliveira\_: MUTIRÃO ENCERRADO! Enviem seus votos e região para a @anapaularenault! #ForaRenan #FicaRonan #FicaGeralda <https://t.co/...>
-  Letícia Felipe @leticiafelipe\_  
#FicaRonan #FicaGeralda #ForaRenan
-  Letícia Felipe @leticiafelipe\_  
Cai fora #ForaRenan #FicaGeralda #FicaRonan
-  Lucia Amaral @lucia\_amaral

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaGeralda

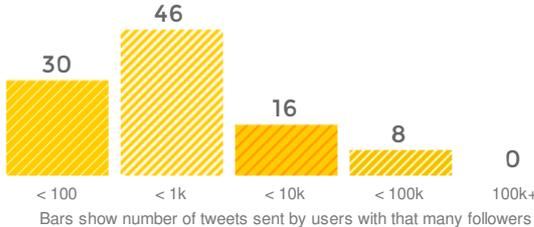
## ESTIMATED REACH

# 162,995

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 317,792

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

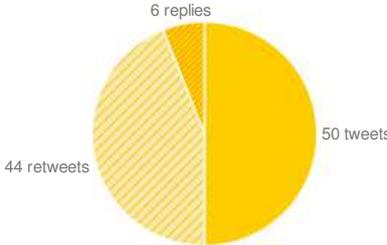
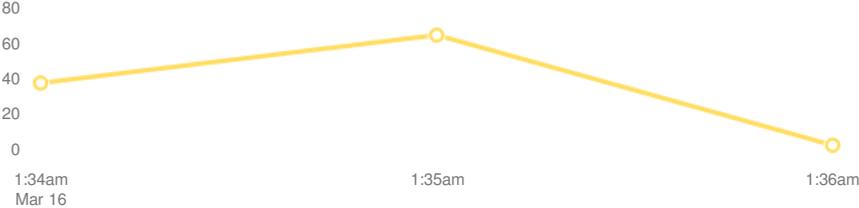
# 100

 TWEETS

# 82

 CONTRIBUTORS

# 3

 MINUTES

## TOP CONTRIBUTORS

- 182.8k** IMPRESSIONS @ziamlouquinha
- 4** RETWEETS @RenanMutirao
- 4** MENTIONS @RenanMutirao

## MOST RETWEETED TWEETS

- 4** Karina Malveira @KarinaMalveira1 #ForaGeralda
- 3** Laércio de Moura BBB @LaercioMBBB Quem está votando #ForaGeralda nesses últimos momentos decisivos? RT para eu saber quantos somos!
- 2** @nyyferreira\_ Vai começar a tortura. #BBB16 #ForaGeralda

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
ziamlouquinha	3	0	182.8k
danimara129	1	0	21.8k
MutiroesE	1	3	15.6k
alberanyalves	1	0	14.4k
Awn_Rick	1	0	13.2k
DenisUckermann	1	3	12.6k
RenanMutirao	1	4	8.2k
cristisilva17	1	1	5.7k
paulinharteira	2	0	4.2k
biih_124	3	0	4.1k
Goldenmars	1	0	3.3k
fabii_biane05	1	0	3.1k
PabloAbreu13	1	0	1.9k
Oiilubs	2	0	1.8k
Elenasilva88888	1	0	1.7k
crlhTetela	1	0	1.7k
_crklet	1	0	1.5k
SumayaSummers	1	0	1.5k
Ellyton_Dhone	6	0	1.4k
StellaReal_	1	1	1.2k
_Ramon_Almeida	1	0	1.1k
Ya_Tostes	1	0	999
VibeForDaniel	3	0	876
gabytudodebom	1	0	812
ChJemiii	1	0	720
NathaliaGomes4	1	0	676
iam_elyy	1	0	653
crissolal	1	0	627
juubulow	1	0	620
Caiio_T	1	0	617
marapachu	1	0	552
reniksempre	1	0	476
cortapranoisbr	1	0	445
BrunnoHard	2	0	434
D_Guuh	1	0	411
whojad	1	0	405
KellyBrenda20	1	0	402
1arrobaciumenta	1	0	390
AnnaFer96848341	1	0	340
Morena98	1	0	313
Wevertoncorrea4	1	0	313
EricaErasmus	1	0	304
matheus_tony	1	0	294
DudSantrovitsch	1	0	278
olaferreira1	2	0	248
ritacaarvalho	1	0	235
ElielMarcio10	1	0	175
SgTerere13	1	0	165
letssriesco_	1	0	157
BBBficadobem	2	0	156

## TWEETS TIMELINE

- Mar 16, 2016 at 1:36am UTC
-  Thaísa Machado @thaay\_92  
Foco no Gshow #ForaGeralda
- Mar 16, 2016 at 1:36am UTC
-  Um Tricolor @Caiio\_T  
#ForaGeralda #ForaGeralda #ForaGeralda #ForaGeralda
-  #ForaGeralda @BrunnoHard  
RT @MutiroesE: Começou a edição? Ótimo! Melhor hora pra votar!  
Vamos gente #ForaGeralda
-  Letícia @\_crklet  
RT @KarinaMalveira1: #ForaGeralda
-  Tripulante @EricaErasmus  
RT @StellaReal: QUEM PODER MANDA CHUVAS DE SMS...#FORAGERALDA...A HORA ESSA ...Ñ ASSISTAM A EDIÇÃO SÓ ESCUTEM...E VOTEM MUITO COM SANGUE N...
-  LUBS @Oiilubs  
SAI VELHA ENJOADA FALSIANE #ForaGeralda
-  Felipe Abreu @PabloAbreu13  
Falando em dilma.. Será que essa veia chata vai sair hj?  
#ForaGeralda
-  carlos Diêgo @carlodiegocoe1  
@momentsbrasil #ForaGeralda velha safada fofoqueira se ficar e treta da globo esse grupo cheio de emdemoniados liderados por ana exu caveira
-  Ellyton Dhone @Ellyton\_Dhone  
Vamos conseguir galera #ForaGeralda
-  Onika @fabii\_biane05  
Hj a Geralda saaaaai, na fé #ForaGeralda
-  JP @SteinbrecherM7  
RT @RenanMutirao: VOTEM #ForaGeralda Votei na opção 'Geralda' em 'Quem você quer eliminar?' gshow.globo.com/realities/bbb/...
-  #FicaRenan #Recau @BBBficadobem  
RT @MutiroesE: Assim como eu, esqueçam as redes sociais! Vote sem contar e sem parar até o Bial encerrar! #ForaGeralda
-  jonatas & Karen @jonatasBizerra  
@bbb16\_brasil #ForaGeralda
-  saudade @Wevertoncorrea4  
RT @uejustin: #FicaRenan #ForaGeralda
-  Matheus Toniolo @matheus\_tony  
RT @RenanMutirao: Se o Renan ficar, eu vou usar a foto da Ana Paula durante 24 horas #ForaGeralda

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaRenan

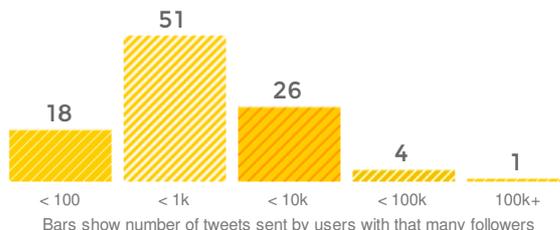
## ESTIMATED REACH

# 1,397,542

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 1,628,045

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

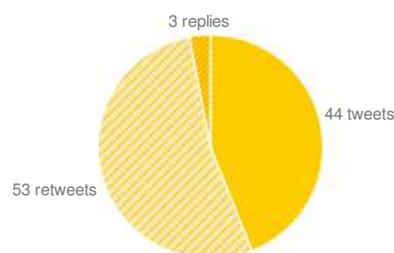
TWEETS

# 87

CONTRIBUTORS

# 2

MINUTES



## TOP CONTRIBUTORS

**1.4M**  
IMPRESSIONS

**@HugoGloss**

No contributor has been retweeted

No contributor has been mentioned

## MOST RETWEETED TWEETS

**4** **Ana Paula Mutirões @MutiroesAnaP**  
A edição começou, vamos votar!! Tripliquem os votos!  
#ForaRenan

**2** **FRED RENAULT @UjLacrei**  
AVISA A LUDMILLA QUE É HOJEEEEEEEEEEEEEEEEEE #ForaRenan #BBB16  
<https://t.co/QOZi0U6MZe>

**2** **Munik Nunes - BBB 16 @MunikBarbosa**  
Ultimos Minutos, a união faz a força e foco decide tudo!  
Bora meus amores... #FORARENAN  
<https://t.co/giXBtOmZvL>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
HugoGloss	1	0	1.4M
leestanich	1	0	79.2k
posebitchs	1	0	24.1k
ApoioClaudiaL	1	0	23.7k
Thaixjkg	4	0	16.5k
danieltuita	1	0	13.7k
Sucrilha_	1	0	9.5k
brunacastanho4	1	0	5.3k
bellatrix	1	0	4.4k
Bettoo_13	1	0	4.4k
jhonatanFerr16	2	0	4.4k
13kefera	1	0	3k
PoxaRich	1	0	2.8k
muitoamorpelegu	1	0	2.4k
portodavidagu	1	0	2.3k
Paixaobrunosou	1	0	2.1k
britofabiano	1	0	2k
RealityzandoTV	1	0	1.9k
BBBastada	1	0	1.9k
muniketz	1	0	1.8k
bbb14van	1	0	1.6k
soucoiote	3	0	1.5k
HogwartsJK	1	0	1.3k
RaquelDuartte10	1	0	1.2k
TeamAnniks	1	0	1.2k
MarianaMaatos_	1	0	1.1k
berger_bruna	1	0	1.1k
TamiresLeticia	1	0	1k
LacreRenault	1	0	945
yeahrebeca	1	0	908
jehh_pinheiro	1	0	850
boicotei	1	0	814
EstelaMaravilha	1	0	784
Jacque_Baumecke	1	0	770
bbb_enquets	1	0	766
pupHarmony	1	0	759
inLoveJuPaiva	1	0	732
BabiVerdelhos	1	0	637
dananeves18	3	0	633
flaviabomfins	1	0	632
titahel	1	0	595
douglasguedes5	1	0	587
ANNIKbang	2	0	490
_jeepw	1	0	471
Karolopes010	1	0	451
TeamAnaPaula1	1	0	446
NICOLAS_SILVAPT	1	0	441
thinkingofyoucl	1	0	440
httvauseman	1	0	427
wellingtonliro1	1	0	394

## TWEETS TIMELINE

- Mar 16, 2016 at 1:33am UTC
-  **Thaíxxx Renault** @Thaixjkg  
RT @DmorenaP: Vou acompanhar pelo Tt já troquei de canal multishow E vou votar #ForaRenan até encerrar
-  **duds** @soucoiote  
RT @MutiroesAnaP: FOI LINDO GENTE! NOSSO MELHOR MUTIRÃO FOI ESSE DE AGORA! ♥♥♥ #ForaRenan
-  **Adriana Coutinho** @Adriana\_Atriz  
RT @MunikBarbosa: #FicaGeroNik Voteem, focooo, senta esse dedo no gshow! #ForaRenan <https://t.co/K7CRKKIcHB>
-  **Leandro Stanich** @leestanich  
Começou #BBB16 #ForaRenan #ForaFofa
-  **Bettu Renault** @Bettoo\_13  
RT @UiLacrei: Esse foi o segundo paredão que eu mais votei, o primeiro que mais votei foi Ana Paula x Juliana. Continuem votando com força!...
-  **dana neves renaud** @dananeves18  
RT @AnnikRenault : Começo gente, continue votando últimos minutos decisivos #Forarenan
-  **Bru Monteiro Berger** @berger\_bruna  
RT @MutiroesAnaP: A edição começou, vamos votar!! Tripliquem os votos! #ForaRenan
-  **Elvinha** @Elvinhaa  
Hoje vou de BBB só para vê o tombo da Fofa... #ForaRenan
-  **Thaíxxx Renault** @Thaixjkg  
RT @UiLacrei: AVISA A LUDMILLA QUE É HOJEEEEEEEEEEEEEEEEEE #ForaRenan #BBB16 <https://t.co/QOZf0U6MZe>
-  **Luis Henrique** @105893341Luis  
RT @MunikBarbosa: Últimos Minutos, a união faz a força e foco decide tudo! Bora meus amores... #FORARENAN <https://t.co/giXBtOmZvL>
-  **PQ EU N SOU OBRIGADA** @HogwartsJK  
Segundo "aquele velho nojento" a votação tá 46% Geralda e 42% Renan.. Então agora é FOCO TOTAL até encerrar a votação!! #ForaRenan #BBB16
-  **b1e3s3e@ d@ d@d@d@** @muitoamorpelegu  
Quem serar que vai sair? #ForaRenan
-  **NICOLAS RENAULT** @NICOLAS\_SILVAPT  
RT @PanicoNaBand\_TV: Aos Catheus dá tempo de mudar, ou no mínimo, não apoiar ninguém! #ForaRenan #ForaFofa [twitter.com/PortalRunik/st...](https://twitter.com/PortalRunik/st...)
-  **duds** @soucoiote  
RT @MutiroesAnaP: ÚLTIMA CHAMADA: Quem tem votos para me enviar? Mandem que irei somar ♥ #ForaRenan
-  **Daniel Procópio** @brisgues  
RT @kieferBruno\_: Só paro de votar quando o Bial anunciar o fim da votação. #ForaRenan #ForaFofa #BBB16

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaRonan

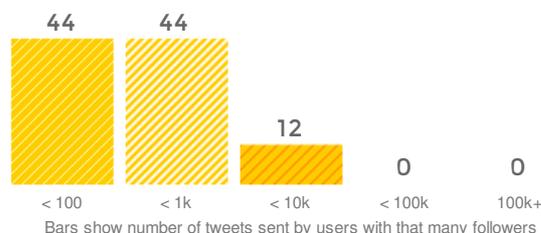
## ESTIMATED REACH

# 38,818

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 45,995

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

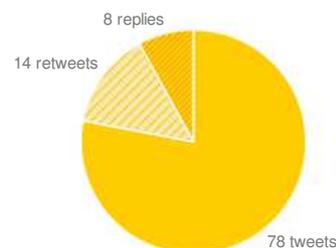
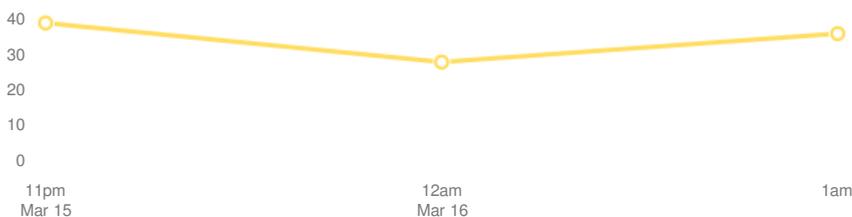
TWEETS

# 91

CONTRIBUTORS

# 3

HOURS



## TOP CONTRIBUTORS

- 7.3k** IMPRESSIONS  
@Ginnapacheco
- 1** RETWEET  
@mi\_gomes
- 1** MENTION  
@mi\_gomes

## MOST RETWEETED TWEETS

- 2** Cris Douanne @cristisilva17  
Começou o papo que Munik não precisa, que ela ganha dinheiro aqui fora Rindo de quem não enxergou isso antes #ForaGeralda e depois #ForaRonan
- 1** Toda TV - Notícias @TodaTV  
#BBB16: Se você quer #ForaRonan 📞 TEL: 0303 10 88403 SMS: 88403 SITE OFICIAL: gshow.globo.com/realities/bbb/... https://t.co/i4RJGFEm2H
- 1** Renan Multirões @MultiroesRenan  
Mandem a quantidade de votos aii + Região . #FicaRenan #FicaMatheus e #FicaCacau #ForaGeralda #ForaRonan e #ForaMunik

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
Ginnapacheco	1	0	7.3k
mi_gomes	1	1	6.3k
fehzuda	1	0	5.3k
mis_ney	1	0	2.3k
Raiolaser_	1	0	1.8k
miguelbarbieri	1	0	1.6k
felipearsilva	1	0	1.3k
renat_cullen	1	0	1.3k
carolinenunesz	1	0	1.3k
heymaria_	1	0	1.1k
CrisDias44	1	0	1.1k
UauDiogo	1	0	1k
jeanbritbrit	7	0	994
Isa_pequena_	1	0	878
wesvieirah	1	0	764
Biihcor1909	3	0	735
thecaiquecarter	1	0	721
emaistvbr	1	0	557
Zuando_Sempre	1	0	557
amorim2312	1	0	494
bebasucoTandy	1	0	490
miguelm53	1	0	489
feipes	1	0	475
Ju_Pontual	1	0	425
FrancianaBorges	1	0	383
jean24horas	1	0	348
mona_drew	1	0	345
Matheuzxxi	1	0	338
hugobbueno	1	0	304
MinHaOpinia0	1	0	301
cassia73	1	0	298
aromavasco	1	0	297
natconcli	1	0	259
campos_miley	1	0	248
heitoralcantara	1	0	243
geovana_g	1	0	234
mandysobral	1	0	224
vejoefalomesmo	1	1	215
GaldinJulia	1	0	213
munickribeiro	1	1	210
JotaManaus	1	0	207
GuttoMacedo	1	0	185
gustavo24583114	1	0	173
belagmedeiros	1	0	159
Munikersz	1	0	155
allanacalaca	1	0	155
victorinha991	1	0	138
AnnyMrno	1	0	132
RanyCosta5	1	0	87
jhose_sant2015	1	0	84

## TWEETS TIMELINE

- Mar 16, 2016 at 1:39am UTC
- 

Danwnnads Alves @danwnnads  
#ForaGeralda #ForaRonan #BBB16
  - 

Geovana @geovana\_g  
#ForaRonan
  - 

Diinho Soarys @Nandoosoares  
#ForaGeralda ou #ForaRonan e #FicaRenan
  - 

Carol @carolinenunesz  
Sou #ForaRonan
  - 

Patricia Barretto @patbarretto  
@HugoGloss #ForaRonan Fora Renan, só se for o Calheiros
  - 

Amanda @mandysobral  
#ForaRonan FALOU MAL DO GUSTTAVO LIMA, JÁ PODE SAIR
  - 

Danwnnads Alves @danwnnads  
#ForaGeralda #ForaRonan
  - 

Jujuba @GaldinJulia  
#ForaGeralda #ForaRonan
  - 

Natália Concli @natconcli  
QUEM SERÁ QUE SAI ? #FORARONAN
  - 

Hugo Bueno @hugobbueno  
#ficarenanzinho #foraronan #bbb
  - 

fê @feipes  
#ForaRonan
  - 

Isa @Isa\_pequena\_  
#FORARONAN
  - 

yago medeiros @ymvp1  
#foraronan e comece o bbb
  - 

Bibi @Biihcor1909  
Vai começar o BBB #ForaRonan
  - 

Rômulo raiolaser. @Raiolaser\_  
Espero com todo amor, que a torcida do Ronajo estja assistindo o Master Chef... #ForaRonan #Foramimimi #BBB16
  - 

Allana Calaça @allanacalaca

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaGeralda

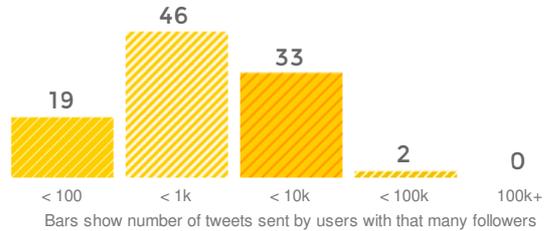
## ESTIMATED REACH

# 123,779

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 148,459

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

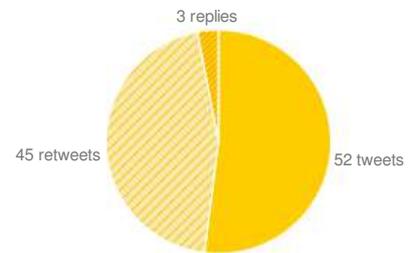
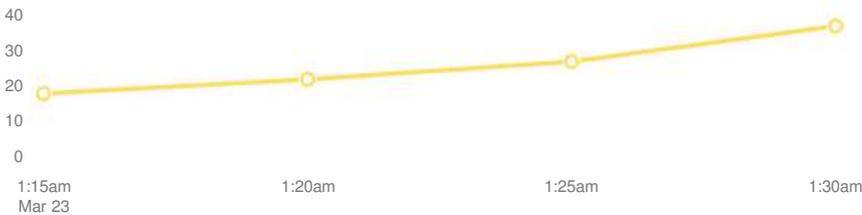
# 100

 TWEETS

# 91

 CONTRIBUTORS

# 17

 MINUTES

## TOP CONTRIBUTORS

- 32.5k** IMPRESSIONS @bbb16\_brasil
- 6** RETWEETS @UiLacrei
- 6** MENTIONS @UiLacrei

## MOST RETWEETED TWEETS

- 12** Portal Clanesa @Portal\_Clanesa  
Amo tanto isso. Não vamos deixar acabar né ?  
#FicaGeralda #ForaMatheus #GeronikNaFinal  
<https://t.co/1eJLFk8pmp>
- 6** Marcella #olhaela @cellamarrara  
É muito amor ♡. A vó falou: me grava e manda pra galera da @anapaularenault @cida\_renault\_  
#ficageralda #bbb16 <https://t.co/Uyh6OW9F8n>
- 5** FRED RENAULT @UiLacrei  
VOTEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEM #ForaMatheus  
#FicaGeralda #BBB16

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
bbb16_brasil	1	0	32.5k
UiLacrei	1	6	17k
clanessaislifee	1	0	5.8k
wagnerlioficial	1	0	5.7k
troyemyangel	1	0	5.5k
LuckasEduardo2	4	0	5.2k
martinsmarcelo	1	0	4.7k
Raafitos_	1	0	4.4k
BaphosBBB_	1	6	4k
LALINHAFE	1	0	3.8k
aboutLorraine	1	0	3.5k
EliiSimpatia	1	0	3.5k
coediego	1	0	3.5k
fofoquear	1	0	3.1k
enoisleh	1	0	3k
clarinhaamelo	1	0	2.9k
Slowly_66	1	0	2.8k
bete_davis	1	0	1.7k
BBBonecado	1	0	1.7k
trizgouvea	1	0	1.6k
sasabjs	1	0	1.6k
Amores11111	1	0	1.6k
sapateiamais	3	0	1.5k
HogwartsJK	1	0	1.3k
Jeilson	2	0	1.3k
r3alityzando	1	0	1.3k
paulynhaa15	1	0	1.3k
klausmyb	1	0	1.2k
Vivianatiica	1	0	1.2k
bbglobo	1	0	1.2k
anikers_	1	0	1.2k
willbenzi	1	0	1.2k
at_thais	1	0	1.1k
theustwita	1	0	1.1k
felipe_augustoo	1	0	945
JardelSampaio	2	0	942
marildavascao	1	0	795
guuironico	1	0	752
nilsonbarretoo	2	0	685
BrunnahLirio	1	0	674
giane_blindada	1	0	515
FasBrunoAhmed	1	0	455
9108a71c891240e	1	0	454
Ligado_TV	1	0	454
BaiannaCrazy	1	0	414
claudiaatrindad	1	0	412
AlmeidaGeisana	1	0	361
bbb16verdades	1	0	346
Cellaalmeidaa	1	0	334
patrick021299	1	0	332

## TWEETS TIMELINE

- Mar 23, 2016 at 1:34am UTC
-  Douglas Carvalho @doughlo  
#ficageralda
-  exdrúxula @sapateiamais  
MATHEUS Vem ser gogoboy aqui fora #BBB16 #ForaMatheus #FicaGeralda
-  TemMunik @oipequi  
#FicaGeralda #ForaMatheus #BBB16
-  Márcia Rodrigues @Marciaa\_rj  
@bbb Votando #FicaGeralda
-  ∞ Aline Renault ♥ @alinemargis  
Minha linda @MunikBarbosa Minha bixinha! #BBB16 #FicaGeralda
-  Alfi Netando @Alfi\_Netando  
"Gê pra Matheus: Quem não conhece que te compre. Eu, nem em liquidação te quero!" HAHAHA #BBB16 #ForaMatheus #FicaGeralda
-  Raafitos @Raafitos\_  
#FicaGeralda <3 <3
-  TemMunik @oipequi  
RT @BaphosBBB\_: Fé no pai que Matheuzinho sair vamos agora até bial encerrar a votação mores. #FicaGeralda #ForaMatheus #BBB16 https://t...
-  O Próprio Renault @bbb16verdades  
RT @UiLacrei: VOTEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEM #ForaMatheus #FicaGeralda #BBB16
-  diego @coediego  
#FicaGeralda #ForaMatheus twitter.com/bbb/status/712...
-  Matheus Brasil. @theustwita  
Cheguei agora da aula e já tô aqui votando. #ForaMatheus #FicaGeralda #BBB16
-  sasa renaud @sasabjs  
#ForaMatheus e posa nu #BBB16 #FicaGeralda
-  Geisana Almeida @AlmeidaGeisana  
RT @SrGLOBAL: Matheus curtindo seus últimos momentos na casa. #ForaMatheus #FicaGeralda #BBB16 https://t.co/MjF5VilyUa
-  Bruno @FasBrunoAhmed  
Geralda foi verdadeira o tempo todo, enquanto Matheus, foi o fofoqueiro da edição, em cima do muro. #BBB #BBB16 #ForaMatheus #FicaGeralda
-  exdrúxula @sapateiamais  
Matheus só serve para dançar nas festas. #BBB16 #ForaMatheus #FicaGeralda

# TWEETREACH SNAPSHOT FOR # FicaMatheus

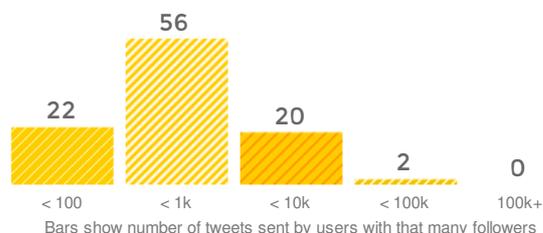
## ESTIMATED REACH

# 76,906

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 131,640

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

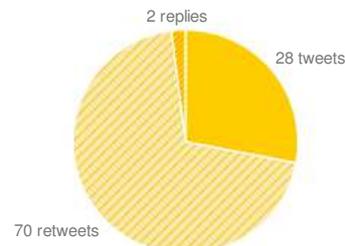
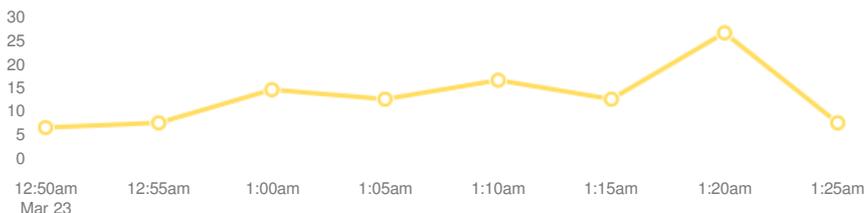
TWEETS

# 79

CONTRIBUTORS

# 35

MINUTES



## TOP CONTRIBUTORS

62.7k		@uaimatheus
IMPRESSIONS		
61		@uaimatheus
RETWEETS		
67		@uaimatheus
MENTIONS		

## MOST RETWEETED TWEETS

25		Matheus Lisboa @uaimatheus Amigos e Familiares do nosso Theu já invadiram o Projac #FicaMatheus <a href="https://t.co/zDiB0klqeV">https://t.co/zDiB0klqeV</a>
14		Matheus Lisboa @uaimatheus Nada de edição galerinha!!!! Foco. até o ultimo minuto!!! #FicaMatheus
13		Matheus Lisboa @uaimatheus Dois meses se passaram e vocês ainda não se acostumaram com as distorções das coisas. Beleza! Então continuem votando! #FicaMatheus

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
uaimatheus	2	61	62.7k
bbboladona1	9	0	8.3k
Pedrok_Russell	1	1	8.1k
ohannaranzato	1	0	4.5k
melodianx	2	0	2.3k
BBB_Espiando	1	0	2.2k
mafia_catheus	1	0	2.1k
SophMyLiving_	1	0	1.9k
_nisaperso	1	0	1.9k
MinhaLuz_PF	2	0	1.8k
DeiaBandLive	1	0	1.8k
hudsonsney	1	2	1.7k
QGreality	1	0	1.7k
Vichugo82	1	0	1.6k
paulotuitaBR	1	0	1.6k
PatiOrlandi	1	0	1.5k
mandsb2	3	0	1.5k
onlycatheus	1	0	1.4k
Bealitys	1	0	1.4k
semprepelamaju_	1	0	1.3k
lymarques_	1	0	1.3k
tiatukamoc	1	0	1.2k
Fabiaspo	1	0	1.1k
frangopqsim	1	0	998
qualfoileth	1	0	895
Amo_Lanzani	1	0	891
viciadaemreali1	1	0	839
Vania_Mrts	1	0	718
opsdudis	1	0	681
alinesouzaramo1	1	0	668
ricceferraz	1	0	663
katinha_cs	1	0	636
wreckingbellz	1	0	589
DannyFagundess	1	0	583
marcinhaezuis	3	0	576
marapachu	1	0	554
venturacris	1	0	506
cauethu	3	0	498
Gusttavo_GD	1	0	492
patricia17110	1	0	472
_Iludidadocrush	1	0	437
_cristinasouz	1	0	414
pedrega13	1	0	370
AmandaBrandina	2	0	350
addictedcatheus	1	0	318
ttealake	1	0	313
Lucianarosse	2	0	290
isyoucau	1	0	289
ccauzinhax	2	0	288
anadepaduaaaa	1	0	281

## TWEETS TIMELINE

Mar 23, 2016 at 1:26am UTC



Denise do amor @denisedoamor123  
Bora volta gente #ForaGeralda #FicaMatheus @geraldandiniz @uaimatheus twitter.com/bbb/status/712...



marapachu @marapachu  
RT @uaimatheus: Nada de edição galerinha!!!! Foco. até o ultimo minuto!!! #FicaMatheus



Jana ♥♥♥ @SophMyLiving\_  
RT @uaimatheus: Nada de edição galerinha!!!! Foco. até o ultimo minuto!!! #FicaMatheus



Layken @ttealake  
Danasse a edição #FicaMatheus



@Gabielli\_Gabi1  
#FicaMatheus



#FORAGERALDA @onlycatheus  
#FicaMatheus votando na opção 'Geralda' em 'Quem você quer eliminar?' gshow.globo.com/realities/bbb/...



Lyvia @lymarques\_  
To chateada ja! #FicaMatheus

Mar 23, 2016 at 1:25am UTC



Larissa Cortes @corteslarissa19  
Nada de parar pra assistir vamos votar até encerrar #ForaGeralda #FicaMatheus



ana @anadepaduaaaa  
#FicaMatheus



#TeamMacau @ohannaranzato  
Continuem votando nem que seja pra diminuir a % #ForaGeralda #FicaMatheus



patricia tavares @patricia17110  
RT @uaimatheus: Amigos e Familiares do nosso Theu já invadiram o Projac #FicaMatheus https://t.co/zDiBOKlqeV



Báh e Carol @cvcqueiroz  
RT @uaimatheus: Nada de edição galerinha!!!! Foco. até o ultimo minuto!!! #FicaMatheus



Lane @QGreality  
RT @uaimatheus: Nada de edição galerinha!!!! Foco. até o ultimo minuto!!! #FicaMatheus



Victor Hugo @Vichugo82  
Corre! #BBB16 #FicaMatheus



#Sud Bipolares rs @Amo\_Lanzani  
RT @uaimatheus: Nada de edição galerinha!!!! Foco. até o ultimo minuto!!! #FicaMatheus

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaGeralda

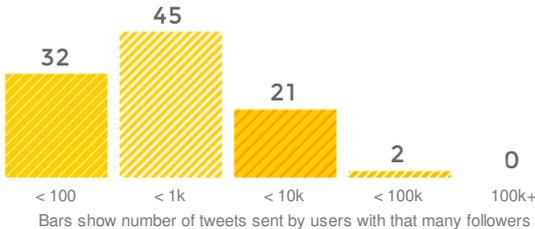
## ESTIMATED REACH

# 86,603

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 106,860

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

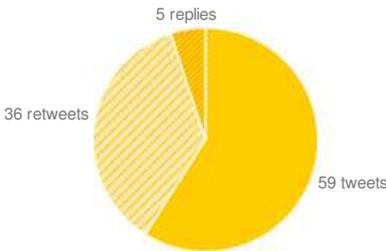
# 100

 TWEETS

# 78

 CONTRIBUTORS

# 11

 MINUTES

## TOP CONTRIBUTORS

- 26k** IMPRESSIONS @\_cercadinho
- 4** RETWEETS @Goldenmars
- 4** MENTIONS @Goldenmars

## MOST RETWEETED TWEETS

- 3** Hugo Gloss @HugoGloss  
Vixiii! E agora? Somos #ForaGeralda ou #ForaMatheus ? #BBB16
- 3** Fe Leal Julover @bbbfeleal  
Geralda chamando o Matheus de covarde pq não deixou ela ganhar o líder?! O q essa mulher ainda está fazendo nesse BBB? #ForaGeralda
- 2** Cercadinho @\_cercadinho  
Não importa o resultado, uma certeza eu tenho Vcs são guerreiros #ForaGeralda Quem puder liga ou manda SMS 88401 📞 03031088401

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
_cercadinho	1	2	26k
Detrelover	1	1	24.8k
nathxlha	1	0	5.1k
ohannaranzato	1	0	4.5k
Ale10ferreira	3	0	3.9k
Goldenmars	1	4	3.3k
PatiOrlandi	2	0	3.1k
danyspears	1	0	3.1k
rainhaanapaula	1	0	2.7k
uaitheusdia	2	0	2.2k
moraiss_1997	1	0	1.8k
thingsgone	1	0	1.4k
Fuck_Yeah_BBB	1	0	1.4k
Gi_Gi_Eu	1	1	1.3k
Gotardo_Janaina	1	0	1.3k
Patymds	1	0	1.3k
GusttavoFarias7	1	0	1.2k
WilliamKarlos	1	0	1.2k
kamillaclara	1	0	1k
s2_Ciane	2	0	968
pinhalzinha	1	0	896
reis_ph	1	0	858
KahNita	1	0	805
crf_chechel	1	0	793
allexbruuno12	1	0	762
bbbmaniacos	1	1	746
4cacau	1	0	597
isyoucau	2	2	578
evelyn_bsb	1	0	564
barcellosthais	1	0	546
AmandaBrandina	3	0	525
matheusL_	1	0	424
jeanbritbrit	3	0	423
PrysGuimaraes	3	0	423
KatiaKayla	1	0	421
Vitoriiiiaaaa	1	0	418
jamisales2	1	0	395
mandybc	1	0	340
cunhavp	1	0	330
meninadoartico	1	0	323
Greatfuckyou	1	0	301
AhMaraspencer	1	0	300
DiasRafa	1	0	284
gabrielgop1999	1	0	264
Gabrielli_Gabi1	1	0	252
sahcrazy_	1	0	251
tigermacfly	1	0	249
luizasamya14	1	0	249
FlaviaDreww	1	0	243
Olivia_Boas	1	0	228

## TWEETS TIMELINE

- Mar 23, 2016 at 1:29am UTC
-  Flavia @FlaviaDreww  
RT @MutiroesBahls: A cada RT neste poste até as 21:40 serão 15 votos e cada FAV serão 3 sms || #ForaGeralda
-  Junior Renault @Greatfuckyou  
#BBB16 Enquete FINAL TL #BBB16 (duração: UMA HORA) gshow.globo.com/realities/bbb/ #ForaGeralda ou #ForaMatheus
-  Lud @ludanhos\_  
Minha gente, não sou de ver BBB, mas vejo as propagandas e essa Geralda é um saco! #ForaGeralda eu em!
-  FC Britney Jean 3 @jeanbritbrit  
IDIOTAS, VOCÊS SÃO APENAS DEGRAUS! #ForaGeralda #ForaRonan
-  #River.J.F @DoRiverma  
@thiago\_p #ForaGeralda
-  snap: williamkarlos @WilliamKarlos  
#ForaGeralda :/
-  Yasmim @yasmimsubenco  
Veia falsa do caraioo #ForaGeralda
- Mar 23, 2016 at 1:29am UTC
-  Almir Jr @reis\_ph  
#ForaGeralda mas.....
-  Flávio @Flavio\_Filho  
#forageralda , #geraldafalsa
-  #forageralda @rainhaanapaula  
#ForaGeralda ta quaseeee fora votaaaar #FicaMatheus
-  Fuck Yeah BBB @Fuck\_Yeah\_BBB  
Ronan, Geralda e Munik são coadjuvantes de Ana Paula até hoje. Nunca tiveram brilho próprio. #ForaGeralda #BBB16
-  Janaina Drew @Gotardo\_Janaina  
#ForaGeralda twitter.com/HugoGloss/stat...
-  CaTheus meixmo @BonecaCacau  
Foco!!! #ForaGeralda
-  Antonia Santos fs @Antonia15243180  
RT @Pedrok\_Russell: Último mutirão com @MutiroesClaudia Vamos com toda força e fé. #ForaGeralda https://t.co/abrXPwXGqg
-  @lekamalheiro  
#ForaGeralda

# TWEETREACH SNAPSHOT FOR #ForaMatheus

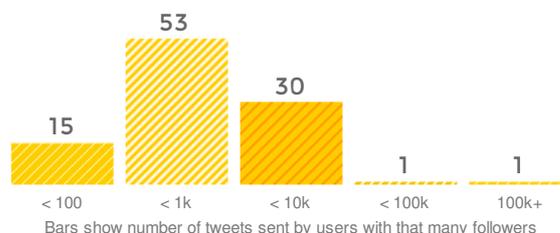
## ESTIMATED REACH

# 188,102

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 224,864

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

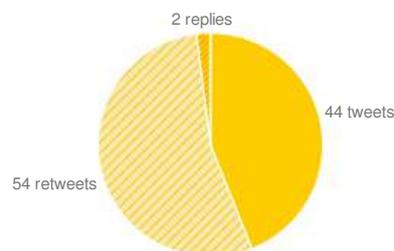
TWEETS

# 90

CONTRIBUTORS

# 2

MINUTES



## TOP CONTRIBUTORS

107.5k IMPRESSIONS		@LOXDIRECTION
1 RETWEET		@arabelatorres
1 MENTION		@arabelatorres

## MOST RETWEETED TWEETS

5		zuado @hmzuado vamo tirar esse escroto votem #BBB16 #ForaMatheus
2		☆ Império Evans @ImperioEvans #ForaMatheus #BBB16
2		Eli Renault @ElizangelaM21 É hoje O TOMBO DO X9 #ForaMatheus <a href="https://t.co/HshcZIG1DF">https://t.co/HshcZIG1DF</a>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
LOXDIRECTION	1	0	107.5k
dodotwd	1	0	10.5k
GuiPaduaComOB	1	0	8.9k
jowludwig	3	0	6.7k
yagorichelly	1	0	6.4k
BBBPrints	1	0	6.2k
Portal_Clanesa	1	0	5.9k
MutiraoAnnik_	1	0	5.8k
feitosapj	1	0	5.1k
atenccio	1	0	4.8k
bigviciobbb	1	0	3.5k
viniitardeo	1	0	3k
thingsgone	2	0	2.9k
arabelatorres	1	1	2.4k
viledesma	1	1	1.9k
pridesophiaeCL	1	0	1.9k
bete_davis	1	0	1.7k
EstelaMaravilha	2	0	1.6k
flavetespanic	1	0	1.6k
xfactorloved	1	0	1.5k
pequiobb	1	0	1.4k
nataliesilvap	1	0	1.4k
BrunnahLirio	2	0	1.3k
magrinhadoedu	1	0	1.3k
bbblizou	1	0	1.2k
Rossinnhaa	1	0	1.2k
vinilirou	1	1	1.2k
alionheartt	1	0	1.1k
dobrevagpp	1	0	1.1k
PropriaAnnik	1	0	1k
qjssunathy	1	0	1k
marcelloas	1	0	998
feelidiot	2	0	982
feehcaetano	1	0	954
cold_eyes	1	0	935
PabloAlvles	1	0	897
munikprincesa	1	0	781
_eeiNany	1	0	731
beastylles	1	0	724
Guria_tatto	1	0	704
LelaPandinha	1	0	686
nilsonbarretoo	1	0	684
camyllafrigatto	1	0	645
Evandro_Olliver	1	0	560
isabelah_nanda	1	0	550
Thayz4ndo	1	0	540
joaogleao	1	0	536
_RoberttaSilva	1	0	513
AimeeRegina	1	0	501
miillenamatias	1	0	493

## TWEETS TIMELINE

Mar 23, 2016 at 1:26am UTC



Mario Brou @mariobrou  
@mariobrou O que ele fez com a D. Ge foi prova de mau-caratismo. Matheus merece sair com rejeição #BBB16 #ForaMatheus



Jonathan Ludwig @jowludwig  
RT @vinilirou: COMEÇOU, BORA VOTAR #ForaMatheus



Portal Clanessa @Portal\_Clanesa  
Edição... Horário mais importante de votar. Horário onde é computado mais votos. #ForaMatheus NÃO PERCAM O FOCO



Flavolts @Fla\_moreiraa  
RT @ElizangelaM21: É hoje O TOMBO DO X9 #ForaMatheus  
<https://t.co/HshcZIG1DF>



RedCassie/ Munik 6x0 @xfactorloved  
RT @vicioreality: FOCO TOTAL NESTA RETA FINAL! #ForaMatheus COM TODAS AS FORÇAS!!! #BBB16



Feeh @feehcaetano  
RT @panet0ne: O inicio do fim #ForaMatheus #BBB16



vinicius saldanha @vinilirou  
RT @matbugg: #ForaMatheus



Marcos Vinicius @\_jeepw  
CHEGUEI A TEMPO PARA VER O FOFOQUEIRO SER ELIMINADO!!! #ForaMatheus



Jujuba @julikaa7  
Votei na opção 'ForaMatheus' em 'Quem você quer eliminar?'  
[gshow.globo.com/realities/bbb/...](http://gshow.globo.com/realities/bbb/)



@thingsgone  
RT @Porai\_on: Dona Geralda encontrou em Ana Paula, Munik e Ronan a verdade é carinho q nenhum participante deu. Por isso essa aliança #Fora...



Renault @bbblizou  
Continuem votando durante o programa, isso pode fazer muita diferença. #ForaMatheus



Gi @\_Ginns  
RT @brunnomac: @\_Ginns OLHA ELAAAAA fazendo campanha pra matheuzinho sair... Ta certa mermo #ForaMatheus



mulé do grelo duro @bete\_davis  
RT @viledesma: Geralda é mulher e mineira como a presidenta. E como Geralda, Dilma fica. #ForaMatheus #NaoVaiTerGolpe



M. Van Basten Renault @marcosvbasten01  
RT @ForaMacholandia: PARTICIPEM. MANDEM OS VOTOS ÀS 22:35. #ForaMatheus #BBB16 #RespondeAnaPaula  
[twitter.com/MutiroesBrasil...](http://twitter.com/MutiroesBrasil...)



barbie @atenccio  
Tchau #ForaMatheus

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaGeralda

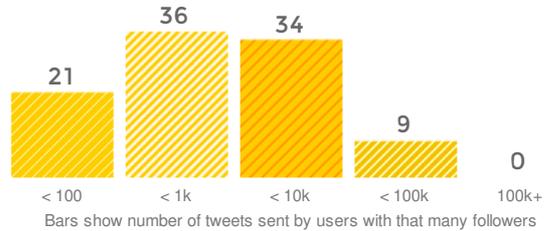
## ESTIMATED REACH

# 211,604

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 336,962

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

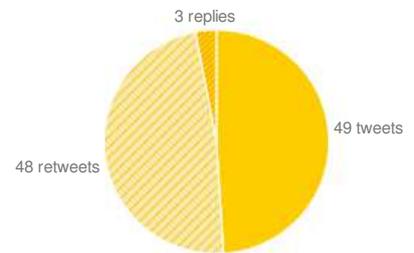
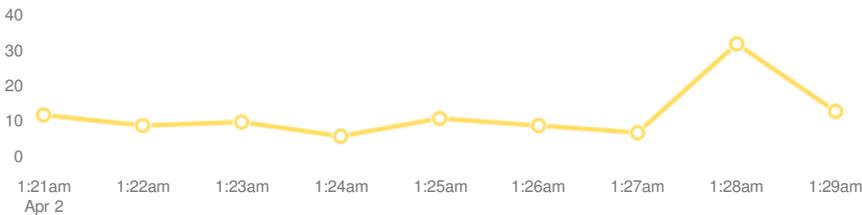
TWEETS

# 88

CONTRIBUTORS

# 9

MINUTES



## TOP CONTRIBUTORS

- 98.7k** IMPRESSIONS @bbb16\_brasil
- 17** RETWEETS @geraldandiniz
- 18** MENTIONS @geraldandiniz

## MOST RETWEETED TWEETS

- 15** Geralda Diniz BBB16 @geraldandiniz Mas já encerrou? #FicaGeralda <https://t.co/zjq0URaS2X>
- 5** duarda @duardisse ANA PAULA RAINHAAAAA!!!! QUE SAUDADE!!!! #FicaGeralda #VaiMunik
- 5** Sérgio Santos @ZAMENZA Melhor dupla atual da casa. Geralda e Geraldinha. Amo muito.Torço sim. #FicaGeralda #VaiGeralda #VaiMunik #BBB16 <https://t.co/RyCeJGnUZs>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
bbb16_brasil	3	0	98.7k
geraldandiniz	1	17	37.2k
duardisse	5	8	30.9k
igordicarvalho	1	0	23.3k
renaultmarcelo	1	0	16.8k
BrunoUckman	1	0	16.2k
arthuraguilhar	1	0	12.7k
barb4ro	1	1	11.3k
buteradestroyer	1	0	7.9k
Portal_Clanesa	1	3	7.8k
feitosapj	1	1	5.6k
comentandoh	1	0	5.3k
Raafitos_	1	0	4.4k
felipeemagalhae	1	0	4.2k
LacraThurphia	1	0	3.6k
DoceSincera	1	0	3.5k
MuitoMaisTv_	2	0	3.3k
BAHLSdaily	1	0	2.9k
Jarbson	1	0	2.6k
mathewscomenta	1	0	2.3k
Fael_70	2	0	2k
me_mari	1	4	2k
AlwaysHaynes	1	0	1.9k
putzb1tch	1	1	1.8k
Realityzei_	1	0	1.8k
ricardo1418	1	0	1.5k
FranAlmeidaBBB	1	0	1.4k
apegadaabbb	1	0	1.4k
loveforealitys	1	1	1.2k
selefav	1	0	1.2k
preciosasophiaa	1	0	1k
BarbosaEdnildo	1	0	1k
SounoradaHelo	1	0	1k
eufelipeduarte	1	0	1k
Tieplay	1	0	1k
klbrvrs	1	0	849
portelakarol	1	0	823
eumarx	1	0	785
alviinhomcd	1	0	775
Jacksonf_Santos	1	0	688
EuAmoReality	1	0	682
AmoreLoveYou	1	0	660
deefeliciano	1	0	605
Glorya313131313	1	0	581
pedro1390	1	0	555
Evandro_Olliver	1	0	547
raulmoura2	1	0	493
reeynaldolima	1	0	481
tamyresb_	1	0	439
Biieel_Azevedo	1	0	405

## TWEETS TIMELINE

- Apr 2, 2016 at 1:29am UTC
-  Mark Renault @BAHLSdaily  
RT @geraldandiniz: Mas já encerrou? #FicaGeralda  
<https://t.co/zjq0URaS2X>
-  Marcelo @renaultmarcelo  
Vou reazar aqui pra Ge ficar #FicaGeralda #BBB16
-  Big Brother Brasil @bbb16\_brasil  
RT @vittiapalpar: Votem #FicaGeralda #VaiMunik #VaiGeralda  
Gshow: In.is/gshow.globo.co... via @bbb16\_brasil
-  marx @eumarx  
RT @geraldandiniz: Mas já encerrou? #FicaGeralda  
<https://t.co/zjq0URaS2X>
-  Lucas Renault @skull\_lucas1  
RT @geraldandiniz: Todos convidados MUTIRÃO ATÉ 21:40  
#FicaGeralda Pela Internet : Gshow.com ☎0303 10 884 02 88402  
<https://...>
-  duarda @duardisse  
Own minha bichinha, fica assim não!!!! #FicaGeralda #VaiMunik
-  Paulo Renault @AlwaysHaynes  
#FicaGeralda <3 #VaiMunik coitada da Munik
-  Sinceriane Renault @emotionsroyals  
Gente é a primeira vez nesse ano, que eu fico confuso em relação a quem vai ser eliminado essa noite do #BBB16! #FicaRonan #FicaGeralda
-  Igor #TeamMunik @igordicarvalho  
#FicaGeralda
-  Iorranny Oliveira @Iorranny03  
RT @barb4ro: Fé no pai #FicaGeralda #ForaRonan
-  Tássia Situba @TSituba  
RT @feitosapj: Votação encerrada. #BBB16 #VaiMunik #FicaGeralda
-  Baby sauro @Babysauro21  
#FicaGeralda #ForaRonan #bbb16
- Apr 2, 2016 at 1:29am UTC
-  Gyo @AmoreLoveYou  
VAI FICAR ! RT @geraldandiniz Mas já encerrou? #FicaGeralda  
<https://t.co/R2MVRDeX4X>
-  GeRoNik @EuAmoReality  
Votação encerrada #FicaGeralda
-  LIMA @BBBatatinhas  
RT @geraldandiniz: Mas já encerrou? #FicaGeralda  
<https://t.co/zjq0URaS2X>

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaRonan

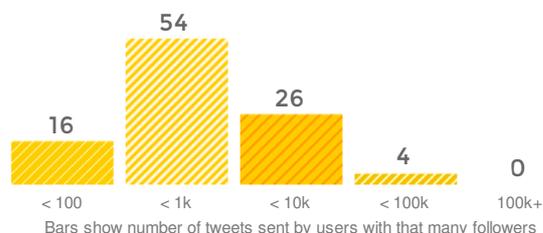
### ESTIMATED REACH

# 148,501

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 226,382

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

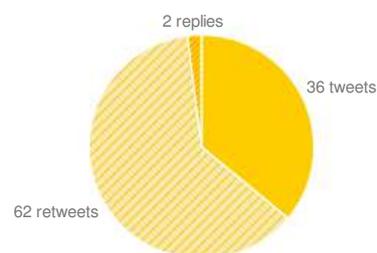
TWEETS

# 69

CONTRIBUTORS

# 13

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

60.8k IMPRESSIONS		@WINS___
14 RETWEETS		@WINS___
16 MENTIONS		@WINS___

### MOST RETWEETED TWEETS

- 5 Harumi BBB16 OFICIAL @Harumilshihara #FicaRonan Meu menino tem que ficar <https://t.co/5dMeSc60E3>
- 5 WINS RENAULT @WINS\_\_\_ PASSA OS VOTOS E VOTA ATE O BIAL ENCERRAR #FicaRonan
- 4 WINS RENAULT @WINS\_\_\_ QUEM TA VOTANDO AI RT #FicaRonan

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
WINS__	2	14	60.8k
FelixBipolar	1	3	58.4k
MarceloACoelho1	6	1	13.6k
DeOlhoBBBBrasil	1	0	13k
NilmaAguiar	2	0	10.5k
foreverluar	1	0	8.5k
MyLoovee1D	1	0	7k
cidaaia	13	0	3.8k
EliiSimpatia	1	1	3.6k
DoceSincera	1	0	3.5k
dudaa_i	1	0	3.1k
mafiadesalto	1	0	2.9k
JeffComenta	1	0	2.7k
mirelando_	1	0	2.7k
NaRLiiNHa	1	3	2.3k
Elizeukanazawa	7	0	2.2k
Kaiozeiro	1	0	2.1k
IvysSiva	3	0	2.1k
vini_porttela	1	0	1.9k
FaClubeRonanBBB	1	0	1.8k
Amores11111	1	0	1.6k
rosinha_dutra	1	0	1.6k
oAlleh_	1	0	1.4k
FerLineDoBe	1	0	1.2k
PorraMaria	1	0	1.1k
beatrizdarius	1	0	1.1k
Harlei_Helser	2	0	1k
Gremista_Jr	1	0	910
rodrigues_kels	1	0	739
alexluthorsoare	1	0	705
gilkapedroso	1	0	570
RonaneAnaPaula	1	0	554
euohara	1	0	554
JubVasconcelos	1	0	538
stdaniela	1	0	506
saddbitch	1	0	480
vmaarcas	1	0	460
Biadib	1	0	442
BBBviciada	1	0	399
LeonorMoraes	1	0	381
Valusa	1	0	370
jadyemanoelleAS	1	0	361
danilo120107	2	1	330
pedraobbbs	1	0	279
_Soraiam	1	0	264
euadoroababy	1	0	229
EvelineSilv13	1	0	219
LoversAnniik	1	0	195
Sparta_16	2	0	182
rizzazinha	1	0	172

## TWEETS TIMELINE

Apr 2, 2016 at 1:28am UTC



BBBzinha @BBBzinha16  
votação encerrada. seja o q deus quiser #FicaRonan



junior FBPA @Gremista\_Jr  
#FicaRonan

Apr 2, 2016 at 1:28am UTC



Elizeu Oliveira @Elizeukanazawa  
RT @ronanoliveira\_: Mutirão iniciado! #FicaRonan Até 9:30 @anapaularenault @Harumilshihara @MunikBarbosa @AnnikRonan https://t.c...



Bianca Dib @Biadib  
Ronan saindo Baita decepção com parte da torcida. VOTEM! Só acaba qdo termina. #FicaRonan twitter.com/apuracao\_bbb16...



raquel @putaqaopariu  
RT @FelixBipolar: CONTINUEM VOTANDO POR FAVOR! #FicaRonan



Elizeu Oliveira @Elizeukanazawa  
RT @ronanoliveira\_: DAQUI A POUCO COMEÇA O NOSSO ÚLTIMO MUTIRÃO DE HOJE DAS 21H30 ATÉ ENCERRAR #FicaRonan https://t.co/fPMpjBSnZy

Apr 2, 2016 at 1:27am UTC



Elizeu Oliveira @Elizeukanazawa  
RT @trizgouvea: #FicaRonan #RoNik na final! twitter.com/ronanoliveira\_...



MáfiadeSalto Renault @mafiadesalto  
Espero realmente que #FicaRonan aconteça! E final #VaiMunik #VaiRonan



Marcelo A Coelho @MarceloACoelho1  
RT @DonaSoniaLima: #FICARONAN twitter.com/RonanSincero/s...



Soraia RENAULT @\_Soraiam  
RT @Harumilshihara: #FicaRonan Meu menino tem que ficar https://t.co/5dMeSc60E3



Cida Severo @cidaaia  
RT @anapaularonann: E de repente, Geralda se tornou mais importante q tudo isso.. "de repente, não mais q de repente" #FicaRonan #BBB16 htt...



Cida Severo @cidaaia  
RT @anapaularonann: RONAN dizendo que gosta de dar tupperware de presente pra mulher, que é um, presente mto lindo e caro. Eu adooooooooooooo...



Flávia@@ @FlaviaAA2209  
RT @Veronicadclpms: TORCIDA, FORÇA TOTAL, O SONHO NAO PODE ACABAR, VOTA MUITO #FICARONAN #FORAGERALDA MUTIRÃO - @ronanoliveira\_ https://t...



Cida Severo @cidaaia  
RT @RonanSincero: #FicaRonan AAAAAAAAAAAAAATENÇÃO TORCIDA RONAN, NÃO DEIXA PARA DEPOIS, PRA ELE FICAR VOTE MTO POR TELEFONE+ SMS!!! ☎ 0303...

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaGeralda

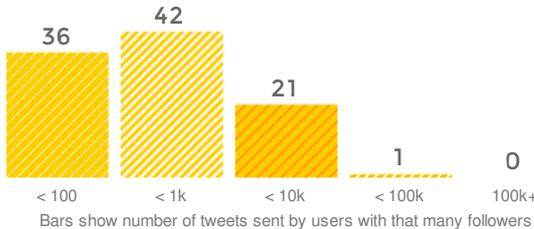
## ESTIMATED REACH

# 83,098

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 109,457

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

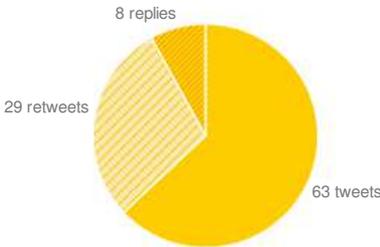
# 100

 TWEETS

# 78

 CONTRIBUTORS

# 47

 MINUTES

## TOP CONTRIBUTORS

- 39.3k** IMPRESSIONS: @real\_andresilva
- 5** RETWEETS: @Goldenmars
- 5** MENTIONS: @Goldenmars

## MOST RETWEETED TWEETS

- 5** mázinha @oidulcetes  
cade o povo que detesta gente chata e falsiane?  
#VaiMariaClaudia #ForaGeralda
- 2** Cacau BBB16 @CacauTorcida  
Esse é o resumo do programa desde o início.  
#VaiMariaClaudia #ForaGeralda  
<https://t.co/32VYspKumD>
- 2** RONAN CAMPEÃO @Veronicadclpms  
TORCIDA, FORÇA TOTAL, O SONHO NAO PODE ACABAR, VOTA MUITO #FICARONAN #FORAGERALDA MUTIRÃO - @ronanoliveira\_  
<https://t.co/odr2YCy6ky>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
real_andresilva	1	0	39.3k
Goldenmars	3	5	10k
ComentaRealitys	2	2	6.4k
ViniciusAugust7	1	0	6.1k
JakelineMagna	1	0	3.8k
Angela_Bessa	1	0	3.6k
Reallytando	1	1	3.2k
tiltskin	1	0	2.4k
magro_oficial	1	0	2.3k
deyvisonsilva89	1	0	2k
Fas_sophiecl	3	0	1.9k
Thais_Campello	1	0	1.7k
lineeferraz1	1	0	1.6k
rosinha_dutra	1	0	1.6k
VieiMichele	1	0	1.5k
sigaianiviana	2	0	1.5k
Hoseokluv	1	0	1.2k
garciavinicius	2	0	1.2k
vivi50055643	1	0	1.1k
vanessamtssrf	2	0	1.1k
modorafa	1	0	1.1k
ennymoreira	1	0	1.1k
aurea_isa	1	0	999
Kaykysil1	1	0	940
_Leeu	1	0	918
gabiloeblein	1	0	819
oidulcetes	4	5	804
vsfviic	1	0	698
medolabella	1	0	603
ponto_final9	1	0	602
cidaaia	2	0	578
gilkapedroso	1	0	570
kayomac20	1	0	495
OneeComplicated	1	0	472
daniela76510744	1	0	430
lohdepaula	1	0	424
EmiliaKarla	1	0	395
njrismylife	1	0	339
Theanasena	1	0	336
giovannaspsbs	1	0	299
leh22ls	1	0	252
JaderSilva10	2	1	246
Alana24061986	1	0	216
zing_lordello	1	0	204
CamyllaRenault	1	0	196
jacksantoss	1	1	184
maniabbbrasil	3	0	177
pricarolnog	1	0	172
BiihPacini	1	0	146
arrobamandy_	1	0	134

## TWEETS TIMELINE

Apr 2, 2016 at 1:27am UTC



ThaisC Renault @Thais\_Campello  
VotANDOOOOOOOO na opção #FORAGeralda' em 'Quem você quer eliminar?' In.is/gshow.globo.co...



Flávia@@@ @FlaviaAA2209  
RT @Veronicadclpms: TORCIDA, FORÇA TOTAL, O SONHO NAO PODE ACABAR, VOTA MUITO #FICARONAN #FORAGERALDA MUTIRÃO - @ronanoliveira\_ https://t...



Vinicius Augusto @ViniciusAugust7  
É hoje pessoal, quem vai sair? #ForaRonan #ForaGeralda #BBB16



L e o @ Leeu  
#ForaGeralda #bbb16

Apr 2, 2016 at 1:25am UTC



Cida Severo @cidaaia  
RT @Veronicadclpms: TORCIDA, FORÇA TOTAL, O SONHO NAO PODE ACABAR, VOTA MUITO #FICARONAN #FORAGERALDA MUTIRÃO - @ronanoliveira\_ https://t...



Cida Severo @cidaaia  
RT @Veronicadclpms: TORCIDA, FORÇA TOTAL, O SONHO NAO PODE ACABAR, VOTA MUITO #FICARONAN #FORAGERALDA MUTIRÃO - @ronanoliveira\_ https://t...



Gilka Pedroso @gilkapedroso  
Votando de coração de coração apertado #FicaRonan #ForaGeralda #VaiMunik #VaiRonan



Snap: gabiloeblein @gabiloeblein  
Adoro a Don'Geralda, mas minha torcida é pro Ronan, então... #ForaGeralda



FLAMENGUISTA @leh22ls  
#ForaGeralda #BBB16



James @JaymeSilva10  
#ForaGeralda



Mô do Rafa @modorafa  
#ForaRonan ou #ForaGeralda ? #VaiMunik #bbb16



Tamires Ilma @tamires\_ilma  
#ForaGeralda



Lucas Valladares @LucasValladar10  
#ForaGeralda



Sueli Paiva @SueliPaiva4  
RT @MutiroesE: E depois do meu mutirão #ForaGeralda, às 18hrs tem tag pra Cacau! Quero ver todo mundo aqui!



Ângela Bessa @Angela\_Bessa  
#ForaGeralda #VaiMariaClaudia

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaRonan

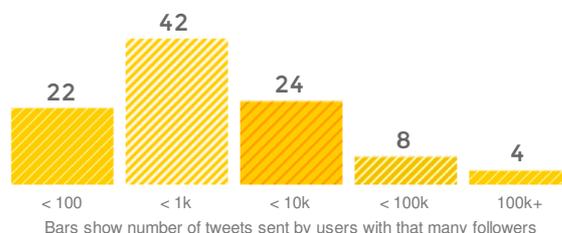
### ESTIMATED REACH

# 951,222

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 2,415,752

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

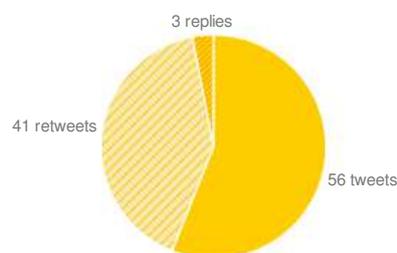
TWEETS

# 87

CONTRIBUTORS

# 12

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

2M IMPRESSIONS		@LuizHalan
22 RETWEETS		@viicioReality
22 MENTIONS		@viicioReality

### MOST RETWEETED TWEETS

21		Lukas Libanik @viicioReality Vai começar, vota #ForaRonan #VaiMunik #BBB16
4		Valéria Bandida @valeria_bandida Todos tem a sua opinião e eu tenho a minha, nunca gostei no Ronan e nem dei um voto nesse paredão! Eu quero a GG na Final. #ForaRonan #BBB16
3		Portal Gê mutirões @MutiraoGegeBBB Meus netinhos vamos fazer um Seguinte ? Cada #RT dou 10 Vts e a Cada #Fav dou 5 vts ? Partiu ? #ForaRonan #VaiGeralda #VaiMunik no #BBB16

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
LuizHalan	3	0	2M
jeffersonline_	1	0	214.5k
real_andresilva	1	0	39.3k
bbb16_brasil	1	0	32.9k
igordicarvalho	1	2	23.3k
gaynapraia	1	0	16.3k
OJamesSt	1	0	13.3k
arthuraguilhar	1	0	12.7k
barb4ro	1	2	11.3k
viicioreality	1	22	10.1k
Realityshooow	1	1	7.9k
ViniciusAugust7	1	0	6.1k
PriskaMD	1	0	5.7k
Jarbson	2	0	5.1k
pedro1390	8	0	4.4k
esquentabb16	1	0	3.3k
ByancaBSM	2	0	3.2k
_LucaasAS	1	1	2.7k
chenriq__	1	0	2.5k
luizoioioi	1	0	2.1k
BarbosaEdnildo	2	1	2.1k
iedacrln21	1	0	1.8k
StarFlaviaAle	1	0	1.6k
biamodeloplus	1	0	1.5k
iwgthepeople	1	0	1.5k
PfvrLary_	1	1	1.5k
Lumatheus_	1	0	1.3k
kburckle	1	0	1.3k
bbglobo	1	1	1.2k
selefav	1	0	1.2k
Apoiobabicampea	1	0	1.1k
modorafa	1	0	1.1k
andingama	1	0	990
OGuiPessoa	1	0	963
giomd_	1	0	889
jaquelinebris	1	0	877
Felipecoletti	1	1	855
EstelaMaravilha	1	0	790
FLYM4LAMBE	1	0	783
ariannesampaio	1	0	783
fcbbb14	1	0	775
sigabrilhante	1	0	613
pequi4ever	1	0	592
Thayfs2	1	0	574
ViviSilva_Vs	1	0	549
brunohuee	1	0	501
burguesinharj_	1	0	487
sugazr	1	0	470
Ramonmath	1	0	468
IDINEST	1	0	418

## TWEETS TIMELINE

- Apr 2, 2016 at 1:26am UTC



Auany Daniela @daniela\_aunity  
#BBB16 #ForaRonan
- Apr 2, 2016 at 1:26am UTC



Vinicius Augusto @ViniciusAugust7  
É hoje pessoal, quem vai sair? #ForaRonan #ForaGeralda #BBB16
- 

Luiz Halan @LuizHalan  
Nojo dessa Ana, mas aqui se faz aqui se paga !!!! #ForaRonan #BBB16
- 

Jarbson Martins @Jarbson  
Então não venha com esse papinho mole de coitadinho, não! #bbb16 #VAIMUNIK #ForaRonan #FicaGeralda twitter.com/birenaul/stat...
- 

Zimermann @EduardaZimerman  
#foraRonan
- 

Big Brother Brasil @bbb16\_brasil  
Gente vamos votar são os últimos minutos vamos deixar a Geralda #FicaGeralda #ForaRonan #VaiMunik #VaiGeralda
- 

Byanca B. Soares M. @ByancaBSM  
#ForaRonan #ForaRonan #ForaRonan #ForaRonan #ForaRonan #BBB16
- Apr 2, 2016 at 1:25am UTC



Ph @pedro1390  
RT @Realityshooow: #ForaRonan
- 

Jaqueline @jaquelinebris  
Olha, eu fiquei tão desanimada com essa reta final que nem votei. #ForaRonan #BBB16
- 

Byanca B. Soares M. @ByancaBSM  
Ela que ñ tinha nenhum ponto kkk A expressão dos demais foi d++ kkk Paredão: Geralda X Ronan ...sem mta opção #ForaRonan #BBB16 #ByBBManíaca
- 

Ph @pedro1390  
RT @Geralda\_BBB16: @Apuracao\_BBB16 Não parem #ForaRonan
- 

Ph @pedro1390  
RT @igordicarvalho: Falta pouco, continuem votandoooooo... #ForaRonan #BBB16 !!!!
- 

Luan de cristal @Realityshooow  
#ForaRonan
- 

Karina @kburckle  
#ForaRonan
- Apr 2, 2016 at 1:24am UTC

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# # FicaMunik

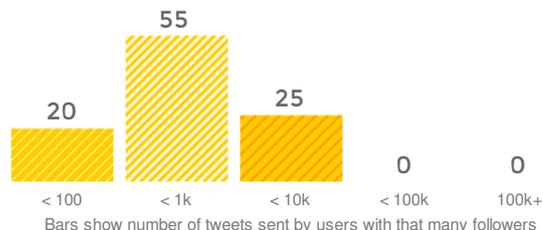
### ESTIMATED REACH

# 69,903

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 89,265

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

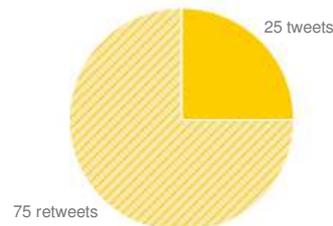
TWEETS

# 94

CONTRIBUTORS

# 1

MINUTE



### TOP CONTRIBUTORS

12.8k		@jadrianog
IMPRESSIONS		
5		@feitosapj
RETWEETS		
5		@feitosapj
MENTIONS		

### MOST RETWEETED TWEETS

11		Munik Nunes Barbosa @MunikBarbosa Agora, seja o que Deus quiser! Fizemos nossa parte e vocês foram maravilhosos! #VaiMunik #FicaMunik
5		Ana P Mutirões @AnaPMutiroes Resultado Total dos mutiroes aqui na central nessas 24 horas Eu amei tudo isso!! Muito obrigado #FicaMunik <a href="https://t.co/BWVholmAEJ">https://t.co/BWVholmAEJ</a>
4		MUTIRÃO MUNIK CAMPEÃ @MutiroesBrasil_ Independente do resultado, quero parabenizar a todos por todo o carinho e toda participação 2.345.780 #FicaMunik <a href="https://t.co/r2tHPe2xeR">https://t.co/r2tHPe2xeR</a>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
jadrianog	2	0	12.8k
exawsto	1	0	6.2k
feitosapj	1	5	5.7k
httpmunik	1	0	5.5k
pqtayna	1	0	4k
ql_foi_reh	3	0	2.9k
DaniLucenaa	1	0	2.8k
jowludwig	1	0	2.4k
ligadosreality	1	0	2.3k
AlwaysAnaRios	1	0	1.9k
justiceourdream	1	0	1.9k
bah_evans123	1	0	1.6k
EuBruh_	1	0	1.6k
alrengirlie	1	0	1.5k
poxapedroq	1	0	1.5k
was_carol	1	0	1.4k
linaleite25	1	0	1.4k
LovesMunik	1	0	1.4k
Barbaravas19	1	0	1.4k
thaemelf	1	0	1.3k
contigovitti	1	0	1.3k
GauchaDo1D	1	1	1.2k
emisonsreal	1	0	1.1k
justbreathefly	1	0	1.1k
RealityJess	1	0	1.1k
Rozi_Marconatto	1	0	997
Fcdenaise	1	0	929
TvLivros	1	0	911
neulena	1	0	848
TeamMunik16	1	0	725
Giselel49713491	1	0	725
roseliatms	1	0	721
MuniBBB16	1	0	699
ale_ruuyz	1	0	673
LsKarinha	1	0	644
vvaisafadao	1	0	607
thay_kelly13	1	0	604
__heyjude	1	0	594
Le_Santiago1	1	0	583
tha123and	1	0	572
reality_thaiii	2	0	560
LorenaSales09	1	0	557
plantaobbb16	1	0	555
pridesamanitta	1	0	508
virushamonizer	1	0	485
kellycris_1	1	0	479
AdrySooouza	1	0	475
keithfreiitas	1	0	431
Hellen_Ssoares	1	0	414
pequizinha16_	2	0	394

## TWEETS TIMELINE

Apr 4, 2016 at 2:56am UTC



tom @thaemelf  
#FicaMunik



Ray Pequi Renault @RaiannaOliveir2  
RT @MutiroesBrasil\_: Independente do resultado, quero parabenizar a todos por todo o carinho e toda participação 2.345.780 #FicaMunik htt...



Bárbara @Barbaravas19  
RT @AnaPMutiroes: Resultado Total dos mutiroes aqui na central nessas 24 horas Eu amei tudo isso!! Muito obrigado #FicaMunik https://t...



Renata @RenataP48294843  
RT @AnaPMutiroes: Resultado Total dos mutiroes aqui na central nessas 24 horas Eu amei tudo isso!! Muito obrigado #FicaMunik https://t...



a @AcсаAlexandre  
RT @marce2952: MEU CORAÇÃO NÃO VAI AGUENTAR #FicaMunik



Karlinha @LsKarinha  
RT @SHEERANLACROU: EU VOTEI MUITO #FicaMunik



Renata @ql\_foi\_reh  
RT @tuthaymaluca: Cês são lindos <3 #FicaMunik twitter.com/AnaPMutiroes/s...



Juliana #VaiMunik @\_\_heyjude  
Malditos comerciais que demoram #FicaMunik #VaiMunik #MunikCampeã #BBB16



jessica @RealityJess  
Essa parte dos familiares fode com meu emocional mano. #FicaMunik #VaiMunik



Thayssa Kelly @thay\_kelly13  
RT @loryprin123: TO NERVOSA, #VaiMunik #FicaMunik



Paloma @lovenheels  
RT @shelruizb: Fim da linha! #VaiMunik #FicaMunik #ForaRonan #TeamMunik #BBB16 pic.twitter.com/tyV1hAFk3Z



Team Munii @MuniBBB16  
RT @ZAMENZA: #VaiMunik! VAI, SUA LINDA!!!!!!!!!!!!!! #BBB16 #FicaMunik https://t.co/C1UhL2qA3J



carol 7/27 @alrengirlie  
RT @MunikBarbosa: #FicaMunik #BBB16 #TeamPequi #MunikCampeã #FicaMunik #TeamMunik instagram.com/p/BDwxNsRTHAV/



Anni @BBBiiial  
RT @barb4ro: eu num nível de nervosismo, fora do normal #FicaMunik #BBB16



caipirinha de pequi @bbbrodinhaa  
RT @barb4ro: eu num nível de nervosismo, fora do normal #FicaMunik #BBB16

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #FicaRonan

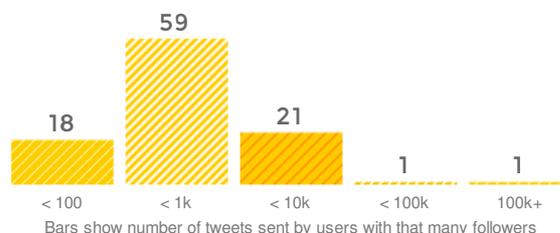
### ESTIMATED REACH

# 168,507

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 206,838

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

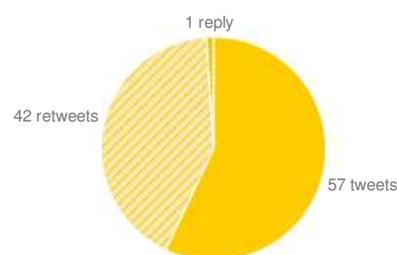
TWEETS

# 86

CONTRIBUTORS

# 26

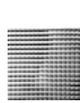
MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

# 102.8k

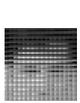
IMPRESSIONS



@EuTulioSouza

# 12

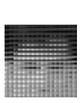
RETWEETS



@feliixpertubado

# 12

MENTIONS



@feliixpertubado

### MOST RETWEETED TWEETS

# 12



Senta lá Coments TV @feliixpertubado  
Quem Fica! #FicaMunik RT #FicaRonan Fav

# 5



Enquetes da TV @EnquetesDaTV  
Quem deixará mais saudade? #VaiMariaClaudia  
#VaiRonan #VaiMunik #Bbb16 #AnaPaulaBBB  
#FicaMunik #FicaRonan #Geralda

# 4



Tô de olho @t\_olho  
EMOCIONADISSIMA COM RONAN, MUITO ORGULHO  
DE TER TORCIDO POR ELE DESDE O PRIMEIRO DIA  
#FicaRonan #BBB16

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
EuTulioSouza	1	0	102.8k
ppkjauregui	1	0	16.6k
disseinfancia	1	1	9.7k
_mudeimeuser	1	0	9.7k
JenifferLuiz2	1	1	6.6k
magallymel	2	0	5.5k
feliixpertubado	1	12	4.3k
rainequeim	2	0	4.1k
LoveKaEli1	3	0	3.5k
oioimari	1	0	2.5k
BBBendita	1	0	2.5k
VasconcelosTha	3	0	2.2k
masoqprin	2	0	2.1k
the_dead_kenny	1	0	2k
ivanilda13	2	0	1.9k
EmsLima_	1	0	1.4k
Harold_dopamina	2	0	1.4k
luizfpaula	1	1	1.3k
ErivanSilva94	1	0	1.3k
Jaciano_	1	0	1.2k
jessysimoes	1	0	1.1k
ql_foi_reh	1	0	967
JulianaPZ	1	0	956
t_olho	2	4	954
julianaorbite	1	0	938
giusleal	1	1	875
julio_gxp	1	0	871
RealKaMonteiro	1	0	837
Dorinhaz	2	0	816
guralski_moh	1	0	779
ppq_gio	1	0	753
Roberthav	1	0	734
VirginiaSilvaMa	1	0	716
PalomaLacerda_	1	0	657
ahgabii	1	0	621
karllauna	1	0	580
DSavioOliveira	2	0	568
ergm_regina	1	0	565
BielllBrother	1	0	521
EnquetesDaTV	1	5	515
Leeeh120	1	0	507
lucasmesch	1	0	455
novelbela	2	0	450
Zumbiificando	1	0	420
JackyFan_Br	1	0	420
guilhermegussma	1	0	417
Kidrauhl_Ciumes	1	0	411
lee_rose1	1	0	411
luizpaulo21752	1	0	410
Adryenne_Lais	1	0	406

## TWEETS TIMELINE

Apr 4, 2016 at 2:57am UTC



7/27 @ppkjauregui  
RT @t\_olho: EMOCIONADISSIMA COM RONAN. MUITO ORGULHO DE TER TORCIDO POR ELE DESDE O PRIMEIRO DIA #FicaRonan #BBB16



Dorinha @Dorinhaz  
RT @deizemirandas: Ronan um poço de superação. Tal delicadeza só podia partir dele. #FicaRonan



Suzy @Suzuna300  
RT @feliixpertubado: Quem Fica! #FicaMunik RT #FicaRonan Fav



Bela Renault @novelbela  
Meu num tá guentando #BBB16 #FicaMunik #FicaRonan  
twitter.com/aannikvive/sta...



Willian Vitor @\_mudeimeuser  
RT @t\_olho: EMOCIONADISSIMA COM RONAN. MUITO ORGULHO DE TER TORCIDO POR ELE DESDE O PRIMEIRO DIA #FicaRonan #BBB16



Savio Oliveira @DSavioOliveira  
#FicaRonan



Big Renault Brasil @vicioemreality\_  
#FicaMunik #FicaRonan #munikcampeã #BBB16  
twitter.com/vicioemreality/...



joao renaud @0des0cupado0  
elimina a Maria Cláudia, Biel. PORFAVO #FicaMunik #FicaRonan #VaiMunik #VaiRonan #BBB16



Bela Renault @novelbela  
Por favor #FicaMunik #FicaRonan #BBB16



RoNault FéNo 1% @ivanilda13  
Eu confio FÉ #FicaRonan #BBB16



Binho @ifabiosm  
RT @t\_olho: EMOCIONADISSIMA COM RONAN, MUITO ORGULHO DE TER TORCIDO POR ELE DESDE O PRIMEIRO DIA #FicaRonan #BBB16



Portal Munik @ErivanSilva94  
RT @feliixpertubado: Quem Fica! #FicaMunik RT #FicaRonan Fav



rosemary quintilha @rosemaryquinta3  
RT @feliixpertubado: Quem Fica! #FicaMunik RT #FicaRonan Fav



Munik Nunes BBB 15 @LaaySantos4  
RT @feliixpertubado: Quem Fica! #FicaMunik RT #FicaRonan Fav



deize mirandas @deizemirandas  
Ronan um poço de superação. Tal delicadeza só podia partir dele. #FicaRonan

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaMunik

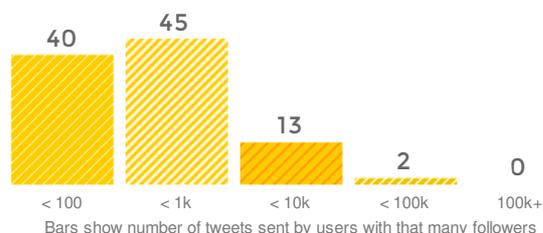
### ESTIMATED REACH

# 93,492

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 114,927

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

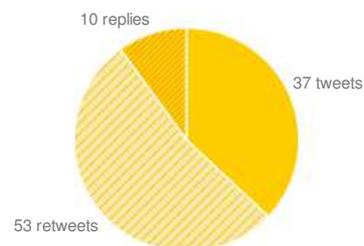
TWEETS

# 83

CONTRIBUTORS

# 2

HOURS



### TOP CONTRIBUTORS

# 44.4k

IMPRESSIONS



@camisaa12

# 2

RETWEETS



@RenanVencedor

# 2

MENTIONS



@RenanVencedor

### MOST RETWEETED TWEETS

# 36



Will @mafiacanarinho  
PRA NAO CONFUNDIR NINGUEM NAO USEM  
#FORAMUNIK E SIM #CACAUCAPEA POIS A  
VOTAÇÃO É A FAVOR !!!!

# 3



NAT DO AFRONTE @Tuitada\_com  
CADA RT AQUI VOU DAR 10 VOTOS NA MUNIK !!  
#ForaMunik #BBB16

# 2



Jader Silva @JaderSilva10  
vem Munik, rever teus conceitos, vem de retratar com  
às Negas do Brasil e do Mundo #ForaMunik #BBB16  
#VaiMariaClaudia

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
camisaa12	1	1	44.4k
gabcotrim	1	0	30.6k
SandraVieira23	2	0	4.8k
PortalDanielBBB	2	0	4.3k
omacacodoartico	1	2	2.5k
Matheusc2015	1	0	1.7k
alinne_FFC	1	0	1.6k
GabrielBoulos	7	0	1.5k
lopaugomes	1	0	1.4k
Kiddreams_96	2	0	1.3k
BBBzinha_	1	0	1.2k
A_Fazenda__	1	0	1.1k
guriw	1	0	1.1k
kekssr	1	0	1.1k
CacauzinhoBBB	1	0	1k
Vixebbb	1	0	992
tacalepaumarco_	2	0	850
tonnylima25	1	0	837
millenebl	1	0	833
Brunna__Andrade	1	0	761
cautheus	1	0	739
luizvalentim	1	1	640
marapachu	1	0	625
ce1b5b18650e407	1	0	610
MateusMarilia	1	0	540
Ptcteixeira	1	0	537
Ray_Avillez	1	0	533
EdvaniizeAlves	1	0	438
pollyanasecundo	2	1	436
RogerSantiago_	1	0	434
IlovepinkMyself	1	0	428
juliana_moreir	1	0	421
heiWAITFORITdri	1	0	386
falsibacon	1	0	348
Nette13KE13	1	0	318
SouzaGelvana	1	0	297
Adrianabets	1	0	273
cleidetnd	1	0	262
RenanVencedor	1	2	219
mamsilva81	1	0	218
ra_faelsaa	1	0	179
lylica2016	1	0	153
iSpaceConteudos	1	0	136
angeliralves	1	0	126
vansiks	1	0	118
Jislene10	1	0	114
ana_serrone	1	0	104
LarissaAmerica	1	0	101
fabigarciamg	1	0	100
ChelleCassiano	1	0	99

## TWEETS TIMELINE

Apr 4, 2016 at 2:59am UTC



Kamile Martins @kamile\_martins  
#ForaMunik #CacauCampeã



SENTA LÁ ROGÉRIO @Kiddreams\_96  
É agoraaaaaaa, quem sai? hahaha! #ForaRonan #ForaMunik  
#CacauCampeã



Luáhh @LuahTupinamba  
@MarizaMoreiraBB @TaGravadoBrasil @bbb faz sentido #ForaMunik



Vanderson Santiago @VandersonIS  
@bbb @gshow #ForaMunik #ForaRonan



Michelle Cassiano @ChelleCassiano  
Já deu! #ForaMunik



Roger Santiago @RogerSantiago\_  
Ai que melação! Avisa logo bial #ForaRonan ou #ForaMunik ?? Não  
aguento mais olhar pra cara desses dois! Por mim saia os dois  
#CacauCampea



SENTA LÁ ROGÉRIO @Kiddreams\_96  
RT @mafiacanarinho: PRA NAO CONFUNDIR NINGUEM NAO USEM  
#FORAMUNIK E SIM #CACAUCAPEÃ POIS A VOTAÇÃO É A  
FAVOR !!!!



Senta lá, Vinicius! @ViniiciusBBB  
@uaimatheus to com o coração na boca e ainda vai pro comercial  
#ForaMunik



maríliamateusdemelo @MateusMarilia  
RT @mafiacanarinho: PRA NAO CONFUNDIR NINGUEM NAO USEM  
#FORAMUNIK E SIM #CACAUCAPEÃ POIS A VOTAÇÃO É A  
FAVOR !!!!



JoãoVitorSandi @iSpaceConteudos  
#VaiRonan #ForaMunik



Mayara Batista @MayaraBatistavR  
#foraMunik



Senta lá, Marco @tacalepaumarco\_  
RT @Tuitada\_com: CADA RT AQUI VOU DAR 10 VOTOS NA MUNIK  
!! #ForaMunik #BBB16



Kerolayne; @kekssr  
#ForaMunik #CacauCampea



Senta lá, Marco @tacalepaumarco\_  
RT @mafiacanarinho: PRA NAO CONFUNDIR NINGUEM NAO USEM  
#FORAMUNIK E SIM #CACAUCAPEÃ POIS A VOTAÇÃO É A  
FAVOR !!!!



king adrian @heiWAITFORITdri  
RT @omacacodoartico: MUNIK FALA TOP? #foramunik

## TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# #ForaRonan

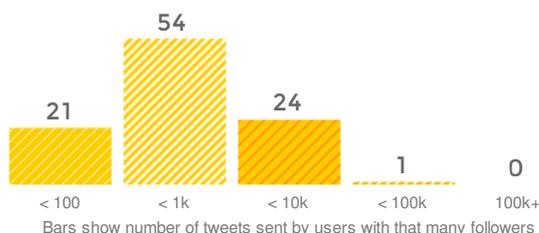
### ESTIMATED REACH

# 76,752

ACCOUNTS REACHED

### EXPOSURE

# 96,579

 IMPRESSIONS

### ACTIVITY

# 100

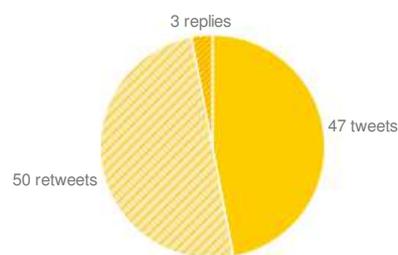
TWEETS

# 90

CONTRIBUTORS

# 15

MINUTES



### TOP CONTRIBUTORS

11.4k		@CAROUMIW_	IMPRESSIONS
4		@pfvrgustavu	RETWEETS
4		@pfvrgustavu	MENTIONS

### MOST RETWEETED TWEETS

18		Ruiz @shelruizb Fim da linha! #VaiMunik #FicaMunik #ForaRonan #TeamMunik #BBB16 pic.twitter.com/tyV1hAFk3Z
4		Gustavo @pfvrgustavu ENCERROU #FicaMunik #ForaRonan #VaiMunik
4		Annik Renault @TEAM_DeboraLyra Votem Gente, Últimos minutos! #ForaRonan #FicaMunik #BBB16

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
CAROUIMIW___	1	0	11.4k
elicardo13	1	0	10k
pfvrgustavu	1	4	8.6k
Shawnmitu	1	0	7.3k
alefcarvalho_	2	0	7k
teamrealityx	1	0	3.4k
fodas123456789	1	0	2.7k
ilovedestrizine	2	2	2.2k
diegoo_87	2	0	2.1k
aldenirsilva12	1	0	2.1k
Grazielle_SN	1	0	2k
Fabiodiass3	2	0	1.8k
duartizera	1	0	1.6k
TropaMunikN	1	0	1.5k
suckerdmz	1	0	1.4k
ivaninhaaa	1	0	1.4k
tataoliveirapo	1	0	1.4k
freire_d	1	1	1.4k
Kiddreams_96	2	0	1.3k
Drew123Nick	1	0	1.2k
leeh_knowless	1	0	1.2k
thamyliindaa	1	0	1.1k
almostidols	1	0	1.1k
MunikInfor	1	0	1k
lybalduino	2	0	970
_leticiaheinze	1	0	970
williancoll779	1	0	933
cafenograu	1	0	858
ops_jhenne	1	0	818
Marlonnsgt	1	0	800
fcbbb14	1	0	788
Julyane_dias	1	0	783
BrunnahLirio	1	0	714
eeeimari	1	2	704
prattesussar	1	0	682
Karolyna_Duarte	1	0	626
vilanellis2	1	0	586
OHumilhado	1	0	579
qcaraotario	1	0	555
ttdadinha	1	0	460
RogerSantiago_	1	0	434
maspoxadowg	1	0	428
ThaisSlz	2	1	426
CelesteCarols15	1	0	410
annikersbbb16	1	0	380
pdaoliveira	1	0	367
karynnas_	1	0	350
gleisa5	1	0	343
marinns_	1	0	339
Ale2014 uy	3	0	336

## TWEETS TIMELINE

Apr 4, 2016 at 2:58am UTC



SENTA LÁ ROGÉRIO @Kiddreams\_96  
É agoraaaaaaa, quem sai? hahaha! #ForaRonan #ForaMunik #CacauCampeã



Iv. @ivaninhaaa  
Acho que vai ser 6x0 hein... #FicaMunik #ForaRonan



não se apegas, não! @ilovedestrizine  
SOCORROOOO!! É AGORA!!! #FicaMunik #ForaRonan #VaiMunik



Leti . @\_leticiaheinze  
É agora #ForaRonan.



Gleisaa @gleisa5  
RT @eeeimari: #ForaRonan



Letícia Renault @letiscias  
RT @valeria\_bandida: Quando acabar a votação vou fazer o mega mutirão da Final até o final da votação! Facebook, Whats e Twitter! #FicaMuni...



Senta lá, Abdalla @eu\_abdalla  
É agora! #BBB16 #ForaRonan



PequizinhaM Renaut @MunikInfor  
RT @valeria\_bandida: Quando acabar a votação vou fazer o mega mutirão da Final até o final da votação! Facebook, Whats e Twitter! #FicaMuni...



Diego Silva @diegoo\_87  
Quero um 6 a 0 lindo #ForaRonan

Apr 4, 2016 at 2:58am UTC



senta la, kath @teamrealityx  
parem de bancar os que gosta do ronan que voces so usaram ele gente paredao passado mesmo voces subiram ate tag #ForaRonan expiem as cenas



Snap: pdaoliveira @pdaoliveira  
RT @viicioreality: Eu to começando a ficar com frio na barriga de medo e ansiedade, mas eu to acreditando na nossa força!!! #FicaMunik #For...



Vanderson Santiago @VandersonIS  
@bbb @gshow #ForaMunik #ForaRonan



aldenirsilva12 @aldenirsilva12  
RT @J\_Emerson\_: So eu acho forçada a risada da Cacau, o menina antipática vontade de entrar no #BBB16 e arrastar a Cacau da porta pra Fora...



Munik Renault - SUL @shippando\_ANNIK  
RT @ilovedestrizine: POR AQUI ACABOU! FIZ O MEU MELHOR MAS VOU ME SUPERAR SE A MINHA MUNIK FICAR NA FINAL! #FicaMunik #ForaRonan https://t...

TWEETREACH SNAPSHOT FOR  
**#VaiMariaClaudia**

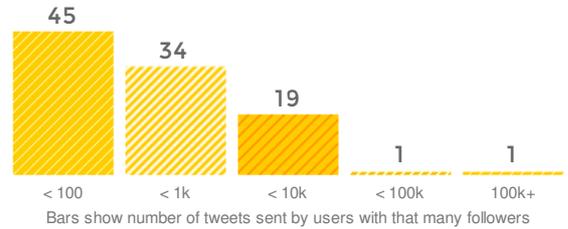
ESTIMATED REACH

**8,988,214**

ACCOUNTS REACHED

EXPOSURE

**10,308,966** IMPRESSIONS

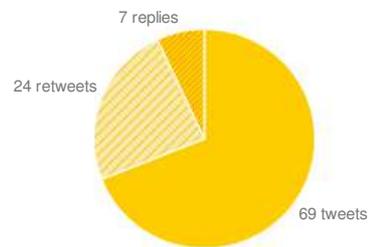


ACTIVITY

**100**  
TWEETS

**97**  
CONTRIBUTORS

**2**  
MINUTES



TOP CONTRIBUTORS

- 10.2M** IMPRESSIONS @RedeGlobo
- 7** RETWEETS @RedeGlobo
- 8** MENTIONS @RedeGlobo

MOST RETWEETED TWEETS

- 4** Globo @RedeGlobo "Todos os dias quando acordo Não tenho mais o tempo que passou" #BBB16 #VaiMunik #VaiMariaClaudia
- 2** Globo @RedeGlobo Quem é do time #VaiMariaClaudia? #BBB16 <https://t.co/gNaXQkTsqh>
- 2** Detremura @detremura #vaiMunik ou #VaiMariaClaudia no #BBB16 <https://t.co/GJ3diq0xjd>

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
RedeGlobo	1	7	10.2M
bol	1	0	24k
whoisnaia	1	0	6.5k
fiukfeatluan	1	0	5k
gottabels	1	0	3.7k
leiltonsatiro	1	0	3.2k
bsmeumundo	1	0	3.2k
thanksantovitti	1	0	3k
nathysutter_	1	0	2.9k
ElineFolhadela	2	0	2.8k
UNIAOCATHEUS	1	0	2.3k
Ausencia93	1	0	2.2k
vixi_ju	2	0	2.2k
Diandra_Suet	1	0	1.7k
JKobolth	1	0	1.7k
jusoRBD	1	1	1.7k
falsianedolynho	1	0	1.3k
srtasanttos	1	0	1.2k
eliuh_bjs	1	0	1k
daytossin1	2	0	1k
Marcosvinciuiu	1	0	767
setecidades_	1	0	722
diz_luzi	1	0	619
lais_rech	1	0	596
SuderioCarol	1	0	519
LaryMatos2	1	0	442
guimeeternoamor	1	0	410
laysn_	1	0	403
kahstylesjonas	1	0	399
sabrinasilva142	1	0	394
Samela080	1	0	386
Beebbe_	1	0	373
GabRiveras	1	0	353
rodriguesbiax	1	0	348
sophs_meutudo	1	0	314
FernandoGregghi	1	0	300
saahsantoffc	1	0	272
FandomCatheus	1	0	263
BelancieriKeh	1	0	256
55_1954	1	0	227
fnsantoss	1	0	225
kayla__angel	1	0	208
kekalice	1	0	196
amandaemidio_	1	0	191
thiagomoretatto	1	0	183
juliapereira216	1	0	179
samyabrito_FEC	1	0	170
Juu130	1	0	159
Dudadelamutaa	1	0	157
flowerstojuli	1	0	135
sophia_linhares	1	0	111

## TWEETS TIMELINE

Apr 6, 2016 at 2:00am UTC



Aline Amaro @Lineamaro22  
E guerreiras!!! #BBB16 #VaiMunik #VaiMariaClaudia  
<https://t.co/nMw7PGKchN>



Lala @laysn\_  
RT @RedeGlobo: "Todos os dias quando acordo Não tenho mais o tempo que passou" #BBB16 #VaiMunik #VaiMariaClaudia



Kah Soares @kahstylesjonas  
Sim, tô assistindo à final do #BBB16 #VaiMariaClaudia  
#CacauCampea



Ellem Thays @EllemThays  
#VaiMariaClaudia <https://t.co/uvh4vKU6t4>



Jeéh @jeehh02  
#VaiMariaClaudia



clau @UNIAOCATHEUS  
Tô xoranu sei lá #BBB16 #VaiMariaClaudia



Sol @SuderioCarol  
RT @RedeGlobo: "Todos os dias quando acordo Não tenho mais o tempo que passou" #BBB16 #VaiMunik #VaiMariaClaudia



Patricia Camargo @pattycamargo454  
Amando a final do BBB #BBB16 #VaiMariaClaudia



nem eu sei qm sou eu @giordano\_pedro  
@Emillyleandro3 tmj #VaiMariaClaudia



L.R.F @lais\_rech  
#VaiMariaClaudia



8 milhões <sup>TM</sup> @daytossin1  
RT @marconheiru: Unidos somos mais fortes! #VaiMariaClaudia  
#CacauCampea <https://t.co/kWedOWrpB2>



larytricolor @LaryMatos2  
As duas merecem, então... #VaiMunik #VaiMariaClaudia



Senta lá, Sátiro! @leiltonsatiro  
RT @VaiQueColaNoMSW: Cadê a torcida da Cacau lo/ #BBB16  
#VaiMariaClaudia

Apr 6, 2016 at 2:00am UTC



@Ausencia93  
RT @TwittaReality: Cacau melhor coisa que aconteceu nesse BBB foi um ORGULHO TER TORCIDA POR ELA #VaiMariaClaudia



conexão-bizlle @kayla\_\_angel  
#BBB16 #VaiMariaClaudia #VaiMunik



Aline Drew @linedrewb1994

TWEETREACH SNAPSHOT FOR

# # VaiMunik

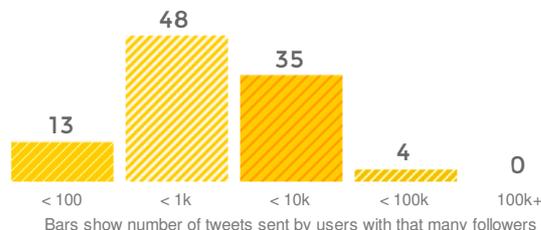
## ESTIMATED REACH

# 152,905

ACCOUNTS REACHED

## EXPOSURE

# 176,677

 IMPRESSIONS

## ACTIVITY

# 100

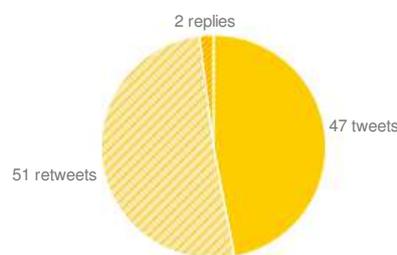
TWEETS

# 99

CONTRIBUTORS

# 1

MINUTE



## TOP CONTRIBUTORS

**30.7k**  
IMPRESSIONS

@harmolacre

No contributor has been retweeted

No contributor has been mentioned

## MOST RETWEETED TWEETS

- 6** Sérgio Santos @ZAMENZA  
Melhores pessoas ficam com melhores pessoas. FIM #BBB16 #VaiMunik <https://t.co/3xvRLBvx0A>
- 3** erii @buteramendws  
De um lado os participantes do bbb e do outro temos o bbb #BBB16 #VaiMunik <https://t.co/WZfsDHHc4G>
- 3** Camila Queiroz @Camiqueirozreal  
Adoro a Cacau, mas o premio é da Munik #VaiMunik

## CONTRIBUTORS

	Tweets	RTs	Impressions
harmolacre	1	0	30.7k
truelovesophiaa	1	0	16.5k
RihannaStylish	1	0	10.7k
SURREWL	1	0	10.7k
killzayndream	1	0	6.4k
fifthavmony	1	0	5.7k
bfr_isa	1	0	5.1k
brookerzs	1	0	5k
FODALIZADA	1	0	4.8k
nepomucenodanii	1	0	4.3k
fifthearing	1	0	3.8k
5H1Direcao	1	0	3.7k
beafyi	1	0	3.2k
fixwolff	1	0	3.1k
_gaabmoraes	1	0	3.1k
pfv_vi	1	0	2.9k
purposevittiz	1	0	2.9k
Baskonista84	1	0	2.8k
EricaGalhardo	1	0	2.5k
Oficial_arex	1	0	2.4k
hsdirtysoul	1	0	2.3k
pussystopher	1	0	2.3k
IdiotaforCamren	2	0	2.1k
Ohannaverde	1	0	1.9k
barolitripolar	1	0	1.8k
deliriumsomic	1	0	1.7k
orgulhopoca	1	0	1.7k
Thayaneelalia	1	0	1.6k
RamosEduardar	1	0	1.6k
BeaAmbrosio_	1	0	1.5k
AntiBeaFenty	1	0	1.3k
falarprcs	1	0	1.1k
bhsoaresg	1	0	1.1k
Danny_drigues	1	0	1.1k
mariaanalbs	1	0	1.1k
santoniftrangel	1	0	1k
missyoubenzo	1	0	1k
ReiAmador	1	0	1k
weslleysouza153	1	0	906
chooseyoumiley	1	0	847
thayrineAnjos	1	0	834
fifthargn	1	0	788
IzadoraANBastos	1	0	685
silviodeavila	1	0	653
realitysvicious	1	0	648
Lucianorp4	1	0	624
dudsgoncalves	1	0	621
sammyacassiano	1	0	616
camstranges	1	0	600
YllanaCastro	1	0	572

## TWEETS TIMELINE

Apr 6, 2016 at 2:01 am UTC



Mariana @mariaanalbs  
#VaiMunik



Mind of Mine #7/27 @5H1Direcao  
RT @shiplesbian: ANNIK AAAAAA EU NÃO POSSO COM ISSO  
#VaiMunik #BBB



Lineeh @barolitripolar  
Mano #BBB16 #VaiMunik



River @fee\_boysenberry  
RT @panet0ne: A ANA CHORANDO MEU DEUS :( #BBB16  
#VaiMunik



Dany Nunes @DaniCruz62  
RT @PanicoNaBand\_TV: Wesley Safadão só vai entrar quando  
Munik ganhar! TENHO CERTEZA. #bbb16 #VaiMunik #MunikCampeã



FelizNiverTai @YllanaCastro  
RT @Dannicss: #VaiMunik sua gostosa!!!!!!



Claudia M Silva @claudia44166840  
RT @AlwaysBruandAni: É preciso amar as pessoas como se não  
houvesse amanhã #VaiMunik



Gabriela Castanheira @Gaabcastanheira  
@bbb #VaiMunik



Sabrina Lucena @sabrinalucena16  
E Ana Paula tá divando tanto, linda como sempre #VaiMunik



@becalansky  
#VaiMunik



#ANNIK renault @realitysvicious  
Votei na opção ' #VaiMunik #MunikCampeã #BBB16 ' em 'Quem você  
quer que vença o BBB16?' gshow.globo.com/realities/bbb/...



Val @fucksnixx  
RT @joncdm: "EU NÃO VOU AGUENTAR FICAR AQUI COM ESSA  
MULHER FAZENDO ISSO" #BBB16 #VaiMunik  
<https://t.co/mgwV3sQnMI>



marina @hsdirtysoul  
RT @g1pop: Motivos para Maria Claudia não vencer #VaiMunik  
<https://t.co/IOZFGcl724>



2 0 0 1 @Pollyana\_Nunes  
Já ganhouuuuu #VaiMunik #BBB16



bea @beafyi  
RT @Imjbelieve: amo e vou proteger os três #VaiMunik  
<https://t.co/0Ly0CnLTRV>



D u d a @RamosEduardar