

Ivete, Gisele e Rodrigo: as celebridades do ano

Estudo da GfK, em parceria com AirStrip e Controle da Concorrência, aponta os destaques de 2015

Em 2015, as 12 celebridades com maior variação positiva na quantidade de inserções em TV aberta em São Paulo foram avaliadas e publicadas mensalmente por Meio & Mensagem. A avaliação se dá através de quatro grandes métricas: conhecimento, intensidade, agrado e momento de carreira. Além desses, são considerados ainda 17 atributos e uma análise so-

bre a presença e atividade dessas celebridades nas mídias sociais.

Os três principais destaques foram Ivete Sangalo, Gisele Bündchen e Rodrigo Faro. Ivete esteve presente entre as três celebridades mais citadas em todas as métricas, se destacando principalmente na Intensidade de conhecimento e nos atributos talentosa, inteligente e autêntica.

Gisele é a celebridade com maior número de inserções, considerando o acumulado do ano todo, e é também a celebridade que gerou maior agrado na população. É considerada a mais sexy, charmosa e sofisticada no comparativo com as demais celebridades publicadas.

O grande destaque de Rodrigo Faro está na associação com as categorias, pois apresenta os percentuais mais altos em 10 das 19 avaliadas. Ele é a 3ª celebridade mais conhecida e também a 3ª que mais agrada. Entre os atributos, suas maiores associações estão em alegre e animado.

Além dos três já citados, as demais celebridades avaliadas durante o ano passado foram: Zezé di Camargo e Luciano, Vitor Belfort, Aline Riscado, Xuxa, Raí, Paolla Oliveira, Marina Ruy Barbosa, Gabriel Medina e Carolina Dieckmann.

Conhecimento*

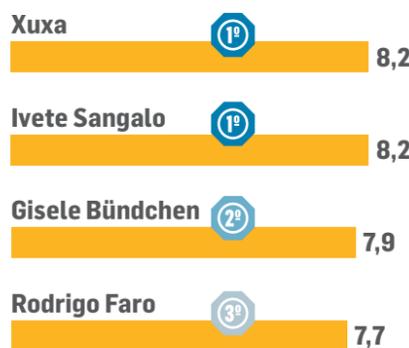
Xuxa apresentou o mais alto índice de conhecimento, seguida por Ivete Sangalo e Rodrigo Faro, números também superiores no comparativo com a norma de celebridades do banco de dados da GfK.



*Com estímulo fotográfico, sem menção do nome da celebridade (%)

Intensidade de conhecimento**

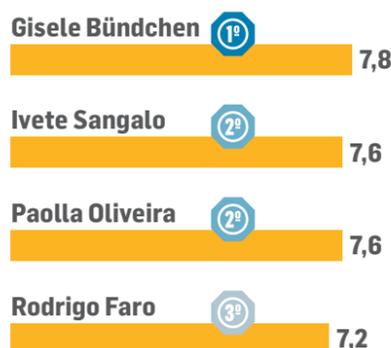
O mesmo cenário é percebido quando medimos a intensidade de conhecimento, porém Xuxa e Ivete se igualam e dividem a 1ª colocação. Gisele Bündchen fica na 2ª colocação.



**Média (escala de 1 a 10)

Agrado**

Gisele, Ivete e Rodrigo Faro também estão entre as celebridades com maior índice de agrado, sendo que Ivete divide com Paolla Oliveira a 2ª colocação.



**Média (escala de 1 a 10)

Momento de carreira***

(auge da profissão + totalmente em ascensão)

Quando o assunto é o futuro na carreira, as 3 celebridades com maior potencial são Gabriel Medina, Paolla Oliveira e Marina Ruy Barbosa, números muito superiores à norma de celebridades do banco de dados da GfK.

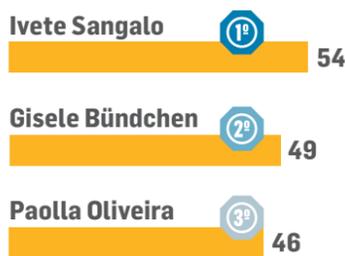


***Com estímulo do nome da celebridade (%)

Atributos***

(média dos atributos)

Ivete Sangalo esteve entre as 3 celebridades mais citadas nos 17 atributos avaliados, além de apresentar os maiores percentuais em 9 deles, sendo considerada a mais alegre, animada, popular e autêntica, entre outros.



***Com estímulo do nome da celebridade (%)

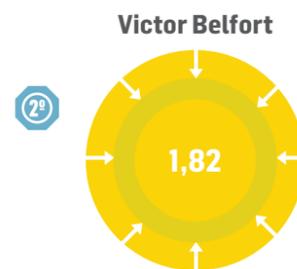


A Schin foi uma das marcas que contou com o talento de Ivete Sangalo como garota-propaganda

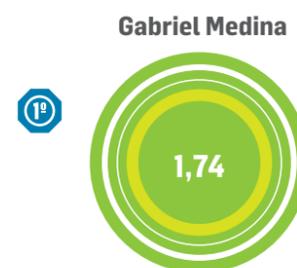
Mídias sociais

Paolla Oliveira apresenta boa performance na avaliação da população e tem destaque nas mídias sociais. Ela alcança o maior índice de atratividade e o 3º maior índice de afetividade.

Atratividade



Afetividade



acima de 2.1 muito alta
1.51 a 2 alta
1.01 a 1.5 média
0.51 a 1 baixa
0 a 0.5 muito baixa

acima de 0.9 muito alta
0.61 a 0.9 alta
0.31 a 0.6 média
0.11 a 0.3 baixa
0 a 0.1 muito baixa

Metodologia

Pesquisa com a população — GfK: 800 entrevistas, com homens e mulheres das classes A, B e C (Critério Brasil), de 16 ou mais anos, distribuídas nas 9 principais Regiões Metropolitanas do Brasil, via painel online próprio.
Mídias sociais — AirStrip:

Captação de Posts por meio de busca semântica pelo nome das celebridades nas redes Twitter, Facebook e Instagram.
Índices:
Afetividade: Relação entre o índice de influência da fan base¹ com a porcentagem de posts positivos da busca semântica.
Atratividade: Soma da Intensidade de

Exposição² com a Afetividade.
¹ relação entre a frequência de postagem, tamanho de base de fãs e interações nas redes Facebook, Twitter e Instagram)
² relação de exposição orgânica nas mídias sociais versus inserções comerciais)
Semântica = Busca Semântica pelo nome das celebridades nas redes Twitter, Facebook e Instagram.

Perfis Próprios = Captação por perfil oficial. Captação de todos os posts, interações e usuários que interagem com as contas das celebridades.
Ranking de Exposições — Controle da Concorrência
Número de inserções em propaganda, patrocínio e top de 5 segundos em TV aberta em São Paulo.