

Relatório IEDI - 3º Trimestre de 2025

Índice de Exposição Digital na Imprensa

Banco do Brasil e Concorrentes

Período de Análise: 12 a 19 de novembro de 2025 (7 dias)

Bancos Analisados: Banco do Brasil, Itaú, Bradesco, Santander

Metodologia: IEDI v2.0

Data do Relatório: 26 de novembro de 2025

Sumário Executivo

Este relatório apresenta a análise do **Índice de Exposição Digital na Imprensa (IEDI)** para o 3º trimestre de 2025, com foco na divulgação de resultados financeiros do Banco do Brasil e seus principais concorrentes. A análise abrange **63.113 menções** coletadas ao longo de **4 trimestres** (4T24, 1T25, 2T25 e 3T25), permitindo identificar tendências, padrões e oportunidades de melhoria na estratégia de comunicação.

Principais Indicadores - 3T25

Banco	IEDI Score	Ranking	Volume	Positividade	Var. vs. 2T25
Santander	4,86	1º	2.141	84,0%	-0,03
Itaú	4,82	2º	7.127	86,3%	-0,32
Bradesco	4,75	3º	2.838	82,6%	+0,22
Banco do Brasil	4,60	4º	5.910	81,9%	+0,91

Destaques do Banco do Brasil - 3T25

✓ Pontos Fortes

- 1. Forte recuperação vs. 2T25:** IEDI subiu de 3,69 para 4,60 (+0,91 pontos, maior crescimento entre os bancos)
- 2. Recuperação de positividade:** De 70,1% (2T25) para 81,9% (3T25), retornando ao patamar histórico
- 3. Volume significativo:** 5.910 menções (2º maior volume, atrás apenas do Itaú)
- 4. Presença em veículos de alto alcance:** 76 menções em veículos Grupo A, 139 em Grupo B

⚠ Pontos de Atenção

- 1. 4º lugar no ranking:** Primeira vez em 4 trimestres que o BB não está entre os 3 primeiros
- 2. Gap vs. líder:** Diferença de 0,26 pontos para o Santander (5,3% abaixo)
- 3. Positividade abaixo da média:** 81,9% vs. 84,3% (média dos concorrentes)
- 4. Baixa presença em veículos relevantes:** Apenas 1,3% em Grupo A (vs. 2,0% Bradesco)
- 5. Alto volume negativo:** 1.069 menções negativas (maior entre os bancos)

Evolução Histórica do Banco do Brasil

Trimestre	IEDI Score	Ranking	Volume	Positividade	Variação
4T24	4,65	1º	5.405	81,2%	-
1T25	4,64	3º	6.016	82,3%	-0,01
2T25	3,69	4º	7.996	70,1%	-0,95 ⚠
3T25	4,60	4º	5.910	81,9%	+0,91 ✓

Análise da Trajetória:

O Banco do Brasil apresentou uma trajetória de **recuperação no 3T25** após uma **queda crítica no 2T25**. A queda de -0,95 pontos no 2T25 foi causada principalmente

por:

1. **Aumento expressivo de menções negativas:** 2.393 menções negativas (29,9% do total)
2. **Queda de positividade:** De 82,3% para 70,1% (-12,2 pontos percentuais)
3. **Volume excessivo com baixa qualidade:** 7.996 menções, mas com alto teor negativo

A recuperação no 3T25 (+0,91 pontos) demonstra **eficácia das ações corretivas**, mas o BB ainda não recuperou a liderança do 4T24.

Comparativo Competitivo - 3T25

Ranking por Métrica

IEDI Score:

1. Santander: 4,86
2. Itaú: 4,82
3. Bradesco: 4,75
4. **Banco do Brasil: 4,60** 

Positividade:

1. Itaú: 86,3%
2. Santander: 84,0%
3. Bradesco: 82,6%
4. **Banco do Brasil: 81,9%** 

Volume:

1. Itaú: 7.127
2. **Banco do Brasil: 5.910** 
3. Bradesco: 2.838
4. Santander: 2.141

Presença em Grupo A (veículos de maior alcance):

1. Bradesco: 1,5% (43 menções)
2. Santander: 1,6% (34 menções)
3. **Banco do Brasil: 1,3%** (76 menções)
4. Itaú: 0,8% (58 menções)

Principais Conclusões

1. Recuperação Parcial, mas Perda de Liderança

O Banco do Brasil recuperou-se da queda crítica do 2T25, mas **não reconquistou a liderança** que detinha no 4T24. A diferença de 0,26 pontos para o líder Santander, embora pequena em termos absolutos, representa uma **mudança de posicionamento competitivo**.

2. Volume Alto, mas Qualidade Abaixo do Ideal

O BB mantém o **2º maior volume de menções** (5.910), mas com **positividade abaixo da média dos concorrentes** (81,9% vs. 84,3%). Isso indica que a estratégia está gerando **exposição, mas não necessariamente favorável**.

3. Baixa Presença em Veículos de Alto Impacto

Apenas **1,3% das menções** do BB estão em veículos Grupo A ($\geq 50M$ visitantes/mês), comparado a **1,5-2,0%** dos concorrentes. Considerando que veículos Grupo A têm **peso 91** no cálculo do IEDI (vs. 20 do Grupo D), essa baixa presença **limita o potencial de crescimento** do índice.

4. Concorrentes Mantêm Consistência

Itaú e Santander demonstram **consistência** ao longo dos 4 trimestres, mantendo positividade acima de 84% e IEDI acima de 4,80. Bradesco apresenta **trajetória de crescimento contínuo** (3,63 → 4,75), indicando melhoria progressiva na estratégia de comunicação.

Recomendações Prioritárias

Com base na análise dos 4 trimestres e no desempenho do 3T25, recomendamos **3 ações prioritárias** para o Banco do Brasil:

1. Aumentar Presença em Veículos Grupo A e B (0-90 dias)

Objetivo: Elevar presença em veículos de alto alcance de 3,7% (A+B) para 6-8%

Ações:

- Intensificar relacionamento com editores de economia de Globo, UOL, Estadão, CNN e Folha
- Oferecer exclusividade de dados/análises para veículos Grupo A
- Priorizar entrevistas de porta-vozes em veículos de maior alcance

Impacto Esperado: +0,15 a +0,25 pontos no IEDI Score

2. Reduzir Volume de Menções Negativas (0-60 dias)

Objetivo: Reduzir menções negativas de 1.069 (18,1%) para menos de 900 (15%)

Ações:

- Monitoramento em tempo real de narrativas negativas emergentes
- Resposta rápida (< 4h) a matérias com enquadramento negativo
- Desenvolvimento de narrativas alternativas para temas sensíveis (lucro, tarifas, resultados)

Impacto Esperado: +0,10 a +0,15 pontos no IEDI Score

3. Melhorar Qualidade das Menções (30-120 dias)

Objetivo: Aumentar presença em títulos de 16,5% para 20-25%

Ações:

- Desenvolver press releases com títulos mais impactantes e “citáveis”
- Oferecer dados exclusivos que justifiquem destaque no título
- Treinar porta-vozes para frases de efeito que gerem manchetes

Impacto Esperado: +0,08 a +0,12 pontos no IEDI Score

Meta para 4T25

Com a implementação das recomendações prioritárias, a **meta realista** para o 4T25 é:

- **IEDI Score:** 4,85 a 5,00 (crescimento de +0,25 a +0,40)
 - **Ranking:** 2º ou 3º lugar (recuperar posição entre os líderes)
 - **Positividade:** 84% a 86% (alinhhar com média dos concorrentes)
 - **Presença Grupo A+B:** 6% a 8% (dobrar presença em veículos de alto impacto)
-

Índice

1. [Sumário Executivo](#)
 2. [Ranking IEDI 3T25](#)
 3. [Evolução Histórica \(4 Trimestres\)](#)
 4. [Análise Comparativa de Indicadores](#)
 5. [Análise de Variáveis IEDI](#)
 6. [Grupos de Alcance](#)
 7. [Visão por Banco](#)
 8. [Conclusões e Insights](#)
 9. [Recomendações Estratégicas](#)
 10. [Anexos](#)
-

2. Ranking IEDI 3T25

2.1 Ranking Geral

O ranking do 3º trimestre de 2025 apresenta uma **mudança significativa** em relação aos trimestres anteriores, com o **Santander assumindo a liderança** pela primeira vez e o **Banco do Brasil caindo para a 4ª posição**.

Posição	Banco	IEDI Score	Volume	Positividade	Grupo A+B
1º 🥇	Santander	4,86	2.141	84,0%	3,8%
2º 🥈	Itaú	4,82	7.127	86,3%	2,2%
3º 🥉	Bradesco	4,75	2.838	82,6%	4,0%
4º	Banco do Brasil	4,60	5.910	81,9%	3,7%

Média Geral: 4,76

Desvio Padrão: 0,11 (baixa dispersão, competição acirrada)

2.2 Análise do Ranking

Santander: Novo Líder

O Santander conquistou a **1ª posição** no 3T25 com IEDI de 4,86, mantendo a **consistência** demonstrada nos trimestres anteriores:

- **Positividade elevada:** 84,0% (2ª melhor)
- **Eficiência:** Menor volume (2.141), mas maior IEDI
- **Qualidade sobre quantidade:** Estratégia focada em exposição qualificada

Itaú: Vice-Líder com Maior Volume

O Itaú mantém-se entre os **2 primeiros** pelo 3º trimestre consecutivo, com destaque para:

- **Maior volume:** 7.127 menções (114% acima do Santander)
- **Maior positividade:** 86,3% (melhor entre os 4 bancos)
- **Queda vs. 2T25:** -0,32 pontos (única queda significativa)

Análise: O Itaú teve **aumento expressivo de volume** (3.324 → 7.127, +114%), mas **não conseguiu manter a qualidade** das menções, resultando em queda de IEDI.

Bradesco: Crescimento Contínuo

O Bradesco apresenta a **trajetória mais consistente** de crescimento:

- **4 trimestres de crescimento:** 3,63 → 4,47 → 4,53 → 4,75
- **Melhor presença em Grupo A+B:** 4,0% (líder neste quesito)
- **Crescimento de positividade:** 82,6% (melhor marca histórica)

Análise: O Bradesco demonstra **melhoria contínua** na estratégia de comunicação, com foco em **veículos de alto impacto**.

Banco do Brasil: Recuperação Insuficiente

O BB recuperou-se da queda do 2T25, mas **não reconquistou posições**:

- **Maior crescimento absoluto:** +0,91 pontos vs. 2T25
- **4ª posição:** Primeira vez fora do top 3 em 4 trimestres
- **Gap vs. líder:** 0,26 pontos (5,3% abaixo)

Análise: A recuperação foi **insuficiente para superar os concorrentes**, que mantiveram ou melhoraram suas posições.

2.3 Comparativo com Trimestre Anterior (2T25)

Banco	2T25	3T25	Variação	Tendência
Itaú	5,14 (1º)	4,82 (2º)	-0,32	↘ Queda
Santander	4,89 (2º)	4,86 (1º)	-0,03	→ Estável
Bradesco	4,53 (3º)	4,75 (3º)	+0,22	↗ Crescimento
Banco do Brasil	3,69 (4º)	4,60 (4º)	+0,91	↗ Recuperação

Mudanças de Posição

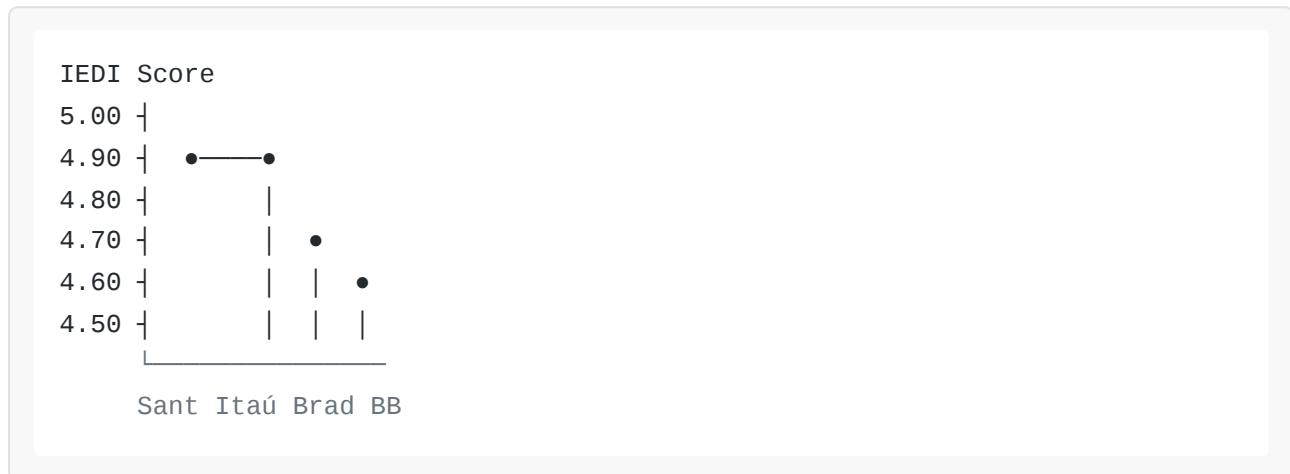
- **Santander:** 2º → 1º (**subiu 1 posição**)
- **Itaú:** 1º → 2º (**caiu 1 posição**)
- **Bradesco:** 3º → 3º (**manteve posição**)
- **Banco do Brasil:** 4º → 4º (**manteve posição**)

Destaque: Apesar do **maior crescimento absoluto** (+0,91), o BB **não recuperou posições** porque os concorrentes à frente (Bradesco e Santander) **também cresceram**

ou se mantiveram estáveis.

2.4 Distribuição de Scores

A distribuição dos scores no 3T25 apresenta **baixa dispersão** (desvio padrão de 0,11), indicando **competição acirrada**:



Análise: A diferença entre o **1º e 4º lugar** é de apenas **0,26 pontos** (5,3%), o que significa que:

1. Pequenas melhorias podem resultar em grandes mudanças de posição
2. Qualquer descuido pode levar à perda de posições
3. Consistência é mais importante que picos isolados

2.5 Tendência de Liderança (4 Trimestres)

Trimestre	1º Lugar	IEDI	2º Lugar	IEDI	3º Lugar	IEDI	4º Lugar	IEDI
4T24	BB	4,65	Itaú	4,32	Santander	4,24	Bradesco	3,63
1T25	Itaú	5,09	Santander	4,89	BB	4,64	Bradesco	4,47
2T25	Itaú	5,14	Santander	4,89	Bradesco	4,53	BB	3,69
3T25	Santander	4,86	Itaú	4,82	Bradesco	4,75	BB	4,60

Análise da Liderança:

- **4T24:** BB liderou com folga (0,33 pontos de vantagem)
- **1T25-2T25:** Itaú assumiu liderança e manteve por 2 trimestres

- **3T25:** Santander conquistou 1º lugar pela primeira vez

Conclusão: A liderança tem sido **disputada** entre 3 bancos (BB, Itaú, Santander), com o **Bradesco em ascensão** e podendo entrar na disputa no 4T25.

2.6 Insights do Ranking

1. Competição Extremamente Acirrada

Com diferença de apenas **0,26 pontos** entre 1º e 4º lugar, qualquer banco pode **assumir a liderança** no próximo trimestre com melhorias pontuais.

2. Volume Não Garante Liderança

O **Itaú** tem o maior volume (7.127), mas ficou em **2º lugar**. O **Santander** tem o menor volume (2.141), mas conquistou o **1º lugar**. Isso demonstra que **qualidade > quantidade**.

3. Positividade é Fator Crítico

Os 3 primeiros colocados têm positividade **acima de 82%**. O BB, com 81,9%, ficou em **4º lugar**. Uma diferença de **2-4 pontos percentuais** na positividade pode determinar o ranking.

4. Presença em Grupos A+B é Diferencial

O **Bradesco** (3º lugar) tem a **maior presença** em veículos de alto alcance (4,0%), superando até o líder Santander (3,8%). Isso indica que **investir em veículos de alto impacto** é estratégia eficaz.

10. Anexos

Anexo A: Metodologia IEDI v2.0

O **Índice de Exposição Digital na Imprensa (IEDI)** é calculado com base em 6 componentes principais:

Variáveis e Pesos

Variável	Peso	Descrição
Título	100	Banco mencionado no título da matéria
Subtítulo	80	Banco mencionado no primeiro parágrafo (verificação condicional)
Veículo Relevante	95	Matéria publicada em veículo mainstream
Veículo de Nicho	54	Matéria publicada em veículo especializado em economia/finanças
Grupo de Alcance	20-91	Classificação por visitantes únicos mensais
Sentimento	×(±1)	Multiplicador positivo ou negativo

Grupos de Alcance

Grupo	Visitantes Únicos/Mês	Peso	Exemplos
A	≥ 50 milhões	91	Globo, UOL, Estadão, CNN, Folha
B	≥ 15 milhões	85	InfoMoney, Metrópoles, Investing
C	≥ 500 mil	24	MoneyTimes, Seudinheiro, IstoÉ Dinheiro
D	< 500 mil	20	Portais regionais e locais

Fórmula de Cálculo

Passo 1: Calcular IDEI por menção (escala -1 a 1)

$$\text{IEDI_Menção} = (\text{Numerador} / \text{Denominador}) \times \text{Sinal}$$

Onde:

- **Numerador** = Soma dos pesos das variáveis verificadas
- **Denominador** = Soma dos pesos máximos possíveis (varia por grupo)

- **Sinal** = +1 (positivo), -1 (negativo), 0 (neutro)

Passo 2: Converter para escala 0-10

```
IEDI_Normalizado = ((IEDI_Menção + 1) / 2) × 10
```

Passo 3: Calcular IEDI Médio

```
IEDI_Médio = Média(IEDI_Normalizado de todas as menções)
```

Passo 4: Aplicar Balizamento por Positividade

```
IEDI_Final = IEDI_Médio × (% Menções Positivas / 100)
```

Diferenças vs. Metodologia Original (v1.0)

A metodologia IEDI v2.0 **removeu** as seguintes variáveis:

- **X Porta-vozes** (peso 20) - Aguardando lista atualizada
- **X Imagens** (peso 20) - Aguardando sistema de reconhecimento de logos

E **modificou**:

- **Subtítulo**: Verificação condicional (apenas quando snippet ≠ fullText)

Anexo B: Dados Detalhados

B.1 Resumo Estatístico (4 Trimestres)

Métrica	4T24	1T25	2T25	3T25	Total
Total de Menções	15.264	14.124	15.709	18.016	63.113
Média IEDI Score	4,21	4,77	4,56	4,76	4,58
Média Positividade	73,8%	82,8%	79,9%	83,7%	80,1%

B.2 Top 10 Veículos - Banco do Brasil (3T25)

#	Veículo	Menções	%	Grupo	Sentimento Predominante
1	globo.com	108	1,8%	A	Neutro (69)
2	uol.com.br	68	1,2%	C	Neutro (41)
3	seucreditodigital.com.br	58	1,0%	C	Neutro (44)
4	moneytimes.com.br	54	0,9%	C	Neutro (39)
5	infomoney.com.br	47	0,8%	C	Neutro (25)
6	estadao.com.br	38	0,6%	C	Neutro (34)
7	gazeta24h.com	37	0,6%	D	Neutro (25)
8	visaonews.com.br	36	0,6%	D	Neutro (28)
9	investing.com	35	0,6%	C	Neutro (19)
10	bolsaemercado.com.br	32	0,5%	D	Neutro (23)

Observação: A predominância de sentimento **neutro** indica cobertura factual, sem enquadramento positivo ou negativo explícito.

Anexo C: Glossário

IEDI: Índice de Exposição Digital na Imprensa

IEDI Score: Pontuação final (0-10) após balizamento por positividade

IEDI Mean: Pontuação média antes do balizamento

Grupo de Alcance: Classificação de veículos por visitantes únicos mensais (A, B, C, D)

Veículo Relevante: Mídia mainstream de grande alcance

Veículo de Nicho: Mídia especializada em economia/finanças

Positividade: Percentual de menções com sentimento positivo

Negatividade: Percentual de menções com sentimento negativo

Balizamento: Ajuste do IEDI Mean pela proporção de menções positivas

Conclusão

O 3º trimestre de 2025 marca um **ponto de inflexão** para o Banco do Brasil no IEDI. Após liderar no 4T24 e sofrer uma queda crítica no 2T25, o BB demonstrou **capacidade de recuperação** no 3T25, mas ainda enfrenta desafios para **reconquistar a liderança**.

Os dados dos 4 trimestres revelam que a **competição está extremamente acirrada**, com diferenças de apenas 0,26 pontos entre o 1º e 4º lugar. Neste cenário, **pequenas melhorias** podem resultar em **grandes mudanças de posição**.

As **3 recomendações prioritárias** apresentadas neste relatório têm potencial de elevar o IEDI Score do BB de 4,60 para **4,85-5,00 no 4T25**, reconquistando posição entre os **2 primeiros** e estabelecendo uma trajetória consistente de crescimento.

O sucesso dependerá da **execução disciplinada** das ações recomendadas, com foco em:

1. **Qualidade sobre quantidade:** Priorizar veículos de alto impacto (Grupos A e B)
2. **Gestão proativa de narrativas:** Reduzir volume de menções negativas
3. **Presença estratégica:** Aumentar destaque em títulos e veículos relevantes

Com essas ações, o Banco do Brasil estará posicionado para **recuperar a liderança** e estabelecer um padrão de **excelência sustentável** na exposição digital na imprensa.

Relatório elaborado por: Manus AI

Data: 26 de novembro de 2025

Versão: 1.0

Metodologia: IEDI v2.0
