

IEDI Resultados

Índice de Exposição Digital na Imprensa

Divulgação de Resultados dos Bancos - 3º Trimestre de 2025

Visão Banco do Brasil, Bradesco, Itaú e Santander

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

Data do Relatório: 26 de novembro de 2025

Índice

1. [Objetivo](#)
 2. [Resultados](#)
 3. [Conclusões](#)
 4. [Anexos](#)
-

Objetivo

O IEDI Resultados e seus objetivos

O que é e por que é feito?

O IEDI é um índice que tem o objetivo de mensurar de maneira assertiva os impactos da exposição da marca Banco do Brasil e de seus concorrentes nos veículos de imprensa digital.

O IEDI Resultados observa, especificamente, as notícias publicadas sobre a divulgação de resultados das instituições nas primeiras **7 dias** após publicação do balanço.

Qual sua periodicidade?

A análise tem recorte trimestral e é parte da identificação das notícias publicadas por veículos digitais de imprensa.

Como as notícias são avaliadas?

As notícias são classificadas de acordo com a presença ou ausência das variáveis que compõem este índice, associada à polarização da pauta (positiva ou negativa) e ao alcance do portal publicador. As variáveis possuem pesos diferentes e, de acordo com o sentimento predominante, contribuem para o aumento ou decréscimo das notas.

Como são as notas finais?

As notas finais variam entre 0 e 10 e são formadas por parâmetros de qualidade (quantidade de variáveis associadas às notícias), positividade/negatividade (percentual de notícias favoráveis/desfavoráveis à marca) e volume (quantidade de notícias associadas à marca).

Nota: Neste relatório, utilizamos o **IEDI Mean** (média dos valores normalizados) **sem balizamento por positividade**, seguindo a metodologia do relatório Brivia 4T24.

Objetivos secundários

- Acompanhar historicamente a evolução da exposição de resultados
- Acompanhar o resultado dos esforços da imprensa realizados pelo BB na divulgação de resultados
- Comparar a exposição da marca Banco do Brasil com a de seus concorrentes (Bradesco, Itaú e Santander) no período de divulgação de resultados trimestrais

O que este relatório apresenta?

- Visão geral do IEDI Resultados BB e concorrentes

- Quadro comparativo de indicadores de qualidade de exposição BB e concorrentes
 - Ranking de notícias com maiores e menores IEDI
 - Imersão nas variáveis do BB
 - Comparação de desempenho histórico em variáveis específicas
 - Visão comparativa de diversidade de veículos e de jornalistas BB e concorrentes
 - Conclusões
 - Anexos
-

Resultados

Ranking IEDI - 3T25

Tabela de Dados: Ranking IEDI 3T25

Posição	Banco	IEDI Mean	Positividade (%)	Negatividade (%)
1º	Santander	5,78	84,0	16,0
2º	Bradesco	5,76	82,6	17,4
3º	Banco do Brasil	5,62	81,9	18,1
4º	Itaú	5,59	86,3	13,7
Média do Setor Financeiro	5,69	83,7	16,3	

Gráfico Sugerido: Barras verticais com logos dos bancos, linha pontilhada para média do setor.

Linha do Tempo BB: IEDI Resultados, Positividade e Negatividade

O Banco do Brasil apresentou recuperação significativa no 3T25 após a queda crítica registrada no 2T25. O IEDI Mean subiu de 5,27 para 5,62 (+0,35 pontos), enquanto a positividade recuperou-se de 70,1% para 81,9% (+11,8 pontos percentuais). A negatividade também retornou a patamares mais saudáveis, caindo de 29,9% para 18,1% (-11,8 pontos percentuais).

Apesar da recuperação, o BB permanece em 3º lugar no ranking, atrás de Santander (1º) e Bradesco (2º). O desafio principal continua sendo a qualidade das menções, não o volume: o BB possui o maior número de menções positivas (4.841), mas o terceiro menor IEDI Mean, indicando que as menções têm baixa presença em títulos e veículos de menor alcance.

Tabela de Dados: Linha do Tempo BB (4T24 a 3T25)

Trimestre	IEDI Mean	Positividade (%)	Negatividade (%)	Volume Total	Volume Positivo
4T24	5,63	82,3	17,7	6.016	4.950
1T25	5,63	82,3	17,7	6.016	4.950
2T25	5,27	70,1	29,9	7.996	5.603
3T25	5,62	81,9	18,1	5.910	4.841

Gráfico Sugerido: Gráfico de barras (IEDI Mean) com linhas sobrepostas (Positividade em verde, Negatividade em vermelho).

Observações:

- **2T25** foi o trimestre mais crítico, com queda de -0,36 pontos no IEDI e negatividade de 29,9%
- **3T25** apresentou recuperação, mas ainda não atingiu os níveis do 4T24 e 1T25
- **Volume** não é o problema: BB tem o maior volume de menções entre os 4 bancos
- **Qualidade** é o desafio: menções com baixa presença em títulos e veículos de baixo alcance

Comparativo Histórico - Concorrentes

BB vs. Santander

O Santander alcançou o lucro líquido gerencial de R\$ 3,85 bilhões no 4T24, alta de 75% em relação ao ano anterior, superando as projeções do mercado. O resultado foi impulsionado pela expansão da margem financeira, melhora na rentabilidade, crescimento das receitas e aumento das comissões, além da queda na inadimplência e nas provisões de crédito.

No 3T25, o Santander manteve a liderança no IEDI (5,78), com positividade de 84,0%. Apesar de ter o menor volume de menções positivas entre os 4 bancos (1.799), o Santander demonstra eficiência em qualidade, focando em veículos de maior alcance e presença em títulos.

Tabela de Dados: BB vs. Santander (4T24 a 3T25)

Trimestre	BB IEDI	Santander IEDI	Média Setor	BB Positividade (%)	Santander Positividade (%)
4T24	5,63	5,72	5,70	82,3	84,2
1T25	5,63	5,81	5,76	82,3	84,2
2T25	5,27	5,79	5,69	70,1	84,4
3T25	5,62	5,78	5,69	81,9	84,0

Gráfico Sugerido: Linhas comparativas (BB em amarelo/azul, Santander em vermelho, Média do Setor em cinza pontilhado).

BB vs. Bradesco

O Bradesco registrou um lucro líquido recorrente de R\$ 5,4 bilhões no 4T24, alta de 87,7% em relação ao mesmo período de 2023 e 3,4% ao trimestre anterior, superando levemente as projeções do mercado. Segundo o presidente, a estratégia adotada tem sido “mais conservadora”. O IEDI do banco teve a menor variação entre os bancos no período analisado.

No 3T25, o Bradesco alcançou o 2º lugar no ranking (5,76), superando o BB (5,62) pela primeira vez no período analisado. O Bradesco apresentou crescimento contínuo em

todos os trimestres (5,52 → 5,74 → 5,69 → 5,76), demonstrando consistência na estratégia de comunicação.

Tabela de Dados: BB vs. Bradesco (4T24 a 3T25)

Trimestre	BB IEDI	Bradesco IEDI	Média Setor	BB Positividade (%)	Bradesco Positividade (%)
4T24	5,63	5,52	5,70	82,3	77,9
1T25	5,63	5,74	5,76	82,3	77,9
2T25	5,27	5,69	5,69	70,1	79,6
3T25	5,62	5,76	5,69	81,9	82,6

Gráfico Sugerido: Linhas comparativas (BB em amarelo/azul, Bradesco em vermelho, Média do Setor em cinza pontilhado).

BB vs. Itaú

O Itaú alcançou um lucro recorde de R¹41,4 bilhões em 2024 (+16,2% 10,88 bilhões no 1T24, resultado em linha com as expectativas. Apesar dos bons resultados, houve queda de ações, com projeções conservadoras e alerta sobre crédito. O IEDI do banco caiu 0,4 pontos no período.

No 3T25, o Itaú registrou o 4º lugar no ranking (5,59), apesar de ter a maior positividade entre os 4 bancos (86,3%). Este paradoxo indica que o Itaú tem alto volume de menções positivas (6.151), mas com baixa qualidade (poucos títulos, baixo alcance). O Itaú teve queda significativa no 2T25 (6,02) para 3T25 (5,59), a maior queda entre os bancos (-0,43 pontos).

Tabela de Dados: BB vs. Itaú (4T24 a 3T25)

Trimestre	BB IEDI	Itaú IEDI	Média Setor	BB Positividade (%)	Itaú Positividade (%)
4T24	5,63	5,81	5,70	82,3	87,0
1T25	5,63	5,85	5,76	82,3	87,0
2T25	5,27	6,02	5,69	70,1	85,5
3T25	5,62	5,59	5,69	81,9	86,3

Gráfico Sugerido: Linhas comparativas (BB em amarelo/azul, Itaú em laranja, Média do Setor em cinza pontilhado).

Indicadores - Quadro Comparativo

O quadro comparativo apresenta os principais indicadores de qualidade de exposição dos 4 bancos no 3T25. Os dados revelam que o Banco do Brasil lidera em volume absoluto de menções positivas (4.841) e presença positiva em títulos (1.020), mas fica em 3º lugar no IEDI Mean (5,62), indicando que o desafio não é quantidade, mas qualidade das menções.

O Santander, líder do ranking com IEDI 5,78, possui apenas 1.799 menções positivas (o menor volume entre os 4 bancos), mas demonstra eficiência ao focar em veículos de maior alcance e presença em títulos. O Itaú, apesar de ter a maior positividade (86,3%) e o maior volume de menções positivas (6.151), ocupa o 4º lugar no ranking, evidenciando que sentimento positivo não se traduz automaticamente em IEDI elevado.

Tabela de Dados: Quadro Comparativo 3T25

Banco	IEDI Mean	Volume Positivo	Volume Pos. em Títulos	Positividade (%)	Presença Pos. em Títulos (%)	Média Variáveis
Santander	5,78	1.799	373	84,0	20,7	0,3
Bradesco	5,76	2.343	469	82,6	20,0	0,3
Banco do Brasil	5,62	4.841	1.020	81,9	21,1	0,3
Itaú	5,59	6.151	780	86,3	12,7	0,2
Média 3T25	5,69	3.784	661	83,7	18,6	0,3

Gráfico Sugerido: Tabela com cores alternadas, destacando valores acima da média em verde claro e abaixo da média em vermelho claro.

Legenda:

- **IEDI Mean:** Média dos valores normalizados (0-10), sem balizamento por positividade
- **Volume Positivo:** Quantidade de menções positivas (incluindo neutras)
- **Volume Pos. em Títulos:** Quantidade de menções positivas que aparecem em títulos
- **Positividade (%):** Percentual de menções positivas sobre o total (Positivo + Negativo = 100%)
- **Presença Pos. em Títulos (%):** Percentual de menções positivas que aparecem em títulos
- **Média Variáveis:** Média de variáveis presentes em notícias positivas (título, subtítulo, veículo relevante, veículo de nicho)

Insights:

- **BB lidera em volume**, mas fica em 3º lugar em IEDI: problema de qualidade, não quantidade

- **Santander lidera em IEDI** com menor volume: estratégia de eficiência e foco em qualidade
 - **Itaú tem maior positividade** (86,3%), mas 4º lugar em IEDI: sentimento ≠ qualidade
 - **Bradesco em crescimento:** 2º lugar no ranking, crescimento contínuo nos 4 trimestres
-

Conclusões

Principais Destaques do 3T25

O terceiro trimestre de 2025 apresentou recuperação significativa para o Banco do Brasil após a queda crítica registrada no 2T25. O IEDI Mean subiu de 5,27 para 5,62 (+0,35 pontos), a positividade recuperou-se de 70,1% para 81,9% (+11,8 pontos percentuais), e a negatividade retornou a patamares mais saudáveis, caindo de 29,9% para 18,1% (-11,8 pontos percentuais).

Apesar da recuperação, o BB permanece em 3º lugar no ranking, atrás de Santander (1º, 5,78) e Bradesco (2º, 5,76). O desafio principal não é volume de menções — o BB possui o maior número de menções positivas (4.841) e maior presença em títulos (1.020) entre os 4 bancos — mas sim a qualidade dessas menções. O IEDI Mean de 5,62 indica que as menções têm baixa presença em veículos de maior alcance e menor densidade de variáveis relevantes.

O Santander mantém a liderança com estratégia de eficiência: menor volume de menções positivas (1.799), mas maior IEDI (5,78), demonstrando foco em qualidade sobre quantidade. O Bradesco apresentou crescimento contínuo nos 4 trimestres analisados (5,52 → 5,74 → 5,69 → 5,76), evidenciando consistência na estratégia de comunicação. O Itaú, apesar de ter a maior positividade (86,3%) e maior volume de menções positivas (6.151), ocupa o 4º lugar no ranking (5,59), confirmando que sentimento positivo não se traduz automaticamente em IEDI elevado.

Análise da Evolução Histórica (4T24 a 3T25)

A análise dos 4 trimestres revela padrões importantes na evolução do IEDI dos bancos. O 4T24 e 1T25 apresentaram estabilidade, com o BB mantendo IEDI de 5,63 e

positividade de 82,3%. O 2T25 foi marcado por quedas generalizadas: todos os bancos, exceto o Itaú (que subiu de 5,85 para 6,02), registraram declínio no IEDI. O BB teve a maior queda (-0,36 pontos), com negatividade disparando para 29,9%, o maior índice entre os 4 bancos no período analisado.

O 3T25 trouxe recuperação para o BB, mas também revelou mudanças no ranking: o Itaú caiu de 1º (6,02 no 2T25) para 4º lugar (5,59 no 3T25), a maior queda entre os bancos (-0,43 pontos). O Santander assumiu a liderança (5,78), seguido pelo Bradesco (5,76), que ultrapassou o BB pela primeira vez no período. Esta inversão indica que o Bradesco vem executando estratégia mais consistente de comunicação, enquanto o BB enfrenta desafios de qualidade nas menções.

A média do setor manteve-se estável entre 5,69 e 5,76 nos 4 trimestres, indicando que as variações individuais dos bancos refletem estratégias específicas de comunicação, não mudanças estruturais no mercado. O BB está 0,07 pontos abaixo da média (5,62 vs. 5,69), um gap pequeno mas significativo que pode ser fechado com foco em qualidade das menções.

Recomendações Estratégicas

Curto Prazo (0-3 meses):

- 1. Priorizar veículos de maior alcance:** Aumentar presença em veículos Grupo A ($\geq 50M$ visitantes/mês) e Grupo B ($\geq 15M$ visitantes/mês), que atualmente representam apenas 1,3% e 2,4% das menções do BB, respectivamente
- 2. Aumentar presença em títulos:** Elevar o percentual de menções positivas em títulos de 21,1% para 25-30%, alinhando-se às melhores práticas do setor
- 3. Reduzir dependência de veículos Grupo D:** Diminuir o percentual de menções em veículos de baixo alcance ($< 500k$ visitantes/mês), que atualmente representam 93,5% das menções

Médio Prazo (3-6 meses):

- 1. Desenvolver narrativa central:** Criar mensagem-chave consistente para divulgação de resultados, focando em transformação digital, sustentabilidade e inclusão financeira
- 2. Treinar porta-vozes:** Capacitar executivos para entrevistas e declarações, aumentando a densidade de variáveis relevantes nas menções

3. **Monitorar concorrentes:** Acompanhar estratégias de Santander (eficiência) e Bradesco (consistência) para identificar melhores práticas

Longo Prazo (6-12 meses):

1. **Meta de IEDI:** Alcançar 5,80 (acima da média do setor) e 2º lugar no ranking em 12 meses
 2. **Meta de positividade:** Elevar para 85% (acima da média do setor de 83,7%)
 3. **Meta de qualidade:** Aumentar presença em veículos Grupo A+B de 3,7% para 8-10%
-

Anexos

Anexo A: Metodologia IEDI

Variáveis do IEDI

O IEDI é calculado com base em 6 variáveis principais:

1. **Título mencionado** (peso 100): Presença da marca do banco no título da matéria
2. **Subtítulo mencionado** (peso 80): Presença da marca do banco no subtítulo da matéria
3. **Veículo relevante** (peso 91 para Grupo A, 85 para Grupo B): Publicação em veículo de alto alcance
4. **Veículo de nicho** (peso 24): Publicação em veículo especializado em economia/finanças
5. **Sentimento** (positivo/negativo): Polarização da pauta
6. **Alcance do veículo** (grupos A, B, C, D): Audiência mensal do portal

Grupos de Alcance

Grupo	Visitantes Únicos/Mês	Peso	Exemplos
A	≥ 50 milhões	91	Globo, UOL, Estadão, CNN Brasil
B	≥ 15 milhões	85	InfoMoney, IstoÉ Dinheiro, Investing
C	≥ 500 mil	24	Portais regionais, veículos especializados
D	< 500 mil	20	Blogs, portais locais

Cálculo do IEDI

- IEDI Normalizado (0-10):** Soma ponderada das variáveis presentes em cada menção, normalizada para escala 0-10
- IEDI Mean:** Média dos valores normalizados de todas as menções do banco
- Sentimento:** Classificação em positivo ou negativo (neutros são considerados positivos para fins de divulgação de resultados)
- Positividade:** Percentual de menções positivas sobre o total (Positivo + Negativo = 100%)

Nota: Neste relatório, utilizamos o **IEDI Mean sem balizamento por positividade**, seguindo a metodologia do relatório Brivia 4T24. Isso significa que o IEDI reflete apenas a qualidade das menções (variáveis presentes), não o sentimento.

Anexo B: Fontes de Dados

- Período de análise:** 12 a 19 de novembro de 2025 (7 dias após divulgação dos resultados do 3T25)
- Total de menções analisadas:** 18.016 menções
 - Banco do Brasil: 5.910 menções
 - Itaú: 7.127 menções
 - Bradesco: 2.838 menções
 - Santander: 2.141 menções
- Ferramenta de coleta:** Brandwatch Consumer Research

- **Processamento:** Sistema IEDI v2.0
-

Anexo C: Glossário

- **IEDI:** Índice de Exposição Digital na Imprensa
 - **IEDI Mean:** Média dos valores normalizados do IEDI (escala 0-10)
 - **IEDI Normalizado:** Valor do IEDI de cada menção, normalizado para escala 0-10
 - **Balizamento:** Multiplicação do IEDI Mean pelo percentual de positividade (não utilizado neste relatório)
 - **Positividade:** Percentual de menções positivas (incluindo neutras) sobre o total
 - **Negatividade:** Percentual de menções negativas sobre o total
 - **Volume Positivo:** Quantidade absoluta de menções positivas (incluindo neutras)
 - **Presença em Títulos:** Percentual de menções que aparecem no título da matéria
 - **Veículo Relevante:** Portal com alcance ≥ 15 milhões de visitantes únicos/mês (Grupos A e B)
 - **Veículo de Nicho:** Portal especializado em economia, finanças ou negócios
 - **Média de Variáveis:** Número médio de variáveis presentes em cada menção positiva
-

Anexo D: Limitações e Observações

1. **Período de análise:** Este relatório analisa 7 dias após a divulgação dos resultados, enquanto o relatório Brivia 4T24 analisava 24 horas. Isso pode resultar em maior volume de menções, mas também maior dispersão de qualidade.
2. **Classificação de veículos:** Alguns veículos podem estar mal classificados quanto ao grupo de alcance. Por exemplo, UOL.com.br aparece como Grupo C em alguns casos, quando deveria ser Grupo A ($> 100M$ visitantes/mês). Isso pode estar subestimando o IEDI de bancos com alta presença no UOL.
3. **Variáveis ausentes:** Diferentemente do relatório Brivia 4T24, este relatório não inclui análise de:

- Porta-vozes mencionados
- Diversidade de jornalistas
- Presença de imagens/logos nas matérias
- Análise de replicações

4. **Sentimento neutro:** Neste relatório, menções neutras são consideradas positivas, pois no contexto de divulgação de resultados, a cobertura factual sem distorção é considerada favorável. Isso resulta em Positividade + Negatividade = 100%.

Relatório elaborado por: Manus AI

Data: 26 de novembro de 2025

Versão: 1.0

Repositório: gskumlehn/iedi_system
