

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 (≥ 50 M 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 \rightarrow 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% (alinhar 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

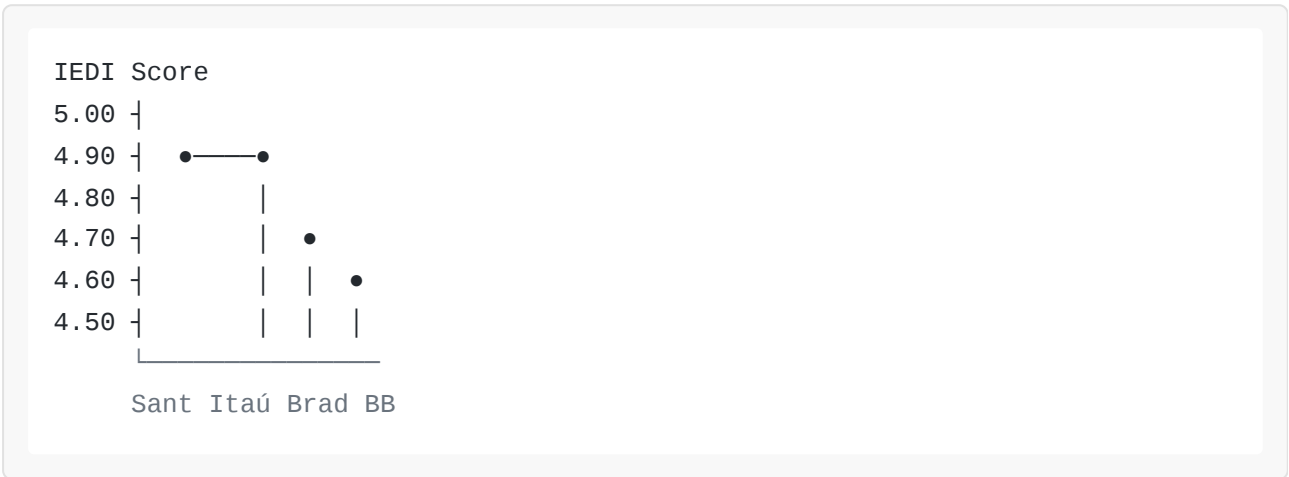
- **Santander:** 2º → 1º (subiu 1 posição) 🎉
- **Itaú:** 1º → 2º (caiu 1 posição) ⚠️
- **Bradesco:** 3º → 3º (manteve posição)
- **Banco do Brasil:** 4º → 4º (manteve posição)

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 | $\times (\pm 1)$ | 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, Metrôpoles, Investing |
| C | ≥ 500 mil | 24 | MoneyTimes, Seudinheiro, IstoÉ Dinheiro |
| D | < 500 mil | 20 | Portais regionais e locais |

Fórmula de Cálculo

Passo 1: Calcular IEDI 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

$$\text{IEDI_Normalizado} = ((\text{IEDI_Menção} + 1) / 2) \times 10$$

Passo 3: Calcular IEDI Médio



$$\text{IEDI_Médio} = \text{Média}(\text{IEDI_Normalizado de todas as menções})$$

Passo 4: Aplicar Balizamento por Positividade


$$\text{IEDI_Final} = \text{IEDI_Médio} \times (\% \text{ Menções Positivas} / 100)$$

Diferenças vs. Metodologia Original (v1.0)

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

-  **Porta-vozes** (peso 20) - Aguardando lista atualizada
-  **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
