



Publicado em 12/12/2025 - 17:40

BBB sai da tela e leva estratégia imersiva a São Caetano

Com estreia em 12 de janeiro, o BBB 26 leva a Casa de Vidro a São Caetano e amplia o reality para uma experiência imersiva fora da TV

Autor: Redação

Fonte: ABCdoABC

A televisão já não comporta mais o tamanho do Big Brother Brasil (BBB). Para a 26ª edição do reality, com estreia marcada para 12 de janeiro de 2026, a TV Globo decidiu expandir o programa para além das telas e do eixo tradicional do entretenimento. São Caetano do Sul foi escolhida para sediar a primeira Casa de Vidro da temporada, inserindo o ABC Paulista no centro de uma estratégia que reposiciona o BBB como experiência urbana, cultural e de marca.

A iniciativa rompe de forma literal a barreira entre público e programa. Pela primeira vez, a Casa de Vidro deixa de ser apenas um espaço expositivo para se integrar a um complexo sensorial permanente, transformando a cidade em um ponto de contato direto entre audiência, conteúdo e mercado.

Confira o vídeo em que Tadeu Schmidt divulgou a novidade:

A Imersão como Estratégia do BBB

Ao contrário de edições passadas, onde a Casa de Vidro funcionava apenas como uma vitrine humana em shoppings centers, a instalação no ParkShopping São Caetano foi desenhada para ser um destino turístico e sensorial.

A estrutura vai muito além do confinamento dos participantes. Trata-se do BBB Experience, um complexo de mais de 3.400 m² que opera como uma extensão física do “plim-plim”. A estratégia é clara: tangibilizar a marca. O público não vai apenas “assistir” aos quatro candidatos (dois homens e duas mulheres) que

disputam vagas na casa; eles poderão vivenciar o programa.

A instalação inclui réplicas exatas de ambientes icônicos, como a área da piscina, a sala de estar e o temido Quarto Branco. A promessa é de uma experiência sinestésica: sentir a textura dos móveis, ouvir o som ambiente e até simular a tensão de atender ao Big Fone ou estar no Quarto do Líder.

Posicionada estrategicamente no gramado externo, a Casa de Vidro dialoga visualmente tanto com quem visita a exposição quanto com o fluxo do estacionamento, criando uma arena de brand experience (experiência de marca) sem precedentes na história do formato no Brasil.

São Caetano como laboratório de experiência televisiva

A escolha de São Caetano do Sul não ocorre por acaso. Com o maior Índice de Desenvolvimento Humano do país, a cidade reúne características estratégicas para esse tipo de ativação: alto fluxo regional, poder de consumo consolidado e localização fora do eixo tradicional Rio-SP capital,

Comercialmente, a ativação serve como um “aquecimento de motores” para patrocinadores antes mesmo da estreia na TV aberta, engajando o público via votação no Gshow em um ambiente físico controlado e altamente “instagramável”.

Dinâmicas de Jogo: Veteranos, Laboratório e Tensão Triplicada

Enquanto São Caetano ancora a experiência física, o jogo na TV promete ser o mais complexo de todos. A grande novidade no elenco é a criação da categoria Veteranos, que trará de volta ex-participantes históricos para colidir com os já tradicionais grupos Pipoca e Camarote.

Tadeu Schmidt também revelou que a crueldade do jogo será ampliada:

- Três Big Fones: A tensão será triplicada. Três aparelhos estarão na casa, mas apenas um emitirá a mensagem; os outros manterão um silêncio enervante.
- O “Laboratório”: A segurança dos participantes acabou. Um novo espaço permitirá que novos competidores sejam inseridos ao longo da temporada para substituir quem já está na casa, mediante aprovação do público.

Cobertura Transmídia

Para sustentar esse modelo expandido, a cobertura também se amplia. Ferramentas como o Cartola BBB gamificam a audiência, enquanto o Bate-Papo BBB reúne nomes como Thiago Oliveira, Ceci Ribeiro e Gil do Vigor, além disso o humor segue com Rafael Portugal e Rodrigo Sant'anna.

O BBB 26 consolida um movimento que já vinha sendo desenhado nos últimos anos. O reality deixa de ser apenas um programa de televisão para se afirmar como um ecossistema de convivência, no qual entretenimento, cidade, mercado e audiência passam a ocupar o mesmo espaço simbólico e físico.

Em 2026, o Big Brother não se limita a observar o público. Em São Caetano do Sul, ele abre a porta, convida à experiência e redefine o lugar do reality no cotidiano brasileiro.

<https://abcdoabc.com.br/bbb-estrategia-imersiva-a-sao-caetano/>

Veículo: Online -> Portal -> Portal ABC do ABC

Seção: São Caetano