

BBB Experience terá dinâmica com big fone valendo brindes em São Caetano

Na estreia da dinâmica, no dia 9, a ativação contará com a participação especial da Renata Saldanha, campeã da 25ª edição do 'Big Brother Brasil'

Do Diário do Grande ABC

Antes mesmo da aguardada estreia da 26ª edição do Big Brother Brasil, marcada para o dia 12 de janeiro, o público já poderá mergulhar no universo do reality em uma ação imperdível promovida pelo Globoplay. Nos dias 9, 10 e 11 de janeiro, o ParkShopping São Caetano será palco de uma dinâmica especial que promete agitar os fãs do programa. Os visitantes terão a chance de atender ao famoso Big Fone, que tocará em intervalos específicos ao longo do dia, entre 12h e 21h. Quem for o mais rápido a atender receberá uma instrução direta e poderá garantir brindes exclusivos, cupons Globoplay e ingressos para o BBB Experience ou uma "consequência imediata" nos mesmos moldes do programa.

Na estreia da dinâmica, no dia 9, a ativação contará com a participação especial da Renata Saldanha, campeã da 25ª edição do Big Brother Brasil. A experiência estará localizada próxima ao BBB Experience, exposição que recria a casa e os bastidores do programa, e da Casa de Vidro da região Sudeste, um dos espaços onde o público poderá conhecer e votar para escolher novos participantes da casa mais vigiada do Brasil.

Gaby Amarantos e Melody estrelam nova campanha do Globoplay

O Globoplay apresenta sua nova campanha para o BBB 26 com um conceito que traduz a essência do reality no streaming: 24 horas de play. A proposta reforça como o público pode acompanhar cada detalhe da casa mais vigiada do Brasil de forma completa e exclusiva. O grande destaque é o videoclipe do jingle oficial, estrelado por Gaby Amarantos e Melody, duas vozes marcantes da música pop brasileira. Criado especialmente para a campanha, o jingle é assinado por produtoras premiadas e promete se tornar um dos hits da temporada, trazendo energia e ritmo para a experiência do BBB no Globoplay.

A peça será exibida em múltiplos pontos de contato: TV aberta e fechada, rádio, redes sociais, mídia online, Spotify e ações de relacionamento com o público, garantindo presença massiva e integração entre plataformas.

A produção do videoclipe leva a assinatura da Blackmamba, com direção de Phil Mendonça, e coordenação de produção Pedro Amaro. A produção musical é assinada por Maurício Abrahams, da Globo, em parceria com a MGZD - reconhecida por trabalhos premiados no Grammy Latino e também produtora de Rock Doido, de Gaby Amarantos.

Mais do que uma campanha, a ação reforça a experiência diferenciada do Globoplay, que oferece câmeras ao vivo 24 horas, conteúdos extras, programas derivados e reprises dos melhores momentos exibidos na TV. A estratégia também se estende para espaços físicos, com mídia Out of Home em grandes centros urbanos.

Elemento central da campanha, o jingle 24 horas de play ganhará novas versões ao longo da temporada, acompanhando as fases e dinâmicas do reality - provas, votações e momentos decisivos -, mantendo a conexão contínua entre o Globoplay e cada evolução do BBB em tempo real.

<https://www.dgabc.com.br/Noticia/4278440/bbb-experience-tera-dinamica-com-big-fone-valendo-brindes-em-sao-caetano>

Veículo: Online -> Site -> Site Diário do Grande ABC - Santo André/SP

Seção: São Caetano