
FOREBRAIN USA NEUROCIÊNCIA PARA AVALIAR COMERCIAIS

Startup com sede no parque tecnológico da Universidade Federal do Rio de Janeiro e residente da Incubadora de Empresas da Coppe/UFRJ, a Forebrain realizará, em dezembro, estudo para avaliar comerciais veiculados na TV brasileira, a partir de metodologias neurocientíficas aplicadas ao marketing. Intitulado Brain (abreviação para Brazilian Investigation in Neuro-marketing), o projeto verificará o nível de atenção, motivação e memória provocada nos espectadores, o grau de visualização de marca e produto e os momentos de maior engajamento para avaliar a eficácia dos filmes na comunicação com os consumidores. O resultado final será revelado em janeiro de 2014.