

Neuromarketing: startup avaliará comerciais

[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

(Não Assinado)

Estudo da Forebrain será realizado em dezembro. Resultados saem em janeiro de 2014



Projeto é intitulado Brain (abreviação para Brazilian Advertising Investigation in Neuromarketing) Crédito: Sxc

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 Advertising Investigation in Neuromarketing), 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.