

Um olho no lance, o outro no anunciante

06/11/2012

Pesquisa Esporte Clube IBOPE Media revela quão atentos os torcedores estão às marcas presentes em uma partida de futebol.



ISTOCKPHOTO

Entre os que assistem aos jogos, 69% afirmam prestar atenção na publicidade dos uniformes dos jogadores.

Quando a bola está em campo, não é só no jogo que os fãs do esporte ficam atentos. Dentre as pessoas que assistem às partidas pela televisão, 69% afirmam prestar atenção na publicidade dos uniformes dos jogadores, 68% nas propagandas no local do evento, 67% nas falas do locutor, 62% nas vinhetas das transmissões e 59% nos comerciais transmitidos nos intervalos.

De todos que buscam esportes na TV, 92% assistem a conteúdos sobre futebol. Mas a televisão não é o único

meio utilizado pelos fãs para acompanhar o esporte. Daqueles que procuram por conteúdo esportivo na internet, 88% buscam informações sobre futebol. Em jornais, esse percentual é de 95%, assim como nas rádios FM. Já nas emissoras de rádio AM, 97% de quem procura por esporte visa conteúdos de futebol.

E a publicidade nesses meios é vista com bons olhos pelos consumidores, porque além de auxiliar na escolha e decisão de compra dos produtos também é considerada como algo interessante. Para 67% daqueles que costumam ler jornais ou revistas, ainda que de vez em quando, a publicidade acaba por gerar assunto para conversas. Os homens também admitem que são influenciados pela publicidade em revistas na compra de artigos esportivos mas, para eles, esta influência é menor do que para as mulheres.

Sobre a pesquisa

A pesquisa Esporte Clube IBOPE Media ouviu a população brasileira de 10 anos ou mais nas principais regiões metropolitanas do País, sendo estas: Grande São Paulo, Campinas, Grande Rio de Janeiro, Grande Belo Horizonte, Grande Salvador, Grande Recife, Grande Fortaleza, Grande Curitiba, Grande Florianópolis, Grande Porto Alegre, Grande Goiânia e Distrito Federal.

Para aferir o consumo de esportes na internet, foram realizadas 8.999 entrevistas de 11 a 17 de abril de 2011. Para o meio TV, foram ouvidas 9.041 pessoas de 30 de junho a 6 de julho 2011. Para o meio rádio, foram entrevistadas 9.002 pessoas, entre os dias 27 de agosto a 02 de setembro de 2012. Por fim, para a mídia impressa, foram 8.898 entrevistas de 2 a 8 de abril de 2012.

[COMENTE](#)

COMENTÁRIOS

ATENÇÃO: Os comentários publicados nesta seção são de responsabilidade integral de seus autores e não representam a opinião do IBOPE. Lembramos que não são permitidas mensagens com propagandas ou conteúdos ofensivos e desrespeitosos.

Ainda não foram adicionados comentários para esta página. Seja o primeiro a comentar.

TAGS

Investimento publicitário; Esporte

NOTÍCIAS RELACIONADAS

85% da população declara acompanhar a Copa do Mundo

26/mar/2013

Estudo aponta as possibilidades de relacionamento entre marcas e consumidores durante o evento

Entre os que assistem a esportes, 41% prestigiam a Fórmula 1

22/mar/2013

Homens são maioria entre os espectadores da Fórmula 1 (60%)

COMPRA ONLINE

Audiência de Internet

Tenha acesso a uma fonte rica de dados sobre os perfis dos internautas, obtidos por meio de painéis de medição de audiência na web.

Cursos e treinamentos

Turmas abertas do IBOPE Educação para profissionais interessados em aprimorar suas competências em diversas áreas do conhecimento e atuar de forma mais objetiva frente aos desafios do dia-a-dia.

SOLUÇÕES RELACIONADAS

**Easychecking Online - Agências**

Fiscalização de comerciais para agências.

**Advision**

Verifica o planejamento e a execução de anúncios online.

**Flash da Concorrência Online**

Análise da concorrência em mercados mais dinâmicos.

**Easychecking**

Reporta os comerciais exibidos diariamente na TV.

O IBOPE

Quem somos
Unidades de negócios
Investimento social
Executivos
O que fazemos
Como fazemos
Auditoria e qualidade
Onde Estamos
Nossos Valores
Integridade corporativa
Canal aberto
Sustentabilidade
Parcerias e associações

SOLUÇÕES

Ambiental
Análises
Consumo dos meios
Geonegócios
Mercado
Monitoramento dos meios
Opinião pública e política
Educação
Single source

CONHECIMENTO

Pesquisas de opinião e mercado
Pesquisas eleitorais
Pesquisas de mídia
Audiência de rádio
Audiência de TV RJ
Audiência de TV SP
Investimento publicitário
Leitura de jornal
Ranking de agências
Artigos e papers
Infográficos
Leitura de pesquisas eleitorais
Descubra com o IBOPE
Glossário
Hotsites
Vídeos

NEWSLETTER

E-Mail



NOTÍCIAS

Últimas Notícias

COMPRA ONLINE

Cursos e Treinamentos
Relatórios de internet
Orçamento de Pesquisa
Minhas Compras



RELACIONAMENTO

Entrevistados
Dúvidas frequentes
Fale Conosco
Relacionamento acadêmico
Imprensa
Releases
Organograma
Fact sheet
Política de divulgação

IBOPE

© 2005-2012. Todos os direitos reservados. Política de Privacidade