



08 Fevereiro 2017



25° - 18° | SÃO PAULO - SP

JP NEWS | JP FM | PODCASTS



NOTÍCIAS

ESPORTES

ENTRETENIMENTO

TV JP

BLOGS

OPINIÃO JP

PROGRAMAS



Dorla abre licitação e prevê gasto de até R\$ 100 ml por ano com publicidade

Últimas notícias

CENTRAL DE ESPORTES | MAIS ESPORTES

HOTÉIS EM ATÉ 10X SEM JUROS



COMPRA AQUI

TO GO travel VIAJE DO SEU JEITO

ESPORTES » CORRIDA LUTAS RIO 2016 VÔLEI BASQUETE

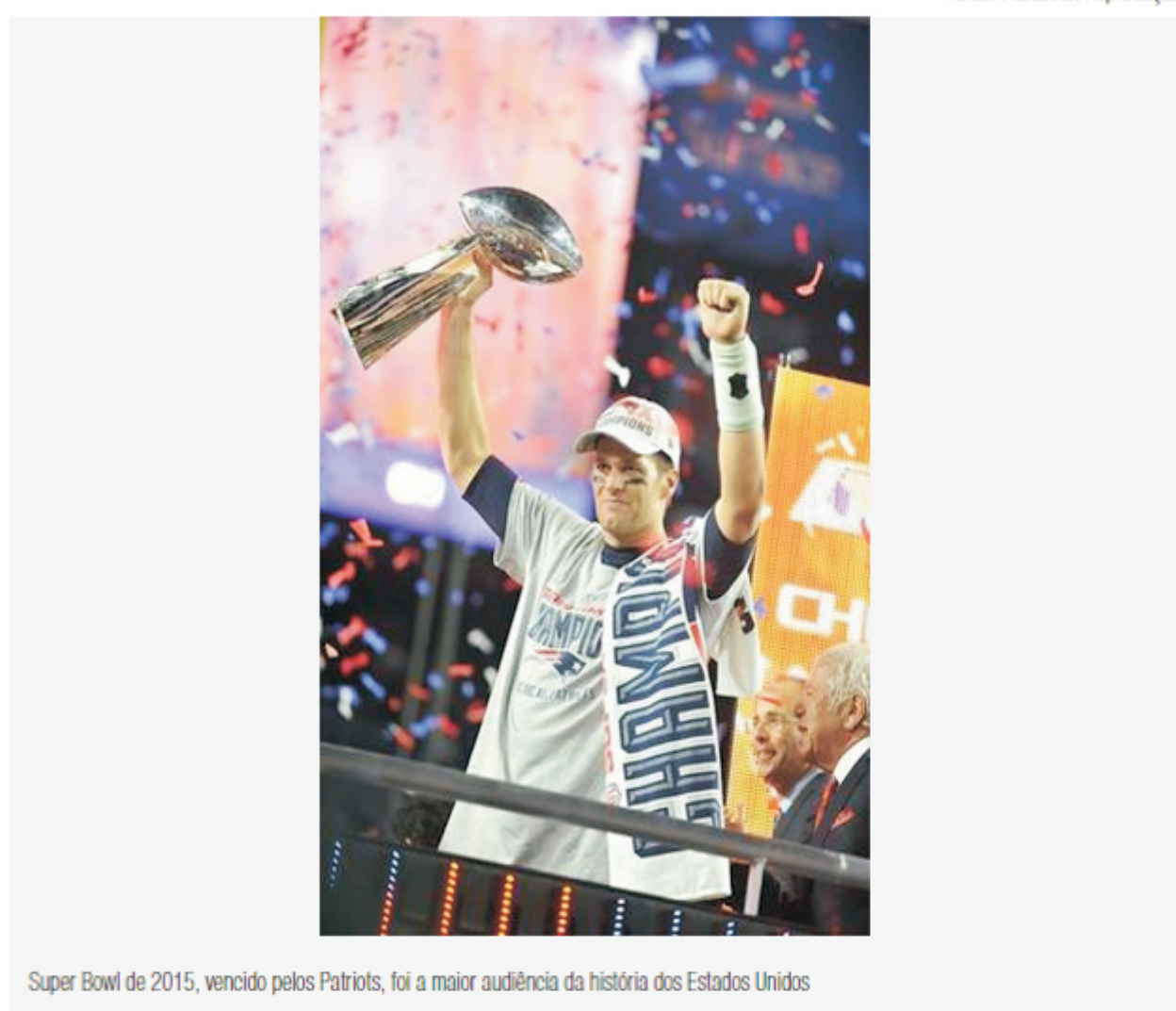
01/02/2017 15h08 - Atualizado em 01/02/2017 16h48

Mais que um jogo: o que o Super Bowl representa para os EUA?

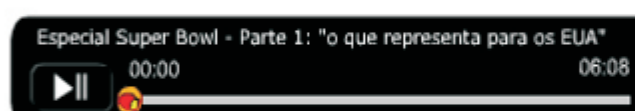
Tweet Curtir Compartilhar 4 Compartilhar G+1 0

Por Jovem Pan

fonte: Facebook/Reprodução



Super Bowl de 2015, vencido pelos Patriots, foi a maior audiência da história dos Estados Unidos



No domingo, boa parte dos Estados Unidos vai parar na frente da televisão, para acompanhar mais uma edição do Superbowl, a final do futebol americano. Além da possibilidade de novos recordes, o evento atrai uma série de holofotes, e uma infinidade de cifras faturadas pelos clubes, cidades envolvidas e pela NFL, a Liga que organiza a competição.

Mais que um bom roteiro e um formato bem sucedido, uma atração cultural, esportiva ou um produto precisa de outros atrativos para cativar o grande público. O desafio se torna ainda mais grandioso quando acontece anualmente e tem como destino um público heterogêneo e repleto de exigências e restrições. E neste caso a NFL, a principal liga de futebol americano, e, em especial, o Super Bowl demonstram uma extraordinária habilidade nesta arte.

CONFIRA TAMBÉM



Brady leva os Patriots mais uma vez ao Super Bowl e baterá recorde



Gisele Bündchen parabeniza Tom Brady por mais um Super Bowl



Lady Gaga é confirmada como atração do Super Bowl em 2017

O evento supera, em muito, a batalha por território e a luta dos representantes das Conferências Nacional e Americana pelo Vince Lombardi Trophy, produzido pela renomada Thyfanny & Co. Uma prova disso é a expressiva audiência que a partida tem em todo primeiro domingo de fevereiro, como destaca Valdecir Becker, professor da Universidade Federal da Paraíba e pesquisador do Laboratório de aplicação em vídeos digitais, que explica como é feita a medição da audiência nos Estados Unidos.

"Nos Estados Unidos eles fazem uma medição a cada 15 minutos, da audiência e da quantidade de pessoas que estão assistindo. Então, um em cada três é a média que acontece durante as três horas, três horas e meia de transmissão", explica Valdecir.

Uma a cada três pessoas representa uma média de 107 milhões de norte-americanos acompanhando o Super Bowl. Não é por acaso que quase todas as 20 marcas mais expressivas de audiência da televisão local pertencem ao grande evento da NFL. O professor Valdecir Becker classifica o valor como ainda mais expressivo diante dos limites impostos pelas Leis nos Estados Unidos, como o rodízio entre as emissoras que transmitem o evento a cada ano.

"É um fenômeno muito importante na perspectiva de cenário dos Estados Unidos, porque há uma série de restrições legais que impedem que as emissoras monopolizem a audiência. É muito superior à audiência dos programas em horário nobre lá, que raramente passa de 19%, 20% da população. Isso ressalta a importância do esporte como entretenimento e como negócio nos Estados Unidos, em uma dimensão que não tem em nada similar aqui no Brasil. Em segundo ponto, o poder que a televisão ainda tem de atrair e manter essas audiências em um evento longo, por três, quatro horas, como são os jogos de futebol americano", destaca o professor.

O presidente da Associação Brasileira de Psicologia do Esporte, Rodrigo Acioli, evoca características do futebol americano e as concilia com o perfil da sociedade dos Estados Unidos para tentar explicar a fidelidade e o interesse do público:

"O futebol americano representa muito da cultura e da história americana. O jogo parece uma batalha, cheia de tomada de posições, eles tentando tomar o campo do outro, tentando pontuar. É um jogo estratégico, que pode parecer um pouco violento às vezes, mas existe toda uma estratégia e toda uma intelectualidade por trás daquilo. É uma coisa interessante também que o futebol americano, além do jogo, é um grande espetáculo", conta Rodrigo Acioli.

São características como essa que garantem o brilho dos olhos do espectador durante toda a transmissão, fazendo-o consumir e voltar ainda mais animado na próxima oportunidade. Para Bruno Manoel Da Silva, defensivo tackle da Seleção Brasileira de Futebol Americano na última Copa do Mundo da modalidade e conhecido no meio do esporte como "Bruno Gardenal", o Super Bowl se tornou uma das imagens requisitadas pelos norte-americanos para relacionar-se com outros cidadãos pelo planeta:

"Eles sabem que é a final do campeonato, mas eles sabem que é o maior evento esportivo que eles produzem. O americano tem aquela cabeça de ser o melhor, a maior nação do mundo e, conseqüentemente, eles têm muito orgulho disso. Então, em todo lugar que você conversa com um americano, quando eles sabem que você joga futebol americano, eles sempre perguntam o que você acha do Super Bowl, o que você acha que vai acontecer e aí interage na conversa. Você percebe que existe uma mobilização de todo mundo", disse Bruno.

Além de Bruno Gardenal, o professor de marketing esportivo da ESPM, Eduardo Muniz sugere uma metáfora para caracterizar o Super Bowl. Algo como a ponta de um iceberg em um universo de faturamento navegado por muitas e muitas cifras. Muniz lembra o modelo de gestão muito bem amarrado pela organização da Liga e que ainda envolve as franquias e a televisão ao longo da temporada regular e da fase de playoffs.

"Além de muito lucrativa, eles têm um formato de funcionamento, uma orientação estratégica e de geração de resultados muito fortes no negócio como um todo. Mas, sem dúvida, o Super Bowl é a cereja do bolo desta história toda", afirma Eduardo.

* Reportagem especial de Guilherme Campos, com trabalhos técnicos de Reginaldo Lopes.

TAGS. Super Bowl, Futebol Americano, Esportes, Notícias

PESQUISAR

OUÇA AO VIVO

SELECIONAR CANAL

São Paulo - Montevidéu

Ida e volta a partir de

R\$ 592

+ taxas

Para voar a partir de 03/07/2017

LATAM AIRLINES

APROVEITE

INSCREVA-SE

BELAS ARTES

PACOTES DE CARNAVAL

CANCÚN

COMPRA AQUI

TO GO travel

AS MAIS LIDAS

Notícias Esportes Entretenimento

1 City divulga vídeo exclusivo do gol de Gabriel Jesus

2 Nova camisa do São Paulo será lançada só depois do Paulistão

3 Jornal distribui capa com "derrota" dos Patriots no Super Bowl

4 Vampeta provoca são-paulinos: "ajudei a não ver vexame"

5 Vampeta provoca são-paulinos: "ajudei a não ver vexame"

você merece shopping e mercado

você merece um

extra