

PUBLICIDADES EM GAMES: UMA ANÁLISE TIPOLÓGICA.

Pesquisador(es): FONSECA, Edelvan Adriano da; LESNIESKI, Marlon Sandro;

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências Sociais

Resumo: O presente trabalho discorre da descrição e desenvolvimento de uma tipologia a ser usada na publicidade em jogos eletrônicos. Esse tipo de publicidade é conhecido como in-game advertising, onde o mesmo é subdividido em cinco categorias. O estudo tem por objetivo entender a tipologia de publicidade que é utilizada nos jogos eletrônicos, descrevendo em que jogos elas aparecem e quais são mais utilizados, podendo auxiliar o anunciante na análise de qual ele possa investir, encaixando-se mais em sua proposta. O processo de análise foi jogar cerca de uma hora cada jogo e verificar quais as marcas eram percebidas nesse tempo, assim utilizado captura de tela em momento em que elas aparecem. A análise é feita para auxiliar o anunciante que pretende divulgar no mundo dos jogos, utilizando-se de um dos tipos de publicidade no seu planejamento de divulgação, afim de tentar reduzir ao máximo o desperdício de investimentos. Por fim a pesquisa demonstrou que dos modelos analisados, para divulgar apenas o logotipo ou um breve anúncio da marca fixo, demonstrou-se com mais frequência nos tipos de publicidade estática e dinâmica. Para o tipo de publicidade mobile ficaram marcas que utilizem de aplicativos divulgando seu produto em formato de vídeo, demonstrando suas vantagens. O tipo adverggame ficou direcionado para marcas que pretendem trazer uma experiência diferente ao jogador, fazendo com que o mesmo entre em seu mundo e se divirta a partir dele.

Palavras-chave: Jogos. Eletrônicos. Tipologia. Publicidade.

E-mails: edelvan.fonseca@unoesc.edu.br , marlon.lesnieski@unoesc.edu.br.

