

MARKETING NOS JOGOS ELETRÔNICOS E *IN GAME ADVERTISING*: ESTUDO DE CASO DO JOGO COLIN MCRAE: *DIRT2*

Pesquisadoras: CHAVES, Paula Cristina  
BALESTRIN, Vanessa Angélica

O presente trabalho discorre sobre *marketing* nos jogos eletrônicos e *in game advertising*. *Marketing* significa servir a um mercado de usuários finais em meio a uma série de concorrentes. O *in game advertising* é uma ferramenta do *marketing* utilizada para persuadir o consumidor por meio do entretenimento. Esse tipo de estratégia tem crescido e está sendo utilizada pelas marcas para se manter no mercado atual, em que toda informação é compartilhada e a imagem de uma empresa e o seu vínculo entre produto e cliente, tornando-se o principal foco das campanhas de *marketing*. Um dos casos mais conhecidos de *in game advertising* é o do jogo Colin McRae: *Dirt 2*. Entretanto, pouco se sabe a respeito da percepção em relação a esse tipo de ferramenta. Diante disso, este trabalho buscou descobrir como as mensagens publicitárias inseridas no jogo McRae: *Dirt2*, são percebidas e compreendidas por jovens de 19 a 23 anos, em Joaçaba, SC. Para isso, aplicamos uma pesquisa qualitativa, utilizando-se do método de grupo focal para coletar as informações. Por intermédio dos resultados obtidos é possível comprovar que as marcas presentes no jogo, influenciam e são perceptíveis pelos jogadores. As estratégias de *marketing* utilizadas são eficazes para que uma empresa consolide sua marca no mercado e a mantenha em destaque na mente do consumidor, podendo, assim, aproximar-se do cliente, estudá-lo e oferecer-lhe essas experiências, transmitindo-lhe valores intangíveis e a fixação do conceito da marca.

Palavras-chave: *Marketing. Advergame. In Game Advertising. Jogos Eletrônicos.*

paulacxavez@hotmail.com

vanessa.balestrin@unoesc.edu.br