

PUBLICIDADE NO MUNDO DOS JOGOS E A NINTENDO

XII Encontro de Bolsistas de Apoio a Projetos da Graduação

Nara Leticia Alencar Ferreira, Alan Eduardo dos Santos Goes

O mercado dos jogos é uma das maiores indústrias de entretenimento do mundo, sua publicidade era feita em maioria para crianças e adolescentes, no entanto, pesquisas divulgadas por diversos jornais, como a CNN, mostram que o público-alvo desse mercado encontra-se em todas as faixas etárias. Com a pandemia da covid-19 a busca por jogos em todo o mundo aumentou, de acordo com recentes dados apresentados por uma das maiores empresas de análises de jogos, a Newzoo, uma das principais marcas que se destacou nesse período pela grande progressão nas vendas é a Nintendo. No início de 1980, a Nintendo procurava relacionar a compra de seus consoles e a história de seus jogos com a ideia de que eles proporcionariam poder aos consumidores, por isso seu principal slogan na época era “Now you’re playing with power”, presente na maioria de suas propagandas, objetivando atingir principalmente as crianças. No final de 1990, a empresa começou a investir em outro público-alvo, os adultos, assim, suas propagandas passaram a mostrar o quanto seus jogos podiam proporcionar divertimento e união entre pais e filhos, o que foi fundamental para a construção da atual imagem da marca. Com o advento da terceira revolução industrial, a produção de consoles pela empresa aumentou significamente, assim, muita de suas publicidades atuais mostram como seus produtos podem ser jogados a qualquer hora e de qualquer lugar, isso exemplifica o porquê da Nintendo ser uma das empresas de games que mais cresceu durante a pandemia. O mundo dos jogos digitais é um campo bastante explorado pela publicidade, tanto para vendê-lo quanto para usá-lo como estratégia de venda, e a Nintendo é uma das maiores e mais antigas marcas na qual a publicidade fica evidente durante todo o seu histórico empresarial. A construção da imagem da marca e suas propagandas são um dos principais motivos para o seu sucesso enquanto empresa de jogos.

Palavras-chave: Nintendo. Jogos. Publicidade.