

Google mira publicidade em jogos

Crayton Harrison

Com o objetivo de crescer além dos anúncios de busca na internet, o Google está introduzindo uma tecnologia de inserção de spots comerciais em jogos on-line.

A companhia está trabalhando com produtoras de jogos que incluem a Konami e a Demand Media, e anunciantes como a Sprint Nextel e Esurance para testar o sistema, segundo informou em um blog ontem Ryan Hayward, um diretor do Google.

Os anúncios de vídeo, imagens e textos podem aparecer quando um jogador começa ou termina um nível de um jogo.

A tecnologia é uma das tentativas do Google de encontrar novas fontes de receita além dos anúncios colocados juntos com os resultados de busca, que foram responsáveis por quase todos os US\$ 16,6 bilhões em receitas obtidos pela companhia no ano passado. As vendas de anúncios nos Estados Unidos para jogos na internet deverão mais que dobrar, para US\$ 478 milhões, até 2012, segundo a EMarketer, uma companhia de pesquisas.

"Os jogos on-line ainda são meio que um Oeste Selvagem", com poucas regras governando a maneira como os anunciantes devem colocar seus spots sem irritar os jogadores, diz Paul Verna, um analista da EMarketer. O sistema do Google poderá ajudar a organizar o mercado e também fazer ele crescer, afirma Verna.

Cerca de 200 milhões de usuários da internet acessam jogos on-line no mundo, segundo o Google, citando a companhia de pesquisas ComScore.

O Google comprou a Adscape Media no ano passado, por uma quantia não revelada, para conseguir a tecnologia de inserção de anúncios em jogos.

Esse ano, o Google adquiriu a DoubleClick para ter uma base no mercado de anúncios de imagens, e continua experimentando maneiras de conseguir mais receitas com anúncios de vídeo através de seu site YouTube. Na terça-feira, o YouTube informou que vai oferecer aos usuários links para a loja virtual iTunes da Apple e para a Amazon.com, para a compra de músicas e jogos.

Os anúncios nos jogos provavelmente serão "uma gota d'água em um balde" em comparação ao negócio de anúncios de busca do Google, diz Verna.

Se a crise na economia impedir o crescimento do mercado de propaganda on-line, qualquer nova fonte de receitas será muito importante para a companhia, acrescenta ele.

A ação do Google, maior vendedora de anúncios de busca na internet do mundo, chegou a subir US\$ 0,93 ontem na Nasdaq, para US\$ 346,94, mas perdeu força ao longo do dia e no fim do pregão o papel da companhia encerrou a sessão em Nova York com desvalorização de 2,28%, cotado a US\$ 338,11. No ano, as ações do Google acumulam uma desvalorização de 51,10% na Nasdaq.

Fonte: Valor Economico, São Paulo, 9 out. 2008, Empresas & Tecnologia, p. B3.