

ROTEIRO LIMPO – PRONTO PARA NARRAÇÃO NO ELEVENLABS

Introdução

Fala, pessoal! Bem-vindos ao *Engagement Boost*, o podcast onde a gente buffa ideias, histórias e estratégias no vasto universo dos games. Hoje a gente vai falar de um comportamento curioso do jogador moderno: o gamer que diz que odeia propaganda... mas adora quando uma marca entra no jogo do jeito certo.

Tema principal

O gamer realmente não gosta de propaganda invasiva. Ele detesta quando algo interrompe sua experiência ou tenta forçar uma mensagem que não conversa com o que ele ama. Mas, ao mesmo tempo, esse mesmo jogador vira fã, defensor e até embaixador de marcas que conseguem entrar no universo dos games com respeito, criatividade e verdade.

No fundo, o que o gamer rejeita não é marketing; é oportunismo. Quando uma marca tenta apenas surfar uma trend, copiar um meme ou aparecer sem contexto, o jogador percebe na hora. Mas quando a marca se conecta de verdade com a cultura gamer, entende o lore, fala a mesma língua e participa como parte da comunidade, tudo muda.

E é aqui que entra um dos conceitos do Kotler: o *advocacy*. É quando o consumidor deixa de ser só comprador e passa a ser defensor da marca. No mundo dos games, isso acontece com ainda mais força, porque envolve identidade, pertencimento e paixão. Jogador que sente afinidade vira fã — e fã engaja, recomenda e defende.

Curiosidade

Uma curiosidade interessante: campanhas inseridas dentro do próprio universo do jogo, como parte dele, podem ter impacto muito maior que anúncios tradicionais. Em *Death Stranding*, por exemplo, aquela parceria com a Monster virou parte da experiência — e, em vez de rejeição, virou referência cultural entre os jogadores.

Dica/Reflexão

A grande lição é simples: no mercado gamer, não basta comunicar. É preciso participar. O gamer valoriza marcas que somam, que criam, que respeitam a comunidade. E quando uma marca faz isso bem, ela recebe algo raríssimo: engajamento genuíno. É o verdadeiro buff de *advocacy*.

Encerramento

E é isso por hoje! Se curtiu o episódio, compartilha com alguém que vive dizendo que odeia propaganda... mas compra todas as skins quando a marca entra no jogo certo.

Eu sou a Maria, e esse foi o *Engagement Boost*. Nos vemos na próxima missão!