

***Fortnite*: Uma análise das estratégias de marketing que impulsionaram o fenômeno dos jogos eletrônicos**

Guilherme Sales Rocha

Orientadora: Dra. Rejane Alexandrina Domingues Pereira do Prado

RESUMO

Essa pesquisa investiga as estratégias de marketing do jogo *Fortnite*, desenvolvido pela Epic Games. Desde o seu lançamento em 2017, o *Fortnite* se tornou um fenômeno cultural e uma plataforma interdisciplinar que vai além dos limites dos jogos eletrônicos. O estudo analisa a ascensão do *Fortnite*, destacando não apenas sua jogabilidade considerada inovadora, mas também suas estratégias de marketing criativas. A pesquisa se baseia em dados coletados de diversas fontes, como sites especializados, e artigos abordando o assunto, incluindo análises de especialistas da indústria, para compreender o impacto social, cultural e econômico do *Fortnite*. O jogo revolucionou o gênero Battle Royale, popularizou a venda de itens cosméticos e estabeleceu colaborações estratégicas com celebridades e marcas famosas. Além disso, o *Fortnite* se destacou por eventos ao vivo, como shows musicais e lançamentos de trailers, criando uma experiência interativa para milhões de jogadores. O estudo também discute os desafios e críticas enfrentados pelo jogo, incluindo preocupações éticas e questões de segurança on-line. Em 2023, o *Fortnite* continua a ser uma força dominante na indústria de jogos eletrônicos, com uma base de jogadores global que supera os 200 milhões de jogadores ativos mensalmente, receitas de mais de 26 bilhões de dólares até o presente momento, e uma influência significativa na cultura popular.

Palavras-chave:

Epic Games, marketing de jogos, *Battle Royale*, indústria de jogos eletrônicos, monetização equitativa, ética e *games*.

1. INTRODUÇÃO

No contexto contemporâneo dos jogos eletrônicos, um fenômeno cultural tem emergido, transcendendo as fronteiras do entretenimento convencional. O jogo *Fortnite*, desenvolvido pela *Epic Games*, destaca-se como um marco nesse cenário, não apenas oferecendo uma experiência interativa, mas também estabelecendo um espaço interdisciplinar que engloba aspectos de marketing e cultura popular. De acordo com observações de analistas da indústria, *Fortnite* tornou-se uma força cultural de destaque, integrando-se à consciência coletiva de maneira significativa (UOL, 2019).

Desde o seu lançamento em 2017, *Fortnite* revolucionou o gênero *Battle Royale*, combinando elementos de sobrevivência e construção em um ambiente virtual dinâmico. A singularidade do jogo logo atraiu a atenção dos jogadores, culminando em uma notável trajetória de sucesso que se estende para além das fronteiras convencionais dos jogos eletrônicos. Especialistas observam que o impacto cultural do *Fortnite* vai muito além da

jogabilidade, envolvendo interações sociais, criação de conteúdo e engajamento da comunidade (AMIN, 2020).

Entretanto, é fundamental reconhecer que a ascensão do *Fortnite* não pode ser atribuída apenas à sua jogabilidade cativante. Estratégias de marketing inovadoras desempenharam um papel crucial na disseminação e consolidação do sucesso do jogo. Através de abordagens criativas, eventos ao vivo e colaborações estratégicas com influenciadores digitais, a *Epic Games* construiu uma narrativa que transcende os limites do jogo e se estende para o domínio do marketing digital e da cultura popular. Tais estratégias têm sido reconhecidas por seu papel na criação de uma experiência interativa e contínua que conecta e envolve a comunidade de jogadores (GREENWALD, 2020).

Diante do fenômeno cultural representado pelo jogo *Fortnite*, que transcendeu as fronteiras dos videogames tradicionais para se tornar uma influência significativa na cultura contemporânea, surge o questionamento: Como o fenômeno cultural do *Fortnite* impacta comportamentos, tendências e estratégias de marketing?

O fenômeno cultural do *Fortnite* tem sido observado por diversos analistas da indústria. Amin (2020) enfatiza que o *Fortnite* não é apenas um jogo, mas uma plataforma social onde os jogadores interagem, criam conteúdo e compartilham experiências.

Uma das contribuições mais notáveis do *Fortnite* para o mercado de jogos eletrônicos é a popularização e democratização do gênero *Battle Royale*. Segundo Lopes (2022) O gênero "*Battle Royale*" refere-se a um tipo de jogo *multiplayer* on-line que coloca um grande número de jogadores uns contra os outros em um ambiente competitivo, onde o objetivo principal é ser o último sobrevivente. O nome "*Battle Royale*" é derivado do título de um romance japonês de mesmo nome, escrito por Koushun Takami, que foi posteriormente adaptado para filmes e inspirou a criação de jogos. Antes do lançamento do *Fortnite*, esse gênero não era tão amplamente difundido, mas o jogo conseguiu trazer novas perspectivas e abordagens para o gênero, criando uma onda de jogos semelhantes que buscavam replicar o sucesso e a fórmula de engajamento do *Fortnite*. Segundo Uol (201), o *Fortnite* "redefiniu o gênero *Battle Royale*", desempenhando um papel essencial na disseminação dessa categoria de jogos.

Outra contribuição do *Fortnite* foi a redefinição, e popularização do passe de batalha criado em 2013 pela empresa *Valve*. Através do Passe de Batalha, o *Fortnite* permitiu que os jogadores desbloqueassem recompensas ao atingirem determinados marcos de progressão durante cada temporada do jogo. Greenwald (2020) ressalta que a *Epic Games* refinou essa mecânica, incorporando desafios semanais, recompensas exclusivas e eventos em tempo real para manter os jogadores engajados e incentivados a retornar regularmente.

O principal objetivo da pesquisa se dá em fazer uma análise detalhada sobre a forma de marketing utilizada pela *Epic Games* em seu jogo *Fortnite* desde sua concepção, entender seu impacto na indústria de *games*, e compreender o sucesso da mesma.

A pesquisa se justifica ao considerar a importância do marketing na expansão do *Fortnite* para além do âmbito dos jogos eletrônicos. As estratégias de marketing inovadoras adotadas pela *Epic Games* são cruciais para entender como o jogo se estabeleceu como um marco cultural e como a empresa conseguiu criar uma narrativa envolvente em torno do *Fortnite*. Greenwald (2020) observa que a *Epic Games* revolucionou o marketing na indústria de jogos, adotando abordagens que mantêm a comunidade envolvida e engajada de maneira contínua. Ademais, a análise das estratégias de marketing do *Fortnite* pode fornecer *insights* valiosos para profissionais da indústria de jogos e marketing digital. Ao compreender as táticas que impulsionaram o sucesso do *Fortnite*, esses profissionais podem extrair lições relevantes para a criação e promoção de outros produtos culturais.

2. Fundamentação teórica

Essa seção aborda a fundamentação teórica que sustenta o estudo sobre o fenômeno cultural do *Fortnite* e sua influência na indústria de jogos. A análise cuidadosa deste fenômeno requer uma compreensão profunda de conceitos-chave relacionados aos jogos eletrônicos, cultura digital, comportamento do consumidor e estratégias de marketing inovadoras.

2.1 Estratégia de Marketing

Segundo Varadarajant (2010) a estratégia de marketing é um processo complexo que envolve o planejamento, implementação e controle das atividades de uma empresa com o objetivo de alcançar metas específicas de marketing. Inicialmente, as empresas realizam pesquisas detalhadas para compreender o mercado, identificar o público-alvo, analisar os concorrentes e acompanhar as tendências. Em seguida, segmentam o mercado em grupos menores com características semelhantes, adaptando suas estratégias para atender às necessidades específicas de cada segmento. Estabelecer metas claras e mensuráveis é fundamental, e estas metas podem incluir aumento das vendas, melhoria da visibilidade da marca ou expansão para novos mercados.

A segmentação de mercado desempenha um papel crucial no marketing, ao permitir que as empresas identifiquem e atinjam públicos específicos com mensagens personalizadas. Ao dividir o mercado em segmentos com características semelhantes, as empresas podem direcionar estrategicamente suas campanhas para atender às necessidades distintas de cada grupo. Essa prática não apenas melhora a relevância das mensagens, mas também aumenta a eficácia geral do marketing, garantindo que as informações e ofertas sejam mais impactantes para públicos-alvo específicos. Por exemplo, uma empresa de roupas pode segmentar seus clientes com base em preferências de estilo, permitindo a criação de campanhas direcionadas a diferentes grupos, como os interessados em moda casual versus os aficionados por roupas esportivas. Isso resulta em uma comunicação mais eficiente e alinhada com as expectativas de cada segmento (FERREIRA, 2000).

Segundo Yalçin et al (2010) o SEO, ou *Search Engine Optimization*, é fundamental para a visibilidade on-line das empresas, desempenhando um papel crucial na determinação de como seus sites são classificados nos motores de busca. Ao otimizar elementos como palavras-chave, estrutura de links, e conteúdo relevante, as empresas podem melhorar significativamente suas posições nos resultados de pesquisa. A importância do SEO reside no fato de que a maioria dos usuários tende a clicar nos primeiros resultados apresentados pelos motores de busca, aumentando assim a probabilidade de um site ser visitado. As empresas podem otimizar seus sites ao incorporar palavras-chave relevantes, criar conteúdo de alta qualidade, melhorar a experiência do usuário, e garantir uma estrutura de site amigável para os motores de busca. Essas práticas não apenas aumentam a visibilidade on-line, mas também contribuem para a construção de uma presença sólida na *web*.

Segundo Steffen et al (2009) o desenvolvimento do mix de marketing (produto, preço, distribuição e promoção) é uma parte crucial do processo, permitindo que as empresas decidam o que oferecer, a que preço, como entregar aos clientes e como promover seus produtos ou serviços. Após o planejamento, a estratégia é implementada por meio de várias atividades, como campanhas publicitárias e promoções. Posteriormente, os resultados são rigorosamente monitorados e avaliados para determinar

o sucesso da estratégia. Com base nos dados coletados, as empresas ajustam suas táticas para melhorar o desempenho futuro. Em resumo, uma estratégia de marketing eficaz é essencial para construir a presença de uma marca, criar lealdade do cliente, impulsionar as vendas e permanecer competitivo em um mercado dinâmico.

Segundo DILYS et al. (2022) o marketing de conteúdo na indústria de jogos eletrônicos é uma estratégia crucial que se concentra na criação e distribuição de conteúdo valioso e relevante para atrair e envolver os jogadores. Por meio de *trailers*, vídeos de *gameplay*, artigos, *blogs* e interações em redes sociais, as desenvolvedoras criam conscientização sobre os jogos, fornecem *insights* sobre a jogabilidade e ajuda a construir relacionamentos com a comunidade de jogadores. Ao oferecer informações úteis e envolventes, o marketing de conteúdo não apenas gera interesse em torno dos jogos, mas também estabelece a autoridade da marca, constrói lealdade dos jogadores e cria comunidades engajadas, contribuindo significativamente para o sucesso contínuo dos jogos eletrônicos. Todo esse contexto pode ser entendido a partir do Marketing Digital.

2.2 Marketing digital

Segundo Minculete et al (2018) marketing digital refere-se ao uso de estratégias de marketing voltadas para o ambiente on-line. Envolve diversas atividades, como publicidade em mecanismos de busca, redes sociais, e-mails, *blogs*, além da otimização de sites para aumentar a visibilidade e atrair audiência. O marketing digital utiliza uma variedade de canais para interagir com os consumidores onde eles passam grande parte do seu tempo: na internet. Isso inclui táticas como marketing de conteúdo, SEO (*Search Engine Optimization*), marketing de mídia social, e-mail marketing, entre outras. A natureza dinâmica e interativa do marketing digital permite que as empresas alcancem seu público-alvo de maneira personalizada, mensurável e em tempo real, possibilitando a análise do retorno sobre o investimento e a adaptação das estratégias conforme as necessidades do mercado e dos consumidores.

Para jogos eletrônicos, um arcabouço teórico eficaz envolve conceitos de marketing de entretenimento e experiência do consumidor. O marketing de entretenimento concentra-se em criar experiências atraentes e emocionantes para os consumidores, algo essencial para jogos, que são produtos de entretenimento por natureza. A experiência do consumidor, por sua vez, se concentra na interação e satisfação do cliente durante todo o ciclo de vida do produto, sendo vital em jogos, onde a retenção de jogadores e a construção de uma comunidade engajada são cruciais. Outrossim, o marketing digital é essencial para jogos eletrônicos, permitindo alcançar audiências globais por meio de plataformas on-line, redes sociais, conteúdo interativo e estratégias de SEO específicas para a indústria de jogos. Ao combinar esses conceitos, as empresas de jogos podem criar campanhas de marketing envolventes e personalizadas, aumentando a conscientização, o engajamento e, por fim, as vendas (HACKLEY et al, 2006).

Segundo Dastoor (2021) o marketing digital para jogos, em particular para o fenômeno cultural *Fortnite*, desempenha um papel crucial na construção e sustentação de sua vasta comunidade de jogadores. No contexto do *Fortnite*, estratégias inovadoras são implementadas para criar uma narrativa envolvente e interativa. A promoção ativa por meio de redes sociais, como Twitter, Instagram e YouTube, desempenha um papel central ao manter os jogadores informados sobre atualizações, eventos e colaborações. O *Fortnite* não apenas utiliza essas plataformas para divulgar conteúdo, mas também para interagir diretamente com a comunidade, fomentando um diálogo aberto e transparente. Além disso, a abordagem única do *Fortnite* na colaboração com marcas, celebridades e setores diversos não apenas amplifica sua visibilidade, mas também converte o jogo em um

espaço culturalmente relevante. A ênfase na monetização equitativa, centrada em itens cosméticos, é uma estratégia de marketing notável, garantindo que a personalização visual seja o foco, sem criar divisões na comunidade com vantagens competitivas. A exploração de novas parcerias e setores, como a incursão em experiências virtuais culinárias, exemplifica a adaptabilidade do *Fortnite* para explorar continuamente novas formas de envolvimento. Em última análise, o marketing digital do *Fortnite* vai além da promoção convencional, construindo um ecossistema dinâmico que transcende as fronteiras tradicionais do jogo, impactando a cultura e a indústria de maneiras inovadoras.

2.3 O Jogo *Fortnite*

O gênero de jogos *Battle Royale* emergiu como um fenômeno marcante na indústria de jogos eletrônicos, proporcionando aos jogadores uma experiência de competição intensa e imersiva, onde a sobrevivência é a principal meta. Os jogos *Battle Royale* se destacam por suas mecânicas de jogo que colocam um grande número de jogadores uns contra os outros em um campo de batalha virtual, onde apenas um indivíduo ou equipe emergirá como vencedor. O modo de jogo foi influenciado pelo filme de 2012 *Jogos Vorazes*, e suas primeiras aparições foram em um modo de jogo para o jogo *Minecraft* chamado *Survival Games*, o modo rapidamente ganhou popularidade e se espalhou para vários outros jogos como *Day Z*, e *Arma 3*, com o primeiro jogo criado para o gênero *Battle Royale* sendo o *H1Z1* em 2015. Todavia, o gênero iria ver os holofotes realmente em 2017 com o lançamento do *PlayerUnknown's Battlegrounds* (PUBG) que fez o gênero virar uma verdadeira febre na indústria (BUCKWELL, 2022).

Uma das principais maneiras pelas quais o *Fortnite* revolucionou o gênero dos jogos eletrônicos é através do modelo de Passe de Batalha. Inspirado em ideias anteriores, como o "Compendium" do *Dota 2*, o Passe de Batalha do *Fortnite* permitiu que os jogadores desbloqueassem recompensas cosméticas ao completarem desafios e progredirem nas temporadas do jogo. Essa abordagem inovadora não apenas incentivou o engajamento constante dos jogadores, mas também introduziu uma nova forma de monetização, onde os jogadores sentiam que estavam obtendo valor real em troca de seu investimento. Como enfatizado por Chan (2023), essa abordagem permite que os jogadores participem ativamente do crescimento do jogo e contribuam para sua própria experiência.

Outra forma pela qual o *Fortnite* revolucionou o gênero *Battle Royale* é através da incorporação da mecânica de construção em tempo real. Essa inovação introduziu uma dimensão estratégica sem precedentes, permitindo aos jogadores criar estruturas defensivas, pontes, rampas e abrigos enquanto competem pela sobrevivência. Conforme destacado por Van Cise (2018), a adição da mecânica de construção de *Fortnite* mudou fundamentalmente a dinâmica do gênero *Battle Royale*, oferecendo aos jogadores uma nova maneira de interagir com o ambiente e de se destacar na jogabilidade.

Ademais, o *Fortnite* incorporou um estilo visual único e estilizado, que se destaca da abordagem mais realista adotada por outros títulos do gênero. Essa escolha estética não apenas conferiu ao jogo uma identidade visual distintiva, mas também atraiu uma audiência diversificada, incluindo jogadores mais jovens e casuais. Como mencionado por Webb (2019), o visual cartunesco e as mecânicas de construção do *Fortnite* o tornaram mais acessível e atraente para uma gama mais ampla de jogadores.

O sucesso de *Fortnite* não se limita apenas à sua jogabilidade e mecânicas que eram novidades no mercado. O jogo também se destaca por suas técnicas de que desafiaram as convenções tradicionais da indústria de jogos eletrônicos e estabeleceram

um novo padrão para a promoção de jogos. Por meio de estratégias criativas e interativas, o *Fortnite* conseguiu conquistar uma base de fãs global e construir uma marca poderosa.

Uma das técnicas de marketing mais marcantes do *Fortnite* é a realização de eventos ao vivo no próprio jogo. Esses eventos, muitas vezes envolvendo eventos musicais ao vivo, lançamentos de trailers exclusivos ou mudanças dramáticas no mundo virtual do jogo, criam uma sensação de urgência e empolgação entre os jogadores. Como destacado por Pierce (2023), esses eventos ao vivo transformaram o *Fortnite* em uma plataforma de entretenimento em constante evolução, mantendo os jogadores engajados e ansiosos por cada nova experiência.

Além disso, o *Fortnite* também se destacou por suas colaborações com celebridades e marcas famosas. Parcerias estratégicas com artistas musicais, franquias cinematográficas e marcas de moda permitiram que o jogo alcançasse públicos diversos e não tradicionais. De acordo com Greenwald (2020), essas colaborações não apenas geraram publicidade adicional para o jogo, mas também criaram uma conexão emocional com os jogadores, tornando o *Fortnite* uma parte integrante de suas vidas.

O uso habilidoso das redes sociais também desempenhou um papel crucial na estratégia de marketing do *Fortnite*. A *Epic Games* aproveitou plataformas como o Twitter e o Instagram para fornecer *teasers*, anúncios e interações diretas com a comunidade. Esse engajamento constante manteve os jogadores informados e envolvidos, alimentando uma sensação de pertencimento à comunidade do *Fortnite*. Como ressalta Banerjee (2021), o *Fortnite* se tornou um mestre em criar expectativa e antecipação por meio de seus canais de mídia social."

Um aspecto particularmente inovador do marketing do *Fortnite* é a inclusão de elementos da cultura popular e memes na jogabilidade e nas narrativas. A incorporação de danças populares, gestos e referências culturais contemporâneas não apenas tornou o jogo mais relevante para os jogadores, mas também gerou um senso de identificação cultural. Conforme discutido por Park (2018), o *Fortnite* transformou a cultura popular em uma ferramenta de marketing interativa, permitindo que os jogadores participassem ativamente da criação e propagação de tendências.

O fenômeno cultural do *Fortnite* não se restringe apenas aos confins dos jogos eletrônicos. Ele transcendeu os limites tradicionais do entretenimento digital para se tornar uma força que molda a cultura popular contemporânea. Através de eventos ao vivo, colaborações com artistas famosos e iniciativas sociais, o *Fortnite* se transformou em um espaço de encontro para jogadores de diferentes idades e origens. Como observado por Greenwald (2020), o *Fortnite* se tornou uma plataforma para a comunicação, a celebração e a expressão cultural.

Alguns de seus eventos mais famosos incluem o evento em fevereiro de 2019 quando o DJ e produtor musical Marshmello fez uma apresentação musical especial dentro do jogo, na qual todos os jogadores que estavam presentes no momento poderiam assistir. Outro evento bastante popular foi em abril de 2020 com o *Astronomical*, um evento com famoso *rapper* Travis Scott, onde todos que entrassem no jogo nesse momento poderiam assistir a várias músicas com diversos efeitos visuais e interações, e uma música nova sendo lançada nesse evento. Esses são apenas alguns exemplos, já que tiveram diversos outros eventos dentro do jogo, como eventos em parceria com a cantora Ariana Grande, eventos para divulgação do filme *Star Wars: The rise of Skywalker*, entre vários outros eventos (SMITH, 2022).

Outra forma como *Fortnite* se tornou um marco na indústria foi com a popularização da venda de itens puramente cosméticos. Antes de sua concepção, muitos jogos, especialmente jogos *free to play* (de graça para jogar) vendiam itens com status dentro do próprio jogo, com esses status muitas vezes sendo status fortes, criando o

problema dentro da indústria conhecido como *pay to win* (pagar para ganhar) onde um jogador que desembolsou grandes quantidades de dinheiro em itens dentro de um jogo tem vantagens sobre um jogador cujo não, deixando a habilidade de lado. Dessa forma agora há uma pressão por parte dos jogadores para que jogos lançados a partir de *Fortnite* tenham apenas itens cosméticos sendo vendidos dentro da loja do jogo (GANTI, 2020).

3. Procedimentos Metodológicos

O estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva. Segundo Silva (2018, p. 56) "a pesquisa descritiva é caracterizada pela observação sistemática, análise de variáveis, registro e descrição de fatos ou fenômenos, sem a interferência direta do pesquisador."

A abordagem será de cunho qualitativa, de acordo com Denzin e Lincoln (2005, p. 3), "a pesquisa qualitativa é um campo interdisciplinar e transdisciplinar que se envolve no estudo do significado e da experiência humana tal como é culturalmente construída." Essa abordagem é valiosa para investigar aspectos subjetivos, complexidades sociais e processos sociais em diferentes áreas do conhecimento, como as ciências sociais, educação, saúde, psicologia, entre outros. Segundo Bogdan e Biklen (2006, p. 3), "o pesquisador qualitativo busca compreender um fenômeno na perspectiva dos participantes e construir uma imagem abrangente e coerente desse fenômeno."

Para cumprir o objetivo de fazer uma análise sobre como o jogo da *Epic Games Fortnite* realiza seu marketing, e como isso afetou o marketing da indústria dos jogos, foi realizada a coleta de dados sobre as estratégias de marketing do jogo em questão. Essa coleta se deu através de uma pesquisa documental, através de portais, e pesquisas especializados em *Fortnite* onde foram divulgadas as campanhas de marketing, e dados do jogo, buscando assim entender primariamente como é feito esse marketing, e como isso afetou o setor. Os portais utilizados foram: The Guardian, Gamelab.mit, Businessofapps, Demandsage, Digital commerce 360, Thegamer. As pesquisas especializadas utilizadas foram: RENDELL, J., 2020. Staying in, rocking out: on-line live music portal shows during the coronavirus pandemic. CARTER, M., MOORE, K., MAVOA, J., HORST, H., & GASPARD, L. Situating the Appeal of *Fortnite* Within Children's Changing Play Cultures. Games and Culture. CAI, JIE. ET AL. Who Purchases and Why?: Explaining Motivations for In-game Purchasing in the on-line Survival Game *Fortnite*.

O material coletado foi analisado por meio da técnica de análise de conteúdo sendo propostas categorias para conhecimento das principais estratégias utilizadas pela empresa *Epic Games* no marketing de seu jogo *Fortnite*. Segundo Bardin (2011, p. 42), a análise de conteúdo é "um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção dessas mensagens."

4. Analise e discussão dos dados

O *Fortnite* se destacou ao criar eventos ao vivo em seu ambiente de jogo, proporcionando experiências interativas e imersivas para os jogadores. Eventos como shows virtuais, revelações de novas temporadas e colaborações com marcas famosas demonstraram a capacidade do jogo de envolver a comunidade de maneira única (RENDELL ET AL, 2020).

Também, o *Fortnite* estabeleceu colaborações estratégicas com marcas, celebridades e outras propriedades intelectuais, resultando em *skins* e itens cosméticos exclusivos. Essas parcerias ajudaram a atrair públicos diversificados e a expandir a base de jogadores (CARTER ET AL, 2020).

A equipe por trás do *Fortnite* também manteve uma comunicação direta com a comunidade de jogadores por meio de atualizações frequentes, respostas a comentários e feedbacks da comunidade. Isso construiu um senso de envolvimento e pertencimento entre os jogadores (SUE, 2018).

O jogo utilizou ativamente as redes sociais para promover eventos, revelações e atualizações, construindo uma presença sólida nas plataformas como Twitter, Instagram e YouTube. Isso aumentou a conscientização e a participação dos jogadores (CARTER ET AL, 2020).

O modelo de monetização do *Fortnite*, que se concentra em itens cosméticos que não afetam a jogabilidade, foi considerado equitativo, uma vez que não oferece vantagens competitivas aos jogadores que gastam dinheiro no jogo. Isso ajudou a construir uma base de jogadores leais (CAI, 2019).

Além disso, o *Fortnite* se destacou pela inovação contínua em seu conteúdo e jogabilidade. A introdução de novas mecânicas, mapas em constante evolução e eventos sazonais manteve os jogadores engajados e interessados (CISE, 2018).

Fortnite, em 2023, conta com 500 milhões de usuários registrados, dos quais 231 milhões são seus usuários ativos mensais. Em termos de receita, o jogo já gerou mais de \$26 bilhões até o momento, sendo que mais de \$6 bilhões desse montante foram obtidos somente em 2022. No cenário de *streaming*, *Fortnite* ostenta uma média de 55,7 mil espectadores simultâneos e 6,1 mil transmissões simultâneas no *Twitch* em setembro de 2023. Os Estados Unidos lideram em número de jogadores de *Fortnite*, representando 21,64% do total de jogadores. A média de tempo gasto pelos jogadores no *Fortnite* varia de 6 a 10 horas semanais. A faixa etária predominante é de 18 a 24 anos, compreendendo 62,7% dos jogadores, e a maioria esmagadora, cerca de 90%, é do sexo masculino. No que diz respeito às preferências de plataforma, 78% dos jogadores de *Fortnite* optam por jogar no console. Mesmo em 2023, *Fortnite* mantém-se como um dos dez jogos mais populares no *Twitch* em termos de audiência. Ainda, o jogo possui um dos maiores servidores na comunidade de jogos do *Discord*, com mais de 958 mil membros (SHEWALE, 2023).

As estratégias de marketing implementadas pelo *Fortnite* tiveram um impacto notável nas métricas de sucesso do jogo. O crescimento exponencial do número de jogadores é evidente ao longo dos anos, com 500 milhões de usuários registrados em 2023, representando um aumento constante em relação aos anos anteriores: 450 milhões em 2022, 400 milhões em 2021 e 350 milhões em 2020, demonstrando um contínuo aumento na base de jogadores (SHEWALE, 2023).

Em termos de receita, o *Fortnite* gerou mais de \$26 bilhões até o momento. Os números revelam um crescimento impressionante ao longo dos anos: \$5,4 bilhões em 2018, \$3,7 bilhões em 2019, \$5,1 bilhões em 2020, e \$5,8 bilhões em 2021. Além disso, em 2022, o jogo alcançou um marco impressionante, gerando mais de \$6 bilhões em receita, sinalizando uma escalada notável (SHEWALE, 2023).

A participação em eventos ao vivo também é um destaque, com o *Fortnite* criando experiências imersivas que atraíram milhões de jogadores. Esse engajamento da comunidade aumentou significativamente após a implementação das estratégias de marketing, consolidando o *Fortnite* como uma plataforma de entretenimento interativo (SHEWALE, 2023).

Ademais, a distribuição global dos jogadores é diversificada, com os Estados Unidos liderando com 21,63% do total de jogadores, seguidos por Rússia (7,58%), Brasil (5,50%), Polônia (5,40%), e México (3,36%). Mais de 60% dos jogadores têm idades entre 18 e 24 anos, e quase 90% são do sexo masculino, números que refletem a demografia dos jogadores (SHEWALE, 2023).

Uma das maneiras mais marcantes pelas quais o *Fortnite* impulsionou o comércio na indústria de jogos é por meio do *esports*, ou jogos eletrônicos competitivos. O *Fortnite* sediou competições significativas, como a *Fortnite World Cup*, com grandes prêmios em dinheiro, consolidando-se como um dos jogos mais populares no cenário de *esports*. Esses torneios não apenas geram receita para a *Epic Games*, mas também oferecem oportunidades de publicidade para patrocinadores, alcançando uma vasta audiência global (DIGITAL COMMERCE 360, 2023).

Além disso, o *Fortnite* criou novas oportunidades de marketing e publicidade, especialmente para empresas que desejam atrair um público mais jovem. Marcas populares como Marvel, Nike e Travis Scott colaboraram com o jogo em projetos *in-game*, promovendo seus produtos para milhões de jogadores. Por exemplo, o concerto virtual de Travis Scott no *Fortnite* reuniu mais de 12 milhões de jogadores, proporcionando uma enorme oportunidade de marketing (DIGITAL COMMERCE 360, 2023).

A influência do *Fortnite* se estendeu à indústria da música, oferecendo aos artistas uma plataforma para compartilhar suas músicas e interagir com os fãs. Milhões de jogadores participaram dos concertos virtuais no jogo, com performances de artistas famosos como Marshmello, Travis Scott e Ariana Grande. Esses eventos não apenas promovem a música dos artistas, mas também proporcionam aos fãs uma experiência única e imersiva (DIGITAL COMMERCE 360, 2023).

Além de jogos e música, o *Fortnite* impactou a indústria cinematográfica. A *Epic Games* estabeleceu a *Epic Games Films*, focada na criação de conteúdo original e adaptações de propriedades conhecidas e jogos. Projetos como uma série animada baseada nas histórias em quadrinhos "Hexagon" e um filme baseado no modo história do jogo estão em desenvolvimento. Com sua ampla base de usuários e popularidade, esses projetos têm potencial para alcançar um público amplo e gerar lucros significativos (DIGITAL COMMERCE 360, 2023).

O *Fortnite* também desempenhou um papel fundamental na ascensão das experiências de metaverso. O jogo oferece aos jogadores a capacidade de explorar, interagir e jogar em um mundo virtual expansivo, o que tem sido chamado de "proto-metaverso". À medida que novos modos de jogo e eventos virtuais são introduzidos, o *Fortnite* se torna uma plataforma para oportunidades de marketing imersivas, lojas virtuais e até mesmo propriedades virtuais (DIGITAL COMMERCE 360, 2023).

O marketing inovador do *Fortnite* desempenhou um papel central em sua ascensão como um fenômeno cultural, moldando não apenas o sucesso do jogo, mas também sua influência na cultura popular e na forma como as pessoas interagem com o entretenimento digital. Colaborações estratégicas com ícones da cultura pop, como super-heróis da Marvel e celebridades como Travis Scott, ampliaram sua base de jogadores e trouxeram fãs de diversas mídias para o jogo, criando uma interseção única entre diferentes formas de entretenimento. Eventos ao vivo, como o lendário concerto de Travis Scott, que atraiu milhões de espectadores dentro e fora do jogo, demonstraram o potencial dos jogos como plataformas para experiências culturais inovadoras, gerando manchetes de notícias e discussões nas redes sociais.

O *Fortnite* adotou uma abordagem social e compartilhável em seu marketing, incentivando os jogadores a compartilharem suas realizações nas mídias sociais e criando

uma sensação de comunidade. A monetização equitativa do jogo, que oferece itens cosméticos e um passe de batalha, criou um ecossistema sustentável e lucrativo, incentivando os jogadores a permanecerem engajados e a investirem no jogo. O *Fortnite* também redefiniu a forma como as pessoas se relacionam com os jogos, introduzindo elementos sociais e de entretenimento que o tornam acessível a jogadores de todas as idades e níveis de habilidade (GREENWALD, 2020).

Embora o *Fortnite* tenha alcançado um sucesso notável por meio de suas estratégias de marketing inovadoras, ele também enfrentou desafios e críticas significativas em várias áreas. Uma das principais preocupações diz respeito à questão ética associada ao jogo, especialmente em relação ao público jovem. Críticos argumentam que o *Fortnite*, ao adotar um modelo de negócios baseado em microtransações e *skins* cosméticos, pode incentivar comportamentos de compra compulsiva entre os jogadores, muitos dos quais são crianças e adolescentes. Isso levou a debates sobre regulamentações mais rígidas para a indústria de jogos e a necessidade de proteger os jogadores mais jovens de práticas de monetização potencialmente prejudiciais (PAXTON, 2023).

Outra crítica que o *Fortnite* enfrentou está relacionada à preocupação com a dependência causada pelo jogo. Devido à natureza altamente envolvente e competitiva do jogo, houve casos de jogadores, especialmente jovens, que passaram longas horas jogando *Fortnite*, o que levantou preocupações sobre o equilíbrio entre tempo de jogo e outros aspectos da vida. Isso gerou discussões sobre a necessidade de conscientização sobre o vício em jogos e medidas para ajudar os jogadores a gerenciar seu tempo de jogo de forma saudável (PAXTON, 2023).

Em termos de segurança on-line, o *Fortnite* também enfrentou desafios relacionados à interação de jogadores com desconhecidos durante partidas on-line. Isso levou a incidentes de assédio, comportamento inadequado e, em alguns casos, até mesmo fraudes e esquemas de *phishing* visando jogadores menos experientes. O *Fortnite* respondeu implementando medidas de segurança e moderação, mas a questão da segurança on-line em jogos *multiplayer* permanece um desafio constante (PAXTON, 2023).

A natureza competitiva do jogo deu origem a questões sobre o estresse e a pressão enfrentados pelos jogadores profissionais, que muitas vezes têm que lidar com altas expectativas de desempenho e uma agenda de treinamento rigorosa. Isso levantou questões sobre o bem-estar mental dos jogadores profissionais e a necessidade de apoio psicológico na indústria de *esports* (PAXTON, 2023).

O *Fortnite* tem se destacado como um fenômeno cultural e uma plataforma de marketing em constante evolução. Sua capacidade de atrair não apenas jogadores, mas também marcas e empresas, o coloca em uma posição única para moldar o futuro do marketing e do entretenimento digital. Até o momento, vimos colaborações criativas, eventos de grande escala e até mesmo lançamentos de *trailers* e apresentações ao vivo no jogo, envolvendo marcas como Star Wars e diretores de renome, como Christopher Nolan (DASTOOR, 2021).

O estilo de arte distintivo do *Fortnite* também se tornou reconhecível instantaneamente para sua vasta base de jogadores. Isso abre oportunidades para marcas que desejam criar anúncios que incorporem a estética única do jogo, oferecendo um apelo visual autêntico aos jogadores mais jovens e uma alternativa refrescante aos anúncios de TV tradicionais (DASTOOR, 2021).

O *Fortnite* já possui uma linha de roupas e mercadorias personalizadas. A integração dessa mercadoria no jogo, com a possibilidade de compra diretamente por meio do menu de personalização do jogador, pode ser uma estratégia eficaz para impulsionar as vendas e expandir o alcance da marca (DASTOOR, 2021).

O sucesso das colaborações do *Fortnite* com franquias como Marvel e Star Wars mostrou que o jogo é capaz de criar eventos de grande escala e modos de jogo exclusivos. Isso sugere a possibilidade de parcerias com organizações esportivas, como a NFL, para eventos e modos de jogo relacionados a esportes. Além disso, eventos digitais, como feiras de videogames, poderiam potencialmente ser realizados dentro do próprio *Fortnite*, aproveitando sua vasta audiência e ambiente social (DASTOOR, 2021).

A indústria de alimentos e bebidas, incluindo cadeias de *fast food*, também pode explorar oportunidades no *Fortnite*, indo além de simples cupons para envolver os jogadores em experiências relacionadas à culinária ou competições virtuais (DASTOOR, 2021).

Em resumo, as perspectivas futuras do *Fortnite* como plataforma de marketing são empolgantes e ilimitadas. A capacidade do jogo de criar experiências imersivas e envolventes dentro de seu mundo virtual abre portas para colaborações criativas e oportunidades inovadoras que podem continuar a moldar a forma como as marcas se conectam com seu público. O *Fortnite* está bem posicionado para se tornar uma das plataformas de marketing mais cobiçadas e influentes no cenário digital (DASTOOR, 2021).

A síntese da revolução nas estratégias de marketing utilizadas pela indústria de *games* por meio do jogo *Fortnite* pode ser visualizada nos quadros 1 a 4 a seguir. Já os pontos positivos e negativos advindos do jogo *Fortnite* e de suas estratégias podem ser visualizados no Quadro 5.

Quadro 1 a 4: Síntese da revolução nas estratégias de Marketing utilizadas pela indústria de *games* por meio do jogo *Fortnite*

Quadro 1

Síntese da revolução nas estratégias de Marketing utilizadas pela indústria de games por meio do jogo <i>Fortnite</i>	
Estratégia	Características
Experiências interativas e imersivas para os jogadores	O <i>Fortnite</i> oferece experiências interativas e imersivas aos jogadores por meio de gráficos impressionantes, um mundo dinâmico em constante evolução, eventos ao vivo e colaborativos que envolvem a comunidade, colaborações com outras franquias populares, como personagens de diferentes universos, e o modo criativo, que permite aos jogadores construírem e personalizarem seus próprios mundos.
Colaborações estratégicas com marcas	As colaborações estratégicas com marcas no <i>Fortnite</i> são marcadas por uma integração cuidadosa e inovadora de elementos reconhecíveis de outras franquias dentro do universo do jogo.
Colaborações estratégicas com celebridades	As colaborações estratégicas com celebridades no <i>Fortnite</i> são marcadas por eventos exclusivos e interações personalizadas que transcendem a experiência de jogo convencional. Geralmente, essas parcerias envolvem a criação de <i>skins</i> (trajes) e <i>emotes</i> personalizados inspirados nas celebridades, oferecendo aos jogadores a oportunidade de incorporar elementos autênticos dessas personalidades em seus avatares.

Fonte: Dados da pesquisa 2023

Imagem 1: Evento Astronomical com o Trapper Travis Scott mostrando as colaborações estratégicas com celebridades.



Quadro 2

Comunicação Direta com a Comunidade	A comunicação direta com a comunidade no <i>Fortnite</i> é caracterizada pela oferta de atualizações frequentes, mantendo os jogadores informados sobre novidades, eventos e correções. A equipe demonstra comprometimento ao responder ativamente aos comentários e feedbacks dos jogadores, construindo um diálogo aberto e transparente.
Uso Ativo de Redes Sociais	O uso ativo de redes sociais pelo <i>Fortnite</i> é uma estratégia crucial que se destaca por várias características distintivas. A equipe do <i>Fortnite</i> utiliza plataformas populares como Twitter, Instagram e YouTube de maneira estratégica para promover eventos, revelações, atualizações e interagir diretamente com a comunidade de jogadores.
Monetização Equitativa	A Monetização Equitativa no <i>Fortnite</i> é uma característica-chave do modelo de negócios do jogo, notável por várias características distintivas. O jogo optou por focar em itens cosméticos, como <i>skins</i> , em vez de oferecer vantagens competitivas que afetam a jogabilidade.

Fonte: Dados da pesquisa 2023

Imagem 2: Um post no Atual X, antigo Twitter do perfil oficial do Fortnite anunciando um novo evento de parceria, mostrando assim o uso ativo das redes sociais.



2:00 PM · 2021-11-10 · [Twitter Media Studio](#)

33.1K Retweets **24.3K** Quote Tweets **251K** Likes

Quadro 3

Inovação Contínua em Conteúdo e Jogabilidade	A Inovação Contínua em Conteúdo e Jogabilidade é uma característica distintiva do <i>Fortnite</i> , destacando-se por sua abordagem dinâmica e adaptativa para manter os jogadores engajados ao longo do tempo. O jogo introduz regularmente novas mecânicas, elementos de jogabilidade e eventos sazonais que renovam a experiência do jogador.
<i>E-sports</i> e Competições de Grande Escala	As características do <i>E-sports</i> e Competições de Grande Escala no <i>Fortnite</i> destacam-se pela organização de eventos competitivos significativos que elevaram o jogo ao status de uma potência nos <i>e-sports</i> . A <i>Fortnite World Cup</i> é um exemplo proeminente, oferecendo prêmios substanciais e atraindo jogadores profissionais de todo o mundo.

Impacto em Indústrias Diversas	O impacto diversificado do <i>Fortnite</i> em indústrias como música, cinema e moda é notável por meio de colaborações inovadoras com marcas e artistas renomados, como Marvel, Nike e Travis Scott. Os concertos virtuais no jogo, destacando artistas famosos, representam uma convergência única entre a música e os jogos, atingindo milhões de espectadores.
--------------------------------	---

Fonte: Dados da pesquisa 2023

Imagem 3: Uma foto do Fortnite World cup mostrando assim os E-sports e competições em grande escala.



Quadro 4

Acessibilidade e Apelo Visual	As características de acessibilidade e apelo visual do <i>Fortnite</i> são fundamentais para sua ampla aceitação e popularidade. O estilo de arte distintivo do jogo, marcado por gráficos vibrantes e uma estética única, torna-o instantaneamente reconhecível. Essa abordagem não apenas atrai os jogadores mais jovens, mas também proporciona uma experiência visual atraente para jogadores de todas as idades.
Merchandising Integrado	As características do merchandising integrado no <i>Fortnite</i> destacam-se pela oferta de uma linha de roupas e mercadorias personalizadas que se integram diretamente ao jogo. Essa estratégia cria uma experiência de compra imersiva, permitindo que os jogadores adquiram itens físicos, como roupas, acessórios e outros produtos, diretamente do menu de personalização de seus personagens dentro do jogo.

Exploração de Novas Parcerias e Setores	As características da exploração de novas parcerias e setores no <i>Fortnite</i> são notáveis por sua abordagem proativa na busca de colaborações inovadoras em diversos campos. O sucesso do jogo em estabelecer parcerias estratégicas com organizações esportivas, como a NFL, evidencia a disposição do <i>Fortnite</i> em se aventurar em novos setores, criando eventos e modos de jogo relacionados a esportes.
---	--

Fonte: Dados da pesquisa 2023

Imagem 4: Uma imagem da parceria entre Fortnite e a NFL, mostrando a Explorações de Novas Parcerias e Setores.



Dessa forma, conforme apresentado no Quadro 1 a 4 o jogo *Fortnite* apresentou doze estratégias mercadológicas que proporcionaram seu destaque no mundo dos *games*. Todavia, apesar de diversos pontos positivos apresentados pelo jogo e suas estratégias, ele também trouxe pontos negativos, conforme abordado no Quadro 5.

Quadro 5: Pontos positivos e negativos relacionados às estratégias do jogo *Fortnite*

Estratégias do jogo <i>Fortnite</i>			
Pontos Positivos		Pontos negativos	
Inovação	Introdução regular de novas mecânicas, mapas e eventos para manter a jogabilidade fresca.	Segurança on-line	Incidentes de assédio, comportamento inadequado e fraudes on-line.
Colaborações Estratégicas	Parcerias com marcas, celebridades e propriedades intelectuais para criar conteúdo exclusivo.	Dependência do jogo	Críticas sobre a quantidade de tempo que os jogadores, especialmente os mais jovens, passam jogando.

Esports Competições Grande Escala e	Organização de eventos competitivos significativos para manter a comunidade envolvida.	Stress	Impacto do jogo na saúde mental dos jogadores, especialmente devido à natureza altamente competitiva e envolvente.
Impacto em Diversas Indústrias	Expansão para música, cinema, moda e metaverso, ampliando a influência cultural.	Preocupações Éticas	Debate sobre modelos de microtransações e skins cosméticos incentivando comportamentos de compra compulsiva, especialmente entre crianças.
Acessibilidade Visual	Estilo de arte atrativo e opções de personalização para atrair e incluir uma variedade de jogadores.	Expectativas e Pressão em Jogadores Profissionais	Estresse e pressão enfrentados por jogadores profissionais.
Merchandising Integrado	Venda de produtos físicos integrada ao jogo para fortalecer a marca e gerar receita.	Concorrência e Críticas Setoriais	A necessidade de lidar com críticas, especialmente relacionadas à ética e ao impacto na saúde mental.

Fonte: Dados da pesquisa 2023

As contribuições mercadológicas advindas das estratégias utilizadas no jogo *Fortnite* são visíveis e significativas, conforme ilustrado nos Quadros 1 e 2, todavia é preciso atenção quanto aos pontos negativos apresentados, pois eles geram graves problemas sociais.

5. Considerações Finais

O fenômeno cultural e mercadológico do jogo *Fortnite* transcendeu os limites dos jogos eletrônicos, consolidando-se como uma força cultural influente e uma plataforma de marketing inovadora. Este estudo examinou em detalhes as estratégias de marketing adotadas pela *Epic Games* para promover o *Fortnite* e explorou seu impacto não apenas na indústria de jogos, mas também na cultura popular e nas práticas de marketing digital.

O objetivo deste trabalho foi realizar uma análise abrangente das estratégias de marketing empregadas pela *Epic Games* para promover o *Fortnite*, examinando como o jogo se transformou em uma plataforma influente que vai além do âmbito dos jogos eletrônicos.

A pesquisa, conduzida com base em dados atualizados até 2023, utilizou uma metodologia que incluiu a revisão de fontes secundárias a partir de sites especializados já citados nesse trabalho. Os resultados destacaram a inovação presente nas práticas de marketing do *Fortnite*, evidenciando a criação de um ecossistema interativo e colaborativo, colaborações estratégicas com marcas e celebridades, a comunicação direta com a comunidade, o uso ativo de redes sociais, a monetização equitativa, a inovação contínua em conteúdo e jogabilidade, o impacto no cenário de *esports*, e a diversificação para setores como música, cinema, moda e metaverso.

Ademais, o trabalho abordou os pontos positivos, como a inovação constante e as colaborações estratégicas, e os desafios, incluindo questões éticas e impactos na saúde

mental dos jogadores, proporcionando uma visão abrangente do papel do *Fortnite* na cultura popular e nas práticas de marketing digital.

Dessa forma, o objetivo foi alcançado, uma vez que a análise detalhada das estratégias de marketing do *Fortnite* revelou não apenas a eficácia dessas práticas na promoção do jogo, mas também como elas transcenderam as fronteiras da indústria de jogos eletrônicos. O *Fortnite* não é apenas um fenômeno cultural, mas uma plataforma inovadora que incorpora colaborações estratégicas, engajamento ativo com a comunidade e uma abordagem equitativa à monetização.

O estudo permitiu uma compreensão aprofundada do impacto do *Fortnite* em várias indústrias, desde *esports* até cinema e moda, destacando seu papel como uma força cultural relevante. Além disso, ao abordar tanto os aspectos positivos quanto os desafios, como questões éticas e preocupações com a saúde mental, o trabalho proporcionou uma visão equilibrada e crítica do posicionamento do *Fortnite* na cultura popular e no cenário de marketing digital contemporâneo.

Uma das características mais marcantes do marketing do *Fortnite* é a sua capacidade de criar experiências imersivas e interativas para os jogadores. A realização de eventos ao vivo dentro do jogo, como concertos e lançamentos exclusivos, proporcionou aos jogadores uma sensação de participação ativa, transformando o *Fortnite* em uma plataforma de entretenimento em constante evolução. Esses eventos não apenas aumentaram a retenção de jogadores, mas também atraíram a atenção de marcas e artistas renomados, estabelecendo novos padrões para o marketing de entretenimento digital.

As colaborações estratégicas com celebridades, marcas de moda e franquias famosas ampliaram o alcance do *Fortnite* para além do público tradicional de jogos, criando uma interseção única entre o mundo dos jogos e outras formas de entretenimento. A capacidade do jogo de incorporar elementos da cultura popular, memes e referências contemporâneas não apenas cativou os jogadores, mas também os fez sentir-se conectados culturalmente ao jogo. Esse senso de identificação foi fundamental para criar uma comunidade engajada e leal de jogadores.

Outrossim, o modelo de monetização equitativa do *Fortnite*, baseado em itens cosméticos que não afetam a jogabilidade, estabeleceu um novo padrão na indústria de jogos. Evitando as armadilhas do modelo "pagar para ganhar", o *Fortnite* ofereceu aos jogadores uma maneira justa de personalizar suas experiências de jogo, promovendo a lealdade dos jogadores e atraindo uma base de jogadores diversificada.

O *Fortnite* não apenas redefiniu o marketing na indústria de jogos, mas também influenciou a forma como outras indústrias, como música, cinema e moda, abordam suas estratégias de marketing. Os eventos virtuais e as colaborações dentro do jogo se tornaram uma ferramenta poderosa para promover produtos e criar experiências únicas para os consumidores. Além disso, o *Fortnite* expandiu as fronteiras do metaverso, oferecendo aos jogadores um espaço virtual expansivo para explorar, socializar e participar de experiências compartilhadas.

Entretanto, é importante reconhecer que o sucesso do *Fortnite* não está isento de desafios éticos e preocupações sociais. A natureza altamente envolvente do jogo levanta questões sobre o tempo gasto pelos jogadores e os possíveis impactos na saúde mental, especialmente entre os jovens. Ademais, as práticas de monetização, embora inovadoras, também foram objeto de críticas, destacando a necessidade contínua de regulamentações e políticas que protejam os jogadores, especialmente os mais jovens, contra práticas prejudiciais.

Fortnite não é apenas um jogo; é um fenômeno cultural que transformou a forma como vemos o entretenimento digital e o marketing de produtos culturais. Sua capacidade de criar experiências envolventes, estabelecer conexões emocionais com os jogadores e

influenciar outras indústrias o coloca no centro da revolução do entretenimento digital. O *Fortnite* não apenas define o presente, mas também aponta para o futuro do marketing, mostrando o poder da interatividade, da criatividade e da inovação na construção de marcas e comunidades. O desafio agora é encontrar um equilíbrio entre a inovação e a responsabilidade, garantindo que as experiências proporcionadas pelo *Fortnite* sejam seguras, inclusivas e socialmente responsáveis para todas as gerações de jogadores.

Apesar de fornecer uma análise abrangente das estratégias de marketing do jogo *Fortnite*, este estudo apresenta algumas limitações. Em primeiro lugar, a dinâmica do mercado de jogos eletrônicos é extremamente fluida, e as estratégias de marketing estão sujeitas a mudanças rápidas. Portanto, algumas das informações fornecidas podem tornar-se desatualizadas com o tempo. Também, a pesquisa dependeu de dados disponíveis até setembro de 2023, e eventos ou desenvolvimentos ocorridos posteriormente podem não ter sido considerados.

Outra limitação reside na abrangência das fontes de dados, uma vez que o estudo se baseou principalmente em informações públicas disponíveis, como comunicados de imprensa, entrevistas e dados de redes sociais. Uma abordagem mais aprofundada poderia envolver entrevistas com representantes da *Epic Games*, jogadores, e análises mais detalhadas de dados de engajamento do usuário.

Para estudos futuros, recomenda-se uma investigação mais aprofundada sobre o impacto específico das estratégias de marketing do *Fortnite* em diferentes grupos demográficos, considerando fatores como idade, geografia e preferências de jogo. Além disso, uma análise mais detalhada das implicações éticas das microtransações e do envolvimento excessivo dos jogadores poderia oferecer *insights* valiosos para a indústria de jogos. A pesquisa também poderia explorar as implicações da expansão para novos setores, como alimentos e bebidas, para entender melhor como essas colaborações podem ser otimizadas. Em última análise, investigações futuras podem se beneficiar de uma abordagem mais longitudinal, acompanhando as mudanças nas estratégias de marketing do *Fortnite* ao longo do tempo e examinando seu impacto contínuo na cultura e na indústria.

Referências

AMIN, Justin. **Fortnite the phenomenon: Analyzing the game's insane growth.**

Disponível em: <https://www.repeat.gg/content/fortnite-phenomenon-analyzing-growth/>.

Acesso em: 14 ago. 2023.

BANERJEE, S. **How did epic games use social insights for Fortnite?** Disponível em:

<https://genylabs.io/how-did-epic-games-use-social-insights-for-fortnite/>. Acesso em: 14

ago. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2011.

BUCKWELL, Ashley. **A brief history of the battle Royale genre.** Disponível em:

<https://blog.acer.com/en/discussion/358/a-brief-history-of-the-battle-royale-genre>.

Acesso em: 14 ago. 2023.

CARTER, M., MOORE, K., MAVOA, J., HORST, H., & GASPARD, L. **Situating the Appeal of Fortnite Within Children's Changing Play Cultures.** Games and

Culture, 15, 453 - 471. 2020. <https://doi.org/10.1177/1555412020913771>.

CHAN, A. **Fortnite's battle passes: How did they take over the gaming industry?** Disponível em: <https://techraptor.net/gaming/opinions/fortnites-battle-passes-how-did-they-take-over-gaming-industry>. Acesso em: 14 ago. 2023.

DASTOOR, V. **The future of fortnite marketing.** Disponível em: <https://www.thegamer.com/the-future-of-fortnite-marketing-epic-games-skins-live-event/>. 2021. Acesso em: 25 set. 2023.

DENZIN, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2005). **The SAGE handbook of qualitative research (3rd ed.)**. Sage Publications.

DIGITAL COMMERCE 360. **How has fortnite impacted the gaming and media world?** Disponível em: <https://www.digitalcommerce360.com/2023/03/22/sponsored-content-how-has-fortnite-impacted-the-gaming-and-media-world/>. 2023. Acesso em: 25 set. 2023.

DILYS, Mantas. SARLAUSKIENE, Lina. SMITAS, Andrius. **Analysis of the concept of content marketing.** International Journal of ADVANCED AND APPLIED SCIENCES. 2022. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2022.05.006>.

FERREIRA, Francis Haime Giacomelli. **Segmentação de mercado. Biblioteca temática do empreendedor**, 2000.

GANTI, A. **How does fortnite make money?** 2020. Disponível em: <https://www.investopedia.com/tech/how-does-fortnite-make-money/>. Acesso em: 11 set. 2023.

GREENWALD, M. (2020). **Fortnite shows that the future of marketing isn't just in-game – it's around it.** The Guardian. <https://www.theguardian.com/games/2020/jan/29/fortnite-future-of-marketing-isnt-in-game>

HACKLEY, Christopher; TIWSAKUL, Rungpaka. **Entertainment marketing and experiential consumption.** Journal of marketing communications, v. 12, n. 1, p. 63-75, 2006.

LOPES, T. *O que é Battle Royale? Entenda o gênero e jogos de maior sucesso.* Mais Esports. <https://maisesports.com.br/o-que-e-battle-royale/>. 2022.

MINCULETE, G., & Olar, P. **Approaches to the Modern Concept of Digital Marketing.** International conference KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION, 24. 63 - 69. <https://doi.org/10.1515/kbo-2018-0067>. 2018.

PARK, Gene. **Fortnite was the biggest pop culture phenomenon of 2018.** Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/technology/2018/12/27/fortnite-was-biggest-pop-culture-phenomenon/>. Acesso em: 14 ago. 2023.

PIERCE, D. **Concerts in the metaverse: why they work, and where they're headed.** Disponível em: <https://www.theverge.com/2022/10/3/23384883/concerts-metaverse-travis-scott-charlie-puth-iheartland>. Acesso em: 14 ago. 2023.

RENDELL, J. **Staying in, rocking out: on-line live music portal shows during the coronavirus pandemic.** Convergence: The International Journal of Research into New

Media Technologies, 27. 2020. pp. 1092 - 1111.
<https://doi.org/10.1177/1354856520976451>. 2020.

SHEWALE, R. **Fortnite statistics in 2023 (active players, revenue & more)**. Disponível em: <https://www.demandsage.com/fortnite-statistics/>. 2023. Acesso em: 15 set. 2023.

SMITH, A. **All Fortnite live events so far**. 2022. Disponível em: <https://www.gamespot.com/gallery/all-fortnite-live-events-so-far/2900-4115/>. Acesso em: 11 set. 2023.

STEFFEN, Renata Aline et al. **A influência do mix de marketing e dos fatores comportamentais nas decisões do consumidor: o caso sayuri produtos orientais**. 2009.

SUE, Jeff. **5 ways to effectively engage with your gaming community**. 2018
Disponível em: <https://www.businessofapps.com/insights/ways-engage-with-gaming-community/>. Acesso em: 15 set. 2023.

SILVA, Maria Aparecida da. **"Pesquisa descritiva: definição, características e exemplos."** Revista de Psicologia Aplicada, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 56-72, jun. 2018.

VARADARAJAN, R. **Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises**. Journal of the Academy of Marketing Science, 38 (2010). 119-140. <https://doi.org/10.1007/S11747-009-0176-7>.

VAN CISE, S. **An analysis of building in fortnite – MIT game lab**. Disponível em: <http://gamelab.mit.edu/an-analysis-of-building-in-fortnite/>. Acesso em: 14 ago. 2023.

WEBB, K. **"Fortnite" was the most important video game of this decade, and it will be for the next one too**. Business Insider, 29 dez. 2019.

YALÇIN, Nursel; KÖSE, Utku. **What is search engine optimization: SEO?**. Procedia-Social and Behavioral Sciences, v. 9, p. 487-493, 2010.