

A INFLUÊNCIA DO *MARKETING* DIGITAL PARA O SUCESSO DOS FILMES DA *MARVEL* E *DC COMICS* (APOIO UNIP)

Aluna: Flávia Maria Oliveira

Orientadora: Profa. Claudia Regina Bouman Olzenski

Curso: Propaganda e *Marketing*

Campus: Marquês

O objetivo do estudo é verificar se juntos cinema, internet e *marketing* influenciam o sucesso das duas empresas de quadrinhos *Marvel* e *DC Comics*. A pesquisa foi feita por meio do monitoramento das redes sociais e *sites* oficiais para conferir a sazonalidade da renovação do estoque dos produtos. Também foram realizadas entrevistas em profundidade com páginas do *Facebook* especializadas e uma pesquisa quantitativa com público amante de cinema, com uma amostra de 25 pessoas. Pelas pesquisas e consultas bibliográficas, foram ressaltados alguns casos célebres, por exemplo, a relação da Mulher Maravilha e o feminismo; o problema da *DC* com o *site Rotten Tomatoes* e a estratégia de *marketing* digital bem-sucedida da *Marvel* com o filme “*Deadpool*”. Baseando-se em David Ogilvy e a adaptação de suas ideias para o meio digital, é possível identificar que tanto a *Marvel* quanto a *DC* utilizam seus ensinamentos. A professora da PUCSP, Lúcia Santaella, afirma que “a revolução digital está transformando não só as formas de comunicação, mas também as mudanças mentais, corporais e moleculares”. Pelas pesquisas, foi possível constatar que a *Marvel* é a empresa mais popular entre os formadores de opinião, público-alvo e críticos da internet e que também faz melhor uso das estratégias de *marketing* digital, conectando-se com seu público e potencializando seus lucros, transformando seu universo cinematográfico em uma das maiores sagas do cinema, fazendo história assim como as sagas “*Star Wars*” e “007”.