

POR HELOISE PEREIRA, PARA A MATÉRIA DE ESTUDOS DO
CONSUMIDOR E INOVAÇÃO.

Harry Potter
HOGWARTS
MYSTERY



VR EDITION

Harry Potter
HOGWARTS
MYSTERY



VR EDITION

PRESENTED BY: POTTERMORE, WIZARDING WORLD, SONY, JAM CITY AND AMAZON.

Harry Potter é uma série de filmes britânico-americana baseada na série de livros homônima da escritora J.K. Rowling. A série é distribuída pela Warner Bros. e consiste em oito filmes, iniciando com *Harry Potter e a Pedra Filosofal* (2001) e finalizando com *Harry Potter e as Relíquias da Morte - Parte 2* (2011).

Atualmente é a terceira série cinematográfica de maior bilheteria de todos os tempos, com US \$9.1 bilhões em receitas em todo o mundo, perdendo o posto de primeiro e segundo lugar apenas para o *Universo Cinematográfico Marvel* e para *Star Wars*.

O **universo de Harry Potter** é a realidade alternativa criada por J. K. Rowling na qual Harry Potter e seus amigos vivem. Essa realidade é basicamente composta por duas sociedades distintas: a Sociedade mágica e a Sociedade trouxa.



O primeiro jogo do bruxo, Harry Potter and the Philosopher's Stone (mesmo nome do primeiro livro/filme) foi lançado em uma variedade de consoles, indo do PS One ao PS2, passando pelo GameCube e PC. O primeiro jogo foi apenas um rascunho do que a franquia viria a se tornar no mundo dos games.

Harry Potter: Hogwarts Mystery em sua versão original foi **lançado para Android e iOS** no final de abril de 2018 e ainda é um verdadeiro sucesso. O jogo da escola de bruxaria já foi baixado mais de 9 milhões de vezes nas lojinhas de apps da Google e Apple em poucos dias após o seu lançamento.



Jogos da franquia para PC e consoles

Harry Potter HOGWARTS MYSTERY



Hogwarts Mystery versão mobile



Realidade virtual parece coisa de ficção científica: obras como "Matrix", "Necromancer" e "Jogador Nº 1" popularizaram os mundos digitais, mas ao menos entre os jogadores de videogame, a ficção tem cada vez mais cara de realidade.

Já existem mais de 500 games para jogar na realidade virtual, desde experiências simples e curiosas como um simulador de cortar pão até versões robustas de grandes sucessos como "Skyrim" e "Resident Evil 7".

Apesar de muitas tentativas, nenhum dos jogos conseguiu fazer com que os fãs se sentissem - literalmente - parte do universo.

Pensando nisso, surgiu uma parceria entre as empresas: Sony, Pottermore, Wizarding World, Jam City e Amazon, no intuito de recriar um dos jogos mais famosos da franquia voltado para a tecnologia de realidade virtual.



Pottermore™

JAMCITY

SONY

amazonkindle

PRODUTO

Hogwarts Mystery VR Edition é um jogo de realidade virtual criado em parceria com a SONY, que permite ao jogador explorar não só o castelo de Hogwarts e sim todo o universo criado por J.K Rowling, já que a franquia sempre foi sobre imersão no universo lúdico criado pela autora.

Harry Potter
HOGWARTS
MYSTERY
VR EDITION



PÚBLICO ALVO

Do ponto de vista do mercado, a série Harry Potter, destinada as crianças e adolescentes tornou-se o primeiro produto editorial infantil/juvenil a se igualar aos grandes best-sellers “adultos”. Fenômeno resultante de uma gigantesca engrenagem editorial globalizada movida a partir da Inglaterra e EUA, o sucesso da série tem início com a inteligente e complexa *estratégia da tradução*, cada volume traduzido, com antecedência, em dezenas de idiomas, para ser lançado, simultaneamente, em centenas de países, e em tiragens que chegam a milhões de exemplares.

“JK Rowling quebrou o paradigma de que jovem não lê e o mundo todo tem essa dívida com ela. Existe o antes e o depois de Harry Potter. Todos os dias nascem crianças e, mais cedo ou mais tarde, elas vão se deparar com a história mágica do bruxo e devorar os livros”, diz Paulo Rocco (fundador da Editora Rocco).

Portanto, apesar de o público infanto-juvenil ter sido seu público alvo inicialmente, os fãs que cresceram com Harry Potter estão agora passando sua paixão pela história para seus filhos, renovando a geração de leitores.



ESTRATÉGIA DE MARKETING

As mídias sociais têm atuado como veículos de manutenção do fã e o mantiveram engajado nas histórias. Eles podem interagir com a marca diretamente e participar de concursos, convocar outros fãs para encontros dessa comunidade e etc. Também é uma forma de criarmos pequenas ações e eventos e alimentar essa base frequentemente, coisas que antes só fazíamos em grandes eventos esporadicamente.

Temos como exemplo o canal Observatório Potter, de Thiago Novais, é o maior canal para os fãs da franquia e tem quase 600 mil inscritos. As redes sociais ajudam muito porque há sites só de curiosidades e outros, só de notícias, e eles ajudam a manter a comunidade viva e conquistar outros públicos. Antes, os fãs precisavam de matérias ou de algum outro meio oficial.

Em parceria da Wizarding World com a Amazon, os compradores do jogo Hogwarts Mystery VR Edition terão acesso a um livro digital da franquia, junto a itens personalizados exclusivos.

amazonkindle

WIZARDING
WORLD



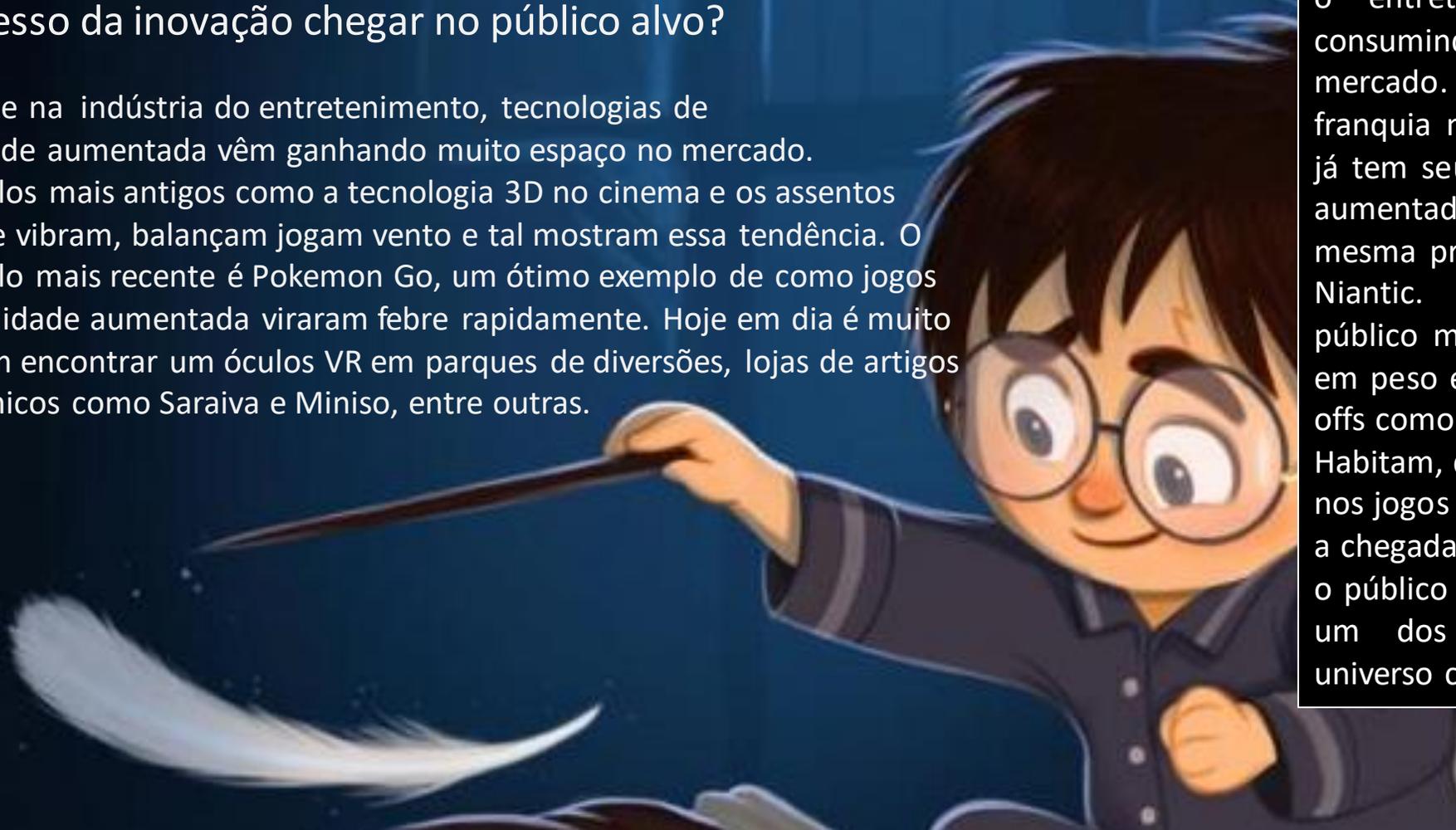
A teoria da difusão da inovação mostra como um produto novo é assimilado pelo sistema social desde a sua criação até ele ser consumido.

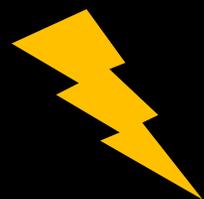
Ou seja, COMO essa idéia penetrou no mercado? O que contribuiu? Como isso aconteceu? Como se deu o processo da inovação chegar no público alvo?

Recente na indústria do entretenimento, tecnologias de realidade aumentada vêm ganhando muito espaço no mercado. Exemplos mais antigos como a tecnologia 3D no cinema e os assentos 4D que vibram, balançam jogam vento e tal mostram essa tendência. O exemplo mais recente é Pokemon Go, um ótimo exemplo de como jogos de realidade aumentada viraram febre rapidamente. Hoje em dia é muito comum encontrar um óculos VR em parques de diversões, lojas de artigos eletrônicos como Saraiva e Miniso, entre outras.

CONCLUSÃO

Produtos que tendem a elevar o patamar de interação do usuário com o entretenimento que ele está consumindo é a tendência atual desse mercado. E Harry Potter é uma franquia muito popular que inclusive já tem seu próprio jogo de realidade aumentada, o Wizards Unite, da mesma produtora de Pokemon Go, a Niantic. Uma franquia com um público muito grande, que ainda vai em peso em cinemas pra assistir spin offs como Animais Fantásticos e Onde Habitam, que ainda consomem muito nos jogos em si, têm tudo pra abraçar a chegada da tecnologia do VR, afinal, o público de Harry Potter, sempre foi um dos mais apaixonados pelo universo criado nas histórias.





BIBLIOGRAFIA

<http://www1.ci.uc.pt/pessoal/cpereira/mark.htm> - **MARKETING ESTRATÉGICO E GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA: Teoria da Difusão da Inovação**, por Carlos M.C. Pereira; Coimbra, 2007.

<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2017/06/30/como-harry-potter-conseguiu-se-manter-relevante-e-continuar-vendendo.htm> - **Harry Potter e a mágica de se manter relevante**, por Karina B. Julio; 2017.

<https://falauniversidades.com.br/por-que-a-saga-harry-potter-faz-tanto-sucesso-ate-nos-dias-de-hoje/> - **POR QUE A SAGA 'HARRY POTTER' FAZ TANTO SUCESSO ATÉ NOS DIAS DE HOJE?**, por Paloma Soares; 2020.

<http://www.engeplus.com.br/noticia/entre-lidas-e-vindas/2020/harry-potter-ajudou-a-transformar-o-habito-e-o-mercado-de-leitura-no-brasil> - **Harry Potter ajudou a transformar o hábito e o mercado de leitura no Brasil?**, por Amanda Ludwig; 2020.

