

HARRY POTTER, NARRATIVA TRANSMÍDIA E INFLUÊNCIAS SOCIOCULTURAIS

Eric Henrique Cardoso MONTEIRO¹

Marcus Dickson Oliveira CORREA²

RESUMO

Este projeto teve como principal objetivo explorar e compreender de que forma a obra Harry Potter tornou-se uma marca de prestígio na narrativa transmídia e como se originou a importante participação efetiva do consumidor para o seu desenvolvimento nas mais diversas plataformas midiáticas por parte dos produtores oficiais licenciados. A narrativa transmídia possui características e elementos particulares para garantir que uma obra abrangente com vários significados seja compreendida pelo público-alvo de uma forma mais clara e objetiva. Cada plataforma, em tese, contribui de maneira positiva para a experiência do sujeito que recebe a mensagem gerando assim a fidelização do mesmo à marca, tornando-o também produtor de novos conteúdos mediante suas práticas de vida e valores pessoais. Para desenvolver e compor este artigo, foi escolhida como metodologia a pesquisa de estudo de caso, exploratória, bibliográfica e documental afim de responder as perguntas gerais que o norteia. Devido a necessidade de tornar a pesquisa mais eficaz e fundamentada, foi utilizada uma abordagem qualitativa para relacionar o comportamento dos admiradores da saga com o objeto de estudo definido. Para coletar os dados desta pesquisa, foi escolhido o estudo de caso com a finalidade de explicar o engajamento dos fãs belenenses com a marca Harry Potter, expor os mais diversos trabalhos feitos por eles como encontros, exposições, competições e divulgação de novos produtos. Com o estudo aprofundado dos itens já citados, obteve-se com os resultados um melhor entendimento do papel do fã sobre o desenvolvimento de uma narrativa transmídia e como a marca ainda é importante para este consumidor.

PALAVRAS-CHAVE: Harry Potter; transmídia; sociocultural; fandom; mídias.

¹ Formando do Curso de Publicidade e Propaganda da FACULDADE ESTÁCIO FAP, e-mail: ericmonteiro2013@gmail.com

² Orientador do trabalho, Jornalista e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Pará. Docente do curso de Comunicação Social da Faculdade Estácio do Pará. E-mail: marcus.correa@estacio.br



INTRODUÇÃO

Inúmeras são as pesquisas de comunicação que usam como objeto de estudo obras de sucesso não só midiático, mas também mercadológico e que possuem vínculo afetivo com fãs. Esses estudos buscam unir os conceitos criados por pensadores da área de comunicação e filosofia às narrativas escritas para crianças e jovens, com ensinamentos e valores reais, todavia contada com uma abordagem fantástica e irresistível.

Para Coelho (2000 apud FILHO, 2009, p.14), “Literatura infantil é, antes de tudo, literatura; ou melhor, é arte: fenômeno de criatividade que representa o mundo, o homem, a vida, através da palavra. Funde os sonhos e a vida prática, o imaginário e o real, os ideais e sua possível/impossível realização.” Neste sentido, pode-se entender que as narrativas infantis não são tão diferentes das demais, pois muitas vezes os valores, o cotidiano e o fictício também podem ser encontrados nas narrativas para outros públicos.

Filho (2009) complementa que literatura pode ser chamada de infantil somente pelo nível textual, em outras palavras, pela densidade da história em que o leitor entra em familiaridade com personagens, tempo, espaço e entre outros aspectos textuais. Essas narrativas não se diferenciam das ideias contidas nos habituais trabalhos literários para adultos, que também possuem princípios morais e valores que não fazem parte somente das obras voltadas para as crianças.

Visto isso, este projeto refere-se aos processos transmidiáticos da obra literária Harry Potter, sua marca e suas influências socioculturais presentes até os dias de hoje. Durante mais de 20 anos acompanha-se o trabalho da mídia para tornar a saga do bruxo um fenômeno mundial capaz influenciar ações no meio sociocultural, econômico, literário. A escolha da obra como objeto de pesquisa é oriunda do desejo de descobrir e compreender melhor essas ações e os processos que contribuíram para o sucesso da marca.

É importante observar que a saga Harry Potter envolveu uma geração de jovens aficionados e admiradores, desde o lançamento do primeiro livro em 1997 pela editora britânica Bloomsbury e posteriormente, demais editoras ao redor do mundo. Contudo, o que não se esperava era que o livro do bruxo órfão e suas aventuras na *Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts* viraria mais tarde um fenômeno mundial capaz de influenciar e até mesmo incentivar futuros autores em suas próprias narrativas.



Conforme os anos foram passando mais livros foram lançados, o que deixava os fãs ansiosos, pois embora a quantidade de páginas fosse inapropriada para crianças e adolescentes, em todos os eventos de lançamento da saga, centenas de pessoas participavam para garantir em primeira mão o “*novo Harry Potter*” e “*devorá-lo*” tão rapidamente que ao final da leitura só o que restava era esperar pelo próximo, que viria em no mínimo um ano.

Depois que Harry Potter se tornou rentável, a mídia investiu fortemente no best-seller tornando-o um marco na literatura infanto-juvenil e colocando-o na lista dos livros mais vendidos do mundo. A geração que nasceu no final do século XX e início do século XXI pôde acompanhar de perto todos os processos midiáticos e toda a euforia presentes nos lançamentos dos livros e pré-estreias dos filmes nos cinemas, ou seja, é correto afirmar que esta geração e a marca Harry Potter cresceram juntas.

A marca Harry Potter com a fama que alcançou, não ficou somente nas páginas dos livros, ela se fez presente em filmes, jogos, sites oficiais, parques temáticos e espetáculo teatral. Cada uma dessas plataformas independe umas das outras para fazer sentido. Tal fenômeno é intitulado pelos estudiosos da comunicação de *narrativa transmídia*, o termo é apresentado por Henry Jenkins em seu livro *Cultura da convergência* publicado em 2009 e é um dos principais pilares deste artigo.

Aqui se faz necessário esclarecer alguns pontos, pois existe certa confusão entre as expressões multimídia e crossmídia. O termo multimídia é mais usado para definir a existência de mais de um meio de comunicação numa mesma história, quase que uma cópia do conteúdo para diferentes mídias, enquanto a crossmídia é a possibilidade de uma campanha, marca ou conteúdo utilizar concomitantemente diferentes tipos de plataformas para vender ou compartilhar alguma coisa ou ideia. (ARNOUT et al. 2011, p. 266)

Com o intuito de melhor compreender o funcionamento de crossmídia e transmídia, Arnout et al. (2011) observam que crossmídia cria a possibilidade de uma campanha ou marca estar presente em diferentes plataformas para compartilhar alguma ideia respeitando a linguagem de cada uma delas. A crossmídia possibilita a utilização desses meios de comunicação para transmitir a mesma ideia, em contrapartida a transmídia difunde a narrativa em diferentes mídias com a finalidade de a expandir e contar novas possibilidades da história.

Jenkins (2009), conceitua narrativa transmídia como um processo onde os elementos da ficção são minuciosamente dispersos através de múltiplos canais de distribuição para criar uma

experiência unificada e organizada de entretenimento, em outras palavras, transcorre-se uma tradução da mesma mensagem adaptadas para cada uma das plataformas utilizando lacunas deixadas pela narrativa original de uma forma totalmente nova.

Os problemas que norteiam esse projeto é: Quais foram os caminhos trilhados pela marca Harry Potter no mundo midiático? Quais foram as influencias socioculturais que o universo de J.K Rowling³ causou no meio *geek*⁴? As respostas para estas perguntas serão respondidas com mais profundidade no decorrer do artigo, contudo, em um apanhado geral, sabe-se que a narrativa Potter é apresentada em diferentes plataformas, para diferentes públicos. Cada plataforma, em tese, soma de maneira positiva para a experiência do sujeito que recebe a mensagem gerando a fidelização do mesmo. Partindo deste princípio, é correto afirmar que a transmídia influenciou de maneira significativa para que a marca já citada se tornasse referência de marca bem-sucedida.

A marca Harry Potter não pode ser somente compreendida pelas plataformas que ela abrange, mas também pela participação ativa dos fãs que se autointitulam de “*Geração Potter*”. Essa participação ativa se assemelha com outras obras como: *Star Wars*, *Percy Jackson*, *Jogos vorazes*, entre outras, que também são obras aclamadas ao redor do mundo e têm os seus próprios Fandons. “*Fandom* é uma expressão em inglês – que provém da união de *Kingdom* “Reino”, e de *Fan*, “Fã” e seu significado à formação de grupos de fãs que interagem sobre uma determinada obra ou marca” (LEÃO, 2019). O mesmo acontece com os fãs de Harry Potter, porém de uma forma mais abrangente e fora do convencional. Durante aproximadamente duas décadas sabe-se que bandas, sites não oficiais, encontros, convenções e entre outros foram criados por fãs e para fãs, tudo movido pelos seus interesses em comum.

O objetivo principal deste artigo é tornar mais claros os caminhos percorridos pela marca Harry Potter para se consolidar no mercado durante mais de duas décadas e documentar algumas ações notórias movidas pelos fãs de Belém do Pará, além de expor os mais diversos trabalhos feitos por eles como encontros; exposições, competições e divulgação de novos produtos, etc. Busca-se também, por meio dos objetivos específicos, informar acerca da forma de organização dos fãs e os critérios usados para o consumo de produtos.

³ Autora da série de livros de Harry Potter. Disponível em: <<https://www.jkrowling.com/>>. Acesso em 19 de junho de 2020.

⁴ Um sinônimo para nerd, e ambas são uma gíria muito usada para caracterizar pessoas com um jeito peculiar e que exercem diversas atividades intelectuais. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Geek>>. Acesso em 19 de junho de 2020.



Os resultados deste artigo serão obtidos mediante a metodologia de estudo de caso, pesquisa exploratória, bibliográfica, documental e para tornar a pesquisa mais eficaz e fundamentada será utilizada uma abordagem qualitativa para relacionar o comportamento do *fandom* com o objeto de estudo. Para coletar os dados desta pesquisa foi escolhido o estudo de caso para explicar o engajamento dos fãs belenenses com a marca Harry Potter.

A pesquisa então será dividida em três partes principais, na primeira será apresentada a história da autora desde o seu desejo de se tornar escritora, suas limitações para conseguir a publicação do primeiro livro da série e a aceitação do público infantil e adulto. Também serão expostas as inspirações de J.K Rowling para denominar e criar personagens, componentes que integram sua obra e os processos de globalização da narrativa utilizando como base o livro Harry e seus fãs de Melissa Anelli.

Em seguida, serão definidos os conceitos de cultura da convergência e narrativa transmídia, cibercultura e inteligência coletiva com base nos estudos de renomados autores que nos auxiliarão na compreensão de cada um destes conceitos, atendendo aos interesses específicos que este projeto pretende explorar. A última parte deste artigo será destinada ao estudo das influências socioculturais causadas pela marca Harry Potter ao redor do mundo, a organização dos fãs focada no *fã-clube Support Potter* de Belém, desde o seu surgimento.

Com base nas informações expostas acima é possível compreender o universo de J. K. Rowling sob o ponto de vista filosófico, comunicacional, antropológico e artístico.

CRIANDO UM UNIVERSO

Para começar a imergir nos estudos direcionados a obra Harry Potter, Isabelle Smadja (2004) cita os estudos de Marthe Robert que dizem respeito as estruturas usuais dos contos de fadas voltados para crianças e que muito se assemelham ao enredo de Harry Potter. Neste sentido, as narrativas geralmente são acompanhadas por um herói desafortunado, mal-amado ou maltratado em um ambiente desumano que induz a pena pela sua infância e que em algum momento tem acesso a algo inesperado que muda sua vida.

Para explicar o destino desse herói deserdado, que se desforra da vida com grande brilho, o conto realça um acidente de nascimento, que relaciona ou a um fenômeno natural, ou ao maléfico de uma potência qualquer invisível.



Muitas vezes, esse trauma é identificado pela morte da mãe (SMADJA, 2004, p.12)

Neste sentido Rowling idealiza seu protagonista como um herói que cresce junto com seus leitores de maneira “orgânica”, livro após livro; mostrando Harry cada vez mais velho, com vivências e descobertas comuns. Esta dinâmica orgânica elabora um sentido em que o personagem principal distancia-se da fantasia para ser percebido como uma pessoa real, com sentimentos e experiências que flertam com a “realidade” além de dispor artifícios que descrevem o mundo real com abordagens presentes na fantasia (SMADJA, 2004).

Faria (2008, p. 23) ressalta que “Os livros infantis apresentam narrativas curtas que podem ser consideradas contos – designação de histórias e narrações tradicionais, que existem desde os tempos mais antigos [...]”. Porém, em Harry Potter, embora tenha uma estrutura articulada com base nas estruturas convencionais dos contos, ocorre ao contrário do que Faria (2008) propõe, no que diz respeito a narrativas curtas, visto que, a narrativa em questão desdobra-se em 7 livros com grande quantidade de páginas.

Os contos são mais comuns no mercado literário infantil, pois narram histórias simplificadas com uma narrativa mais breve, diferentemente dos habituais livros escritos para os adultos. O manuscrito de uma obra infantil recebido em qualquer editora que tivesse uma infinidade de personagens, lugares e criaturas mitológicas, geralmente era desacreditado e poderia ser descartado ou até mesmo devolvido ao escritor.

Era todo errado para o mercado. O colégio interno, as crianças impertinentes que falavam demais, as garrafas de leite entregues de porta em porta, a atmosfera tipicamente britânica e o tamanho, quase trezentas páginas; nada combinava com as exigências do mercado. (ANELLI, 2011, p. 59).

Harry Potter e a pedra filosofal, este é o título do primeiro livro de uma franquia de sete livros escritos pela autora Britânica Joanne Rowling. Em sua primeira edição, publicada no ano 1997, o livro contém 223 páginas fugindo dos convencionais padrões “estipulados” pelo mercado literário da época. Nesta obra acompanhamos não só os dramas e aventuras do protagonista, mas também os mistérios que envolvem seres mitológicos, escola de magia e bruxos que vivem escondidos do mundo dos trouxas⁵.

⁵ Termo usado pela autora para descrever aqueles que nasceram desprovidos de magia.

O livro conta a história de um menino órfão que teve seus pais assassinados quando tinha apenas 1 ano de idade por um bruxo das trevas chamado Lord Voldemort. Após matar seu pai e sua mãe, Voldemort também tentou matá-lo e o inesperado aconteceu, o feitiço virou contra ele mesmo, fazendo-o perder sua forma humana, deixando Harry apenas com uma misteriosa cicatriz na testa em forma de raio.

Desde então, Harry é obrigado a viver na casa dos seus tios trouxas onde é maltratado durante 10 anos. Nesse meio tempo acontecem coisas estranhas sem explicação lógica; um cabelo recém cortado que cresce quase que instantaneamente; um diálogo incomum com uma cobra do zoológico; roupas que diminuem demasiadamente quando ele é obrigado a vesti-las. Contudo, ao completar onze anos de idade ele descobre que é um bruxo e recebe uma carta convidando-o para ingressar na *Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts*, lugar onde viveria a maior parte do seu tempo durante os próximos anos.

Na escola, os alunos são selecionados por um chapéu mágico e distribuídos em quatro casas (organizações) de acordo com suas virtudes e anseios. Estas são: Grifinória, Corvinal, Lufa-Lufa e Sonserina, cada uma delas tem as suas particularidades e ideologias. A Grifinória; recebe os alunos mais corajosos e nobres, a Corvinal; os alunos mais dotados de saber, a Lufa-lufa; os justos e leais e a Sonserina; os astutos e ambiciosos.

Com pouquíssimas informações sobre o mundo dos bruxos, Harry, em seu primeiro ano escolar conhece Rony Weasley e Hermione Granger (seus futuros melhores amigos), juntos eles vivem aventuras que envolvem feitiços, dragões, Cérbero⁶, trasgos⁷, voo em vassouras, aulas de poções e etc. Também descobrem que o vilão que outrora havia perdido sua forma humana retornara e tinha interesse em um objeto guardado a sete chaves na escola. Tal objeto produzia o elixir da vida, capaz de tornar uma pessoa imortal.

O livro também nos apresenta o *Quadribol*, o famoso jogo dos bruxos praticado em vassouras voadoras. Cada time é composto por dois batedores, três artilheiros, um apanhador e um goleiro. Nele são utilizadas quatro bolas: a goles; usada pelos artilheiros para fazer gol, dois balaços; bolas que voam pelo campo freneticamente e são usados pelos batedores para atingir os artilheiros adversários batendo nelas com um taco de madeira e O pomo de ouro; uma

⁶ Monstruoso cão de três cabeças. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/C%C3%A9rbero>>. Acesso em 19 de junho de 2020.

⁷ Criatura mágica de força prodigiosa e imensa estupidez. Disponível em: <<https://harrypotter.fandom.com/pt-br/wiki/Trasgo>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

pequena voadora, quase invisível por conta de sua velocidade e cabe ao apanhador a capturar para pôr fim na partida.

Todo esse universo que Rowling criou levou anos para ser construído. De acordo com o site oficial⁸, Joanne Rowling queria ser escritora desde a sua infância; quando já arriscava seus primeiros contos de fadas, mas foi somente em 1990, enquanto viajava em um trem que ia de Manchester para Londres, que Rowling concebeu a ideia de Harry Potter. Nos cinco anos subsequentes, ela começou a mapear todos os sete livros da série. Pouco tempo depois enviou cópias de seu manuscrito com os três primeiros capítulos do primeiro livro para agentes literários, mas só obteve resposta de apenas um.

Quando começou a escrever o primeiro volume de Harry Potter, Rowling buscou em sua vida pessoal referências que poderiam contribuir para a sua narrativa, o nome Potter por exemplo; veio do sobrenome de seu amigo na infância, a morte da sua mãe; inspirou um objeto mágico que permite revelar os desejos mais profundos de quem o utiliza, o diretor de sua escola; inspirou o professor Dumbledore, o carro de seu amigo de escola; tornou-se o carro voador do pai de Rony e Hermione Granger; é o seu alter ego.

No livro de Melissa Anelli, *Harry e seus fãs* publicado em 2011, a autora nos apresenta Rosamund de la Hey, responsável pelo departamento de marketing da editora Bloomsbury sendo ela a responsável pela primeira campanha de marketing do livro, não uma campanha de fato, mas a sua empolgação fez com que a editora quisesse ter Harry Potter em seu domínio. "todo mundo envolvido atualmente se lembra de seu fervor pelo livro e da maneira como ajudou a levar a Bloomsbury a pensar em Harry como sendo especial [...]” (ANELLI, 2011, p. 61).

Segundo Anelli (2011) foi Barry Cunningham o responsável por aceitar o manuscrito de *Harry Potter e a pedra filosofal* e publicá-lo no final da década de 90. Ele já tinha um histórico de trabalho na área de negócios e marketing em outras editoras e estava começando sua carreira na editora Bloomsbury onde iniciou a *Bloomsbury Children's books*⁹. O editor enxergou naqueles primeiros capítulos algo promissor e que de fato era o que procurava, visto que, queria livros que envolvessem emocionalmente as crianças e que elas criassem um vínculo de empatia com o/a autor/a.

⁸ Site oficial da autora. Disponível em: <www.jkrowling.com>. Acesso em: 16 de maio de 2020.

⁹ Departamento dentro da editora Bloomsbury, voltada para a publicação de livros infantis. Acesso em: <<https://www.bloomsbury.com/uk/childrens/>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

A abreviação do nome de Rowling também nos leva a pensar que foi, com efeito, uma estratégia clara de marketing necessária, visto que, havia-se o pensamento que mulheres não alcançavam destaque no ramo literário, “Ou seja, uma mulher que publicasse seu livro expondo sua identidade feminina, arriscava-se a ser criticada não só pela sociedade, mas também por familiares, amigos e todo o seu círculo social.” (UNIVERSO DOS LIVROS¹⁰).

Anelli (2011) aponta que as responsáveis pelo marketing e edição da editora Bloomsbury, fizeram o pedido à Rowling que usasse como pseudônimo as duas iniciais de seu nome e não somente “Joanne”, com o intuito de não afastar os leitores meninos pelo simples fato dela ser mulher. Foi então que Joanne escolheu como sigla do meio o nome Kathleen em homenagem à sua vó materna e nas capas dos livros então ficou gravado J.K Rowling.

A editora Bloomsbury não teve tempo para negociar os direitos de venda de Harry Potter em outros países e logo houve interessados em trazer para o ocidente a obra. Mediante a um leilão, o que era incomum para livros infantis na época, editores tiveram de dar os seus lances até que a oferta mais alta suprisse as anteriores. É possível encontrar no site ENGEPLUS¹¹ a informação de que editora Scholastic venceu, e por 105 mil dólares adquiriu o direito de publicar Harry Potter e a pedra filosofal nos Estados Unidos.

Depois do sucesso eminente do primeiro livro e quando os empresários avaliaram Harry Potter como algo promissor, vieram mais 6 livros. *Harry Potter e a câmara secreta* foi publicado em 1998 dando prosseguimento nas aventuras do protagonista e a busca por desvendar o mistério da identidade de um bruxo que deseja exterminar os alunos nascidos trouxas. Em 1999, *Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban* narra a fuga de um perigoso prisioneiro da tão segura prisão dos bruxos, viagens no tempo e mistérios envolvendo magos que se transformam em animais.

Em 8 de julho de 2000, J.K Rowling publica *Harry Potter e o cálice de fogo*; o livro apresenta os perigos vividos por Harry em um torneio interescolar e o retorno de um poderoso bruxo das trevas que tem o intuito de purificar a raça dos bruxos. Quebrando a tradição de publicação anual, *Harry Potter e a ordem da fênix* publicado em 2003 apresenta acontecimentos políticos que envolvem intervenções e a criação de uma organização de resistência. Dois anos

¹⁰ UNIVERSO DOS LIVROS: Disponível em: <<https://universodoslivros.com.br/mulheres-escritoras-a-trajetoria-de-grandes-autoras-na-literatura/>>. Acesso em: 27 de abril de 2020.

¹¹ Site Engeplus. Disponível em: <<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/>> Acesso em: 06/05/2020.

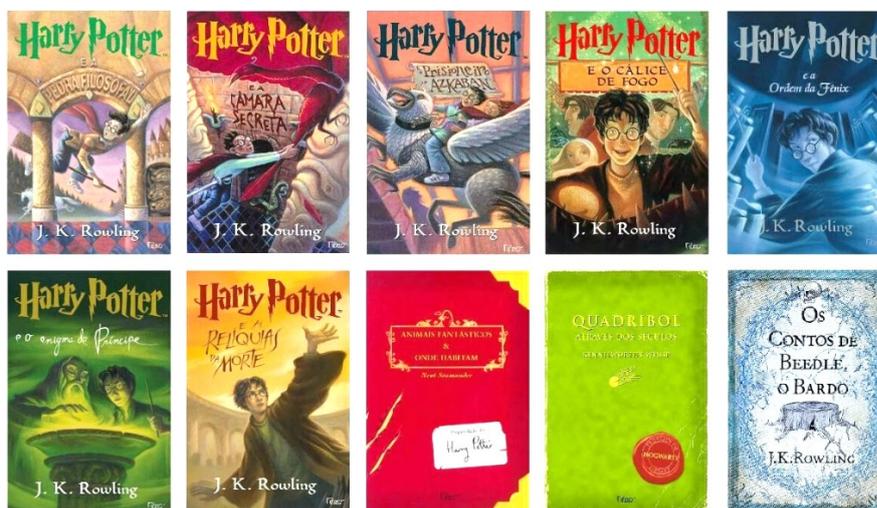


depois, chegam as livrarias *Harry Potter e o enigma do príncipe* com uma abordagem sombria e com descobertas naturais da adolescência.

O sétimo e último livro da franquia foi publicado em 2007 sob o título de *Harry Potter e as relíquias da morte*, nele continha o desfecho da luta do bem contra o mal e as respostas das incógnitas deixadas pelos livros anteriores. Segundo Santo (2015), o último volume da saga atingiu o recorde de livro mais vendido em 24 horas do *Guinness book*¹², popularmente denominado de livro dos recordes, foram cerca de 8,3 milhões de exemplares em um só dia, o equivalente a 345,833 mil livros por hora.

Rowling escreveu outros livros baseados na série como *Animais Fantásticos e Onde Habitam*, uma enciclopédia de todos os animais do mundo bruxo. Outro livro foi *Os Contos de Beedle, o Bardo*, nele contém cinco pequenos contos inspirados no imaginário bruxo. E por fim, *Quadribol Através dos Séculos*, é um livro curto que contém informações e regras do famoso esporte praticados pelos bruxos. Todos esses livros são mencionados nos sete principais livros da saga, servindo-lhes de complementos para uma melhor compreensão o universo bruxo. As capas de todos os livros, conforme mostra a figura 1, apresentam sempre pistas dos acontecimentos que os compõem.

Figura 1 - Capas dos Livros



Fonte: MediaFire. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/524106475377515246/>>. Acesso em: 16 de junho de 2020.

¹² O Guinness World Records é uma edição publicada anualmente, que contém uma coleção de recordes e superlativos reconhecidos internacionalmente. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Guinness_World_Records>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

Os filmes da saga Harry Potter seguem a mesma cronologia e levam os mesmos nomes dos livros e seus acontecimentos. Harry Potter e a pedra filosofal foi lançado em 2001 pela Warner Bros.¹³ que também produziu as demais adaptações. Dividido em duas partes, *Harry Potter e as relíquias da morte* chegou aos cinemas em 2010 e 2011 respectivamente. Embora o fim de Harry nos cinemas tenha ocorrido, o universo de J.K Rowling não teve fim no cinema e nem no teatro.

Os acontecimentos contidos nos livros seguem uma linha cronológica que começa em 1991 e termina em 1997, no sétimo livro existe um epílogo¹⁴ que vem a acontecer 19 anos depois do desfecho do último capítulo da história. Nele os personagens principais estão consequentemente mais velhos e com seus filhos na plataforma de trem, um dos acessos ao mundo bruxo, aguardando para mais um ano letivo das crianças. Coincidência ou não, 19 anos depois de 1997, foi anunciado um espetáculo teatral autorizado por J.K Rowling dando continuidade aos acontecimentos do epílogo do sétimo e último livro.

Com o nome de *Harry Potter e a criança amaldiçoada* o espetáculo teatral estreou em Londres no *Palace Theatre* no ano de 2016. Logo depois seu roteiro foi para as livrarias do mundo todo com o mesmo título, para o acesso dos fãs que não poderiam viajar para prestigiar. O enredo desdobra-se sobre a vida do filho mais novo de Harry, suas inseguranças e a pressão das expectativas depositadas nele.

No mesmo ano, conforme anunciado em 2013, chega aos cinemas *Animais fantásticos e onde habitam*, inspirado no livro que leva o mesmo nome. O Filme ambienta-se em Nova York no auge da década de 20, 65 anos antes da jornada de Harry Potter. Conta a história de Newt Scamander, um famoso magizoologista¹⁵ e seus estudos sobre animais mágicos ao redor do mundo. E em 2018, a franquia *Animais Fantásticos* lança seu segundo filme com subtítulo “Os crimes de Grindelwald”, ele dá prosseguimento nos estudos de Newt em Paris e ao trabalho de um bruxo das trevas em reunir seguidores para uma guerra.

Além dos livros, filmes e teatro os fãs também podem desfrutar de experiências como se estivesse dentro do universo de J.K Rowling nos mais diversos locais e passeios espalhados

¹³ Produtora e distribuidora americana de séries e filmes. Acesso em: <<https://www.warnerbros.com.br/>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

¹⁴ Capítulo, comentário ou cena breve, que, fica no final de uma narrativa, uma peça teatral etc. Alude ao destino das personagens mais importantes da ação, depois de ocorrido o desenlace, ou revela fatos posteriores à ação, complementando o sentido.

¹⁵ Termo criado por J.K Rowling para nomear a profissão de quem estuda seres mágicos. Disponível em: <<https://harrypotter.fandom.com/pt-br/wiki/Magizoologista>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

pelo mundo, entre eles o “*The Wizarding World of Harry Potter*”, maior parque temático da saga, em Orlando (EUA) e em Osaka (Japão); *Warner Bros Studio Tour* na Inglaterra; *King’s Cross Station*, também na Inglaterra, entre diversos outros.

NARRATIVA TRANSMÍDIA APLICADA

Muito se falava que os novos meios de comunicação iriam substituir os antigos, mas o advento da internet veio por quebrar este paradigma e mostrar que as mídias tradicionais e emergentes iriam se convergir e criar novas possibilidades de interação, sem que uma anulasse a outra. Cultura da convergência, importante para o entendimento de narrativa transmídia, é um termo levantado por Henry Jenkins que afirma que o pensamento convergente está reestruturando a cultura popular e modificando as relações entre os públicos e os produtores de conteúdo de mídia (JENKINS 2009).

Com os avanços tecnológicos, torna-se fundamental que as empresas encontrem maneiras de fazer com que seu consumidor as procurem, através da comunicação direcionada a ele, pois é ela que vai apresentar o produto para o público que decidirá pelo consumo ou não do mesmo, sendo essa comunicação imprescindível na decisão de compra. É necessário que os comunicadores saibam analisar a sua audiência, saber qual meio de comunicação será mais eficaz e posteriormente mensurar os resultados obtidos para saber se houve um retorno positivo da mensagem transmitida (KOTLER, 1998).

A teoria da cultura da convergência se aplica exclusivamente ao modo como as informações são produzidas, transmitidas e consumidas, não importando os meios de comunicação utilizados por onde estas informações tramitarão. A teoria, além de incentivar a compreensão da sociedade que se desenvolveu em decorrência dos avanços tecnológicos e da internet, possibilita produzir um pensamento crítico sob a mensagem recebida, cabendo ao usuário compartilhar e interagir ou não. Aplicar esse conceito pode não ser uma tarefa fácil, é necessário estabelecer um vínculo efetivo com o consumidor, produzir conteúdos relevantes e interessantes para estimular a busca por mais interatividade e informações (INTERNET INNOVATION).

Para Jenkins (2009), cultura da convergência trata-se de um processo e não de ponto final onde os meios de comunicação deixam de existir em detrimento de outros subsequentes, ela está acontecendo e influenciando na maneira como se utiliza esses meios e consomem



através deles. Neste cenário, empresas estão investindo na produção de conteúdos para diferentes mídias, visando acessar aos mais diferentes nichos de mercado que possam se relacionar com seus produtos e serviços. Neste contexto, nasce o conceito de narrativa transmídia, que nada mais é que a expansão de uma determinada história que foca na experiência do usuário.

Para entender a relação do objeto de estudo deste projeto com a narrativa transmídia, basta observar a infinidade de formas de acessos que existem para ingressar no universo Potter. Para se divertir com os games, assistir os filmes ou visitar os parques da franquia, o público não precisa necessariamente ter lido os livros para usufruir do que estes meios têm a oferecer, estes funcionam isoladamente como fontes de entretenimento, pois proporcionam a mesma narrativa e oferecem diferentes experiências.

Neste sentido, Jenkins (2009) observa que a narrativa transmídia desdobra-se mediante a várias possibilidades de mídias, cada uma contendo uma forma nova de contar a mesma história de forma fluida e unificada.

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2009, p.138).

Desta forma a marca Harry Potter se estabeleceu no mercado como um grande exemplo de narrativa transmídia. A história uma vez contada através dos livros se fez presente também nas telas dos cinemas, videogames, livros secundários, sites interativos, teatro e parques temáticos. Cada um desses canais funciona e complementam-se entre si tornando assim a experiência dos públicos mais completa e mais rica de informações.

Para embasar essa afirmação, Jenkins (2009), diz que a utilização da transmídia torna a experiência do usuário mais abrangente do que quando a mensagem é transmitida por um só meio. Quanto maior for a profundidade desta experiência maiores serão as chances de consumo, e para que isso seja possível é necessário que o produtor ofereça sempre novos conteúdos e possibilidades para sustentar esta fidelização do consumidor à marca.

Juntamente com a finalização dos filmes de Harry Potter em 2011, J.K Rowling anunciou um site oficial denominado de *Pottermore* (Potter mais) onde os fãs poderiam ter acesso a elementos exclusivos e histórias que enriqueciam o que é descrito nos livros, bem como informações sobre personagens, objetos mágicos, lugares fictícios, etc. O Site também proporcionava aos usuários experiências vividas pelos alunos de Hogwarts, tornando-os participantes da história como um todo, como uma espécie de RPG¹⁶.

Depois de sete anos de funcionamento, o Pottermore foi unificando ao site oficial do filme originando o site *Wizarding World*¹⁷ (mundo bruxo), nele contém não só as informações dos livros e filmes mas também tudo o que há de oficial sobre o universo criado por J.K Rowling. O site permite que os fãs obtenham, em um só site, notícias, vídeos dos bastidores dos filmes, loja online, entre outros recursos que faziam parte dos sites anteriores.

Segundo Jenkins (2009), não é considerada transmídia obras que não sejam daquela matriz, ou seja, daquele universo minuciosamente planejado, como por exemplo os colecionáveis que necessitam da narrativa original para que possa fazer sentido para o consumidor. As licenciadoras da marca não autorizam a criação de novas vertentes do enredo primário com o receio de estas gerarem um descontentamento, falhas indesejadas e contradições que podem desrespeitar a consistência da expectativa que o público tem da franquia, porém, alguns casos, autorizam outras empresas a utilizarem elementos da narrativa para a confecção de produtos menores.

A narrativa transmídia é uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa das comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte de criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletadores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com outros fãs, em grupos de discussão on-line. (JENKINS 2009, p. 49)

¹⁶ Estilo de jogo em que as pessoas interpretam seus personagens, criando narrativas, histórias e um enredo guiado por uma delas. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/video-game-e-jogos/243-o-que-e-rpg-.htm>> Acesso em: 11 de junho de 2020.

¹⁷ Site oficial da franquia. Disponível em: <www.wizardingworld.com>. Acesso em: 19 de junho de 2020.



Melissa Anelli (2011) em seu livro, conta um pouco sobre a euforia que existia na época dos lançamentos dos livros entre os anos 2000 e 2007. Diz ela que algumas de suas amigas eram estabelecidas graças a colisão entre Harry Potter e a internet. Segundo ela, existia um sentimento de comunidade que ligava os fãs através de salas de bate-papo, fóruns de discussão e sites de fãs que se mantinham sempre atualizados com cada nova notícia que surgia sobre os novos livros e filmes.

Jenkins (2009), observa que para que uma narrativa transmídia obtenha sucesso é necessário que ela busque atrair múltiplos públicos, alterando modernamente o conteúdo de acordo com a mídia. Todavia, é primordial que se tenha conteúdo suficiente para sustentar cada uma das plataformas e que elas proporcionem vivências totalmente novas ao público-alvo. Partindo desse ponto de vista, desde o primeiro lançamento de Harry Potter, a autora nunca deixou de proporcionar novos conteúdos para os fãs, que sempre estão insatisfeitos.

Para entender melhor o funcionamento de transmídia, Eco (1989 ARNOUT et all, 2011) explica que a narrativa em questão deve ser enriquecida de personagens e repleta de informações que gerem lacunas a serem preenchidas, incentivem o público a colher informações, se envolver e participar deste contexto. Ou seja, utilizar do imaginário, partindo da premissa de explorar estas lacunas para criar novos caminhos a serem trilhados.

Um exemplo claro é a nova franquia de filmes, derivada da saga Harry Potter. Conforme dito anteriormente, o filme *Animais Fantásticos e onde habitam* é inspirado em um livro que faz parte da coleção de livros didáticos da *Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts*. Nele contém informações sobre os mais diversos animais mágicos do mundo dos bruxos e também acontecimentos “reais” envolvendo essas criaturas. Em 2001, o livro saiu do imaginário tornando-se tangível e comercial, contudo, somente em 2013 foi anunciado que haveria uma adaptação do livro para uma franquia de filmes com o mesmo nome da obra.

O primeiro filme da franquia *Animais Fantásticos* foi lançado em 2016 e o segundo em 2018 pela mesma produtora e distribuidora dos filmes de Harry Potter, a *Warner Bros. Pictures*. Outros três filmes serão produzidos, totalizando cinco, cada um apresentando informações novas sobre o universo de J.K Rowling mesclando com lacunas deixadas pela história original de Harry Potter. Em um contexto geral, *Animais Fantásticos* foi uma possibilidade encontrada entre os mais diversos componentes da história Harry Potter que fez sentido para livro e filmes.

Jenkins (2009) ressalta que existe obviamente um interesse mercadológico por trás da narrativa transmídia. Todos os esforços da indústria do entretenimento são voltados para a



construção, expansão de franquias e ao interesse em unir o entretenimento ao marketing, para criar fortes vínculos emocionais com o intuito de usá-los para atrair mais públicos e gerar mais vendas. O autor afirma que vivemos uma economia afetiva onde consumidores estão cada vez mais ligados com os produtos culturais, gerando entre as empresas uma disputa incessante para conquistar a atenção desses consumidores.

Sobre os entendimentos relacionados a transmídia, Arnout et al. (2011) ressaltam que é primordial fazer bom uso de cada uma das plataformas onde a narrativa será apresentada para que elas se completem. É necessário ter um conhecimento profundo sobre cada uma delas afim de aproveitar todas as vantagens e recursos que estas têm a oferecer. As conexões entre as mídias escolhidas pelo projeto devem conter uma narrativa fluida e que faça sentido para o público, gerando assim relações essenciais entre marca e consumidor, fundamentais para o alcance do sucesso.

CULTURA POTTER

Museu de história natural de Londres, meia noite do dia 20 de junho de 2007. J.K Rowling começa a ler o primeiro capítulo de *Harry Potter e as relíquias da morte* para 1700 pessoas escolhidas através de um sorteio entre 9 mil inscritos. Ao redor do globo, no mesmo horário, dezenas de milhares de fãs colocavam a mão em seus tão aguardados exemplares do último livro da saga Harry Potter. Nas primeiras 24 horas foram vendidas cerca de 2,65 milhões de cópias no Reino Unido e 8,3 milhões somente nos Estados Unidos (RUNCIE, 2007).

Potterheads, assim se autodenominam os fãs da saga Harry Potter. Estes, ao longo de mais de duas décadas, fizeram história quando se olha para os recordes em vendas obtidos pelas obras de Rowling, que lhe renderam vários prêmios e prestígio no ramo literário. Os *potterheads* estão presentes pelos mais diversos tipos de mídia possíveis, nelas eles interagem, criam suas próprias narrativas e consomem freneticamente os conteúdos disponibilizados em rede, um fenômeno denominado de cultura participativa.

Cultura participativa é o termo utilizado por Jenkins (2006 apud Camargo; Estevanim; Silveira, 2017) para esclarecer a atuação do público nos processos de comunicação de diferentes plataformas de mídia. Hoje em dia ele pode se “apropriar” de ideias, recriar e distribuir diferentes materiais de forma mais fácil, veloz e barata; tudo possibilitado pelas tecnologias que também permitem que os consumidores promovam a recirculação dos conteúdos midiáticos de



forma mais abrangente. Todo esse processo de participação é fundamental para analisar como a cultura funciona.

Para contextualizar essa participação dos fãs, para Arnout et al. (2011), o receptor deixa de assumir o papel de agente passivo e decodificador das mensagens impostas pelo emissor, e passa a assumir o papel de criador de novos conteúdos, o que lhe permite aceitar ou não informações que por ele não são reconhecidas ou desinteressantes. Dessa forma o receptor torna-se autor de sua própria versão da mensagem de acordo com suas práticas de vida e seus valores morais. É possível enxergar isto na prática quando observamos a forma participativa que os fãs de Harry Potter têm de se expressar e juntarem seus conhecimentos para o uso coletivo.

Inteligência coletiva, "é uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências" (Lévy, 2000, p. 28). O autor avalia a inteligência coletiva como um benefício para o enriquecimento intelectual de um grupo ou sociedade como um todo. Partindo desse princípio analisa-se que inteligência coletiva é um apanhado de conhecimentos de diferentes pessoas, que quando reunidos constroem a inteligência de um grupo.

Partindo desse ponto de vista, observa-se que o universo criado por J.K Rowling é tão vasto e cheio de pequenas histórias que criam um certo grau de inconformismo por não ter mais informações fora dos livros. Em função disso, é notória a grande infinidade de *fanfics*¹⁸ de Harry Potter espalhadas pela internet, que são geralmente curtas histórias inventadas pelos fãs que envolvem o passado e futuro dos personagens dos livros, porém as mais comuns são aquelas que contam sobre relacionamentos amorosos entre eles e as que usam o ponto de vista de outro personagem em decorrência dos acontecimentos citados nos livros.

Anteriormente as *fanfics* se restringiam aos sites e aos fóruns de debate, hoje é possível encontrá-las nas redes sociais. No *Twitter*¹⁹ por exemplo, os fãs criam perfis na plataforma e assumem a personalidade de alguma figura dos livros, trocam mensagens entre si e compartilham experiências como se estivessem dentro do universo Potter (exemplo na figura 2). Geralmente esses perfis são seguidos por milhares de outros fãs comuns que acompanham, interagem e compartilham os conteúdos destas personas fictícias.

¹⁸ São narrativas ficcionais, escritas e divulgadas por fãs. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Fanfic>>. Acesso em 13 de junho 2020.

¹⁹ Rede social de troca de mensagens e conteúdo. Disponível em: <<https://twitter.com/>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

Figura 2 - Perfil Tio Severo no twitter



Fonte: Disponível em: < https://twitter.com/tiosevero_ >. Acesso em: 14 de junho. 2020.

Para Lévy (2000), ciberespaço é um local de troca de informações ofertado pelos meios tecnológicos e é o mais novo local de "disponibilização" de informações possibilitado pelas novas tecnologias. Um espaço que comporta todas as outras mídias e oferece recursos infinitos há algumas décadas. Trata-se de um espaço um tanto desconhecido, cheio de desafios e incertezas; tanto nas suas ações, quanto em suas características filosóficas e teóricas. Um espaço amplo, imaterial, navegável que se constrói em cima de sistemas, e, por esse mesmo fato, é também o sistema favorável ao caos. Partindo dessa premissa Jenkins observa que:

As [empresas] proibicionistas estão tentando impedir a participação não autorizada; as cooperativistas estão tentando conquistar para si os criadores alternativos. Os consumidores, por outro lado, estão reivindicando o direito de participar da cultura, sob suas próprias condições, quando e onde desejarem. Esse consumidor, mais poderoso, enfrenta uma série de batalhas para preservar e expandir seu direito de participar (JENKINS, 2009, p. 236).

A partir de 1999 Harry Potter havia se tornado a história do momento. Os sites muito bem estruturados e ricos de informações feitos por fãs estavam se tornando cada vez mais

conhecidos entre a comunidade. Este sucesso foi possível graças aos avanços tecnológicos e a viabilidade da internet que permitiram que os administradores destes *fansites*, geralmente adolescentes autodidatas, aprendessem a elaborar páginas e coloca-las na web (ANELLI, 2011).

Não demorou para os que os advogados da franquia vissem nos conteúdos destes sites um problema a ser combatido, chegaram a questionar J.K Rowling sobre o seu posicionamento quanto aos elementos contidos nos sites, ao invés de impor regras ou processar os “autores” amadores, ela preferiu não interferir e aceitar aquilo como lisonjeiro, visto que na visão dela, em sua maioria eram crianças escrevendo para crianças. Os limites não estavam definidos a respeito das criações dos fãs, mesmo que estes demonstrassem uma predisposição em atribuir os devidos créditos à autora, como se pode conferir em diversos sites e blogs (ANELLI, 2011).

Figura 3 - Nota de rodapé sobre direitos autorais do site Potterish.



Fonte: Potterish. Disponível em: <<https://potterish.com/>>. Acesso em: 12 de junho. 2020.

A Warner Bros. também fez parte do que se chama de “as Guerras de Potter”, era basicamente uma tentativa de barrar as narrativas feitas por fãs a partir dos conteúdos dos livros, partindo do princípio que elas infringiam os seus direitos intelectuais (JENKINS, 2009). O *fandom* era novo e muito não se conhecia sobre o que estava acontecendo, as coisas estavam acontecendo organicamente e aceleradamente até que a companhia decidiu instituir um departamento jurídico para enviar cartas oficiais aos donos de sites que usavam termos e imagens de Harry Potter, notificando-lhes que seus conteúdos poderiam causar confusão no

público consumidor e em alguns casos pediam para que o domínio do site fosse transferido para a companhia, caso contrário o caso seria encaminhado aos advogados da marca (ANELLI, 2011).

Em muitos casos, o dono original do site recebia permissão para continuar usando-o sob o nome original, mas a Warner Bros. mantinha o direito de fecha-lo se encontrasse “conteúdo ofensivo ou inadequado”. Os fãs sentiram como se tivessem levado uma bofetada, encarando a atitude do estúdio como uma tentativa de controlar os sites. Muitos deles eram crianças ou adolescentes que estavam entre os organizadores mais ativos da comunidade de fãs de Harry Potter. (JENKINS, 2009, p. 259 – 260)

Era de se esperar que haveria uma resistência por parte dos fãs em garantir o direito de escreverem suas próprias narrativas mesmo que estas fizessem uso dos elementos por Rowling comercializados. Melissa Anelli (2011), destaca a campanha feita por um ativista de Londres, que criou o site potterwar.org.uk, que coletava informações sobre as cartas citadas acima e sugeria que todas pessoas que as receberam, saturassem os e-mails da Warner sugerindo que a companhia comprasse todos os nomes relacionados e contidos nos livros de Harry Potter. O caso foi tema de matéria no *Mirror*²⁰ que retratava uma das adolescentes como “vítima da avareza corporativa”.

A polêmica envolvendo a Warner Bros. fez com que a companhia recuasse e se desculpasse. Em uma entrevista, a vice-presidente sênior da *Warner Bros. Family Entertainment*, Diane Nelson, declarou que a empresa foi ingênua ao enviar cartas de cunho jurídico aos fãs e tudo aconteceu em decorrência de uma falha na comunicação (ANELLI, 2011). A Warner não sabia direito com o que estava lidando, apenas fizeram o que usualmente se faz para proteger os direitos autorais, porém desde o início sabiam que esses sites seriam mais tarde fundamentais para o sucesso da franquia (JENKINS 2011).

É explicado por Jenkins (2009) que o público deseja participar ativamente da criação e circulação dos mitos culturais e ter o direito de usar a imaginação para criar seus próprios pontos de vista, sem que isso seja deliberadamente autorizado por alguma empresa que se mostra caridosa ao ceder os seus tão preciosos domínios intelectuais. Os fãs repudiam a ideia existente

²⁰ Tabloide *Mirror*. Disponível em: <<https://www.mirror.co.uk>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

de que estas propriedades intelectuais têm que ser algo demasiadamente restritas, em vez disso preferem acreditar que à medida que elas são difundidas, das mais diversas formas e nas mais diversas possibilidades, mais elas adquirem valor e notoriedade.

A solução para pôr um fim nos conflitos causados pela tentativa de intervir nos conteúdos utilizados por fãs na internet, foi a criação de um regulamento de leis de uso mais flexível, desde que não houvesse interesses lucrativos por trás dos trabalhos (JENKINS, 2009). J.K Rowling e seus agentes ainda hoje tomam atitudes mais severas quando sites insistem em vender produtos não autorizados ou quando produtores independentes insistem em associar a marca a pornografia. (ANELLI, 2011).

Esses conflitos que envolvem diferentes pontos de vistas e contradições são naturais nesta transição, onde o perecimento de certos costumes midiáticos dá lugar a novos. De um modo geral, todos estão se adaptando com as novas formas de pensar e agir; a convergência das mídias, inteligência coletiva e a cultura participativa, estão em constante mudança, produzindo desejos e incertezas na sociedade. (JENKINS, 2009).

Além do meio digital, os fãs de Harry Potter estão presentes e atuantes também nos meios não online. Em várias partes do mundo, por exemplo, existem organizações que até hoje exercem atividades fora da internet que promovem entretenimento sem fins lucrativos, quase sempre são fãs que promovem encontros, debates ou até mesmo criam suas próprias bandas de rock inspiradas na obra fantástica de J.K Rowling.

Assim como o Potter War, que visava fazer a Warner Bros. repensar sobre como tratar os fãs, surgiu também o grupo ativista *HP Alliance*²¹ que utiliza dos ensinamentos aprendidos na saga do menino bruxo, para difundir obras de caridade pelo mundo e incentivar a prática da leitura. Conforme o apresentado por Jenkins (2009), esse grupo participou de encontros juntamente com outras entidades de fãs, para discutir assuntos políticos, como por exemplo: as práticas de genocídio no Sudão.

Em 2007, próximo do lançamento do último livro da franquia Potter, a autora fizera uma um cartão escrito a mão que continha 93 pistas sobre os acontecimentos do sétimo livro para ser leiloado cujo valor arrecadado seria destinado a uma ONG que lutava em prol da alfabetização na Grã-bretanha. O *Leaky Caldron*²² promoveu uma campanha, denominada de

²¹ HP Alliance. Disponível em: <<https://www.thehpalliance.org>>. Acesso em: 17 de junho de 2020.

²² Site de Fãs de Harry Potter. Disponível em: <<http://www.the-leaky-cauldron.org>>. Acesso em 17 de Junho de 2020.

“Get a clue” (consiga uma pista), solicitando a doações aos fãs e se ocorresse de ganhar o conteúdo do cartão seria postado no site para o conhecimento de todos, contudo, o valor arrecado não foi suficiente e perderam para um desconhecido que arrematou o manuscrito por 44 mil dólares (ANELLI, 2011).

Além de organizações filantrópicas e campanhas criadas pelos fãs, como apresenta em seu livro, Melissa Anelli (2011) também apresenta bandas de rock que compõem músicas inspiradas nos personagens e acontecimentos dos livros de Harry Potter a partir de 2002. Entre as mais diversas estão a *Harry and the Potters*, *Draco and Malfoys* e *Darius's The hungarian horntails (Rabo-córneo húngaro de Darius)* que fizeram sucesso entre os fãs por todos os estados do Estados Unidos. Acessórios e composições musicais atraentes as bandas de Rock bruxo lotavam casas shows com suas apresentações, dando início ao gênero musical Rock Bruxo.

Ainda hoje vários fãs produzem filmes amadores que contam algum trecho dos livros que não fizeram parte do enredo cinematográfico da franquia Harry Potter. São geralmente recortes da vida de algum personagem importante da saga, fora do cânone da vida do protagonista principal. Entre os mais famosos estão “*Voldemort: a origem do herdeiro*²³”, “*Dumbledore e Grindelwald – O bem maior*²⁴” e “*Severo Snape e os marotos*²⁵” todos com produções surpreendentes e cheios de efeitos especiais.

A MAGIA EM BELÉM

O ano era 2011, quando os trabalhos do *Oppugno7* começaram. Larissa Carvalho e Eric Monteiro decidiram criar um blog contendo informações e notícias sobre os filmes de Harry Potter por puro entretenimento. Logo depois descobriram a existência de um fã clube potterhead na cidade que imediatamente os convidou para fazer parte da sua administração, nele contribuíram para a realização de festas, encontros e eventos, nada muito diferente dos padrões que envolvem outros fã-clubes pelo Brasil.

²³ Voldemort: a origem do herdeiro. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=C6SZa5U8sIg>>. Acesso em: 17 de junho de 2020.

²⁴ Dumbledore e Grindelwald – O bem maior. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OGHBwk0quxs>>. Acesso em: 17 de junho de 2020.

²⁵ Severo Snape e os marotos. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=k4GVgKdKkSM>>. Acesso em 17 de junho de 2020.

Dois anos mais tarde decidiram montar seu próprio fã-clube com uma ideologia mais dinâmica e atrativa ao público que participava. Em 13 de Julho de 2013, foi fundado o grupo denominado Support Potter (Apoie Potter). A princípio contava com apenas 15 pessoas convidadas através das redes sociais, que decidiram participar do primeiro encontro realizado onde ocorreria jogos, sorteios e brindes disponibilizados pelos organizadores.

Mensalmente são realizados encontros que abordam algum tema relacionado ao universo de J.K Rowling. Os membros são divididos em quatro casas, como em Hogwarts. Assim que ingressam no grupo, estes precisam obrigatoriamente efetuar o teste das casas disponível no site oficial para que, assim como na história, possam contribuir para a obtenção de pontos que definem, no mês de agosto, a campeã da anual Taça das Casas. Em grupos de troca de mensagens as casas se organizam, criam estratégias para a obtenção de pontos e estudam os conteúdos das competições.

Durante aproximadamente sete anos, o Support Potter acarreta aproximadamente 90 eventos entre grandes e pequenos, muitos deles em parceria com empresas do ramo literário, Secretaria de Cultura do Pará (SECULT), lojas e empresas locais. Cada um desses eventos foi essencial para o desenvolvimento e o reconhecimento do fã-clube não só em Belém, mas também em todo o território brasileiro. Essas parcerias são obtidas através de ofícios ou pela procura desses órgãos por grupos que possam ajudá-los com suas campanhas relacionadas a Harry Potter.

Contando com o apoio da SECULT, o Support Potter promoveu uma exposição²⁶ de coleções, artes feitas por fãs e exibição dos filmes no CENTUR (Cento de Cultura e Turismo Tancredo Neves). A exposição durou um mês e era aberta ao público que poderia ter acesso gratuitamente. Nela os fãs e admiradores poderiam conhecer os objetos mágicos do universo Potter, miniaturas dos personagens e livros; além da possibilidade de ingressar no fã-clube para fazer parte dos encontros.

O segundo grande evento da história da cultura Potter em Belém foi o *I Torneio Paraense de Quadribol*²⁷ organizado pelo fã clube em questão, que contou com a presença de cerca de 300 pessoas nas dependências do *Núcleo de Esporte e Lazer* (NEL) do Estado. O torneio foi uma adaptação dos jogos praticados pelos bruxos com base nas regras organizadas

²⁶ Exposição. Disponível em: < <http://www.fcp.pa.gov.br/noticias/311-filmes-da-saga-harry-potter-serao-exibidos-de-graca-no-centur>>. Acesso em: 17 de junho. 2020.

²⁷ Torneio de quadribol. Disponível em: < <http://abre.ai/torneioparaensedequadribol>>. Acesso em: 17 de junho. 2020.

pela Associação Internacional de Quadribol²⁸ (IQA) e teve como campeão o time da Casa Sonserina.

Outro evento grande aconteceu em 2016 com o lançamento do roteiro de Harry Potter e a criança amaldiçoada. A parceria entre livraria Saraiva e o Support Potter organizou uma semana de exibição dos 8 filmes da saga até o dia do lançamento do livro, que aconteceria a meia noite do dia 31 de outubro. Não se tem o número exato de pessoas que participaram, porém estima-se que cerca de 600 a 700 compareceram ao evento, de acordo com a quantidade das senhas distribuídas.

A parceria entre o Support Potter, livraria Saraiva e Editora Rocco resultou na maior pré-venda da América Latina. Em Entrevista²⁹, Viviane Viegas, ex-analista de marketing e eventos da Livraria Saraiva Belém, fala sobre o ocorrido:

“[...] A Saraiva foi à livraria da América Latina com o maior número de livros vendidos na pré-venda, e a loja Mega Belém sozinha representava mais da metade dessas vendas para a rede, os analistas das outras regiões ligavam querendo saber qual estratégia estávamos utilizando, mesmo não tendo todo o aparato decorativo das maiores lojas do grupo nossos números eram o melhor. Mal eles sabiam que tínhamos como parceiros um Fã clube louco, apaixonado e comprometido em fazer história, nossa equipe era criativa e envolvida com as metas, mas sem esses potterheads tudo ficaria mais difícil, eu me recordo que o Sherman (gerente de operações da loja na época), dava cada ideia louca e com excelência eles cumpriam!”

Inspirando-se no quarto livro e apoiado pela editora Rocco, em 2017, foi promovida uma releitura do Torneio Tribuxo que durou aproximadamente seis meses. Dividido em quatro tarefas eliminatórias. O torneio consistia em enigmas, jogos de concentração e provas de conhecimentos gerais sobre a saga que culminariam na vitória de um único campeão. Este ganharia uma cesta com os mais diversos itens colecionáveis relacionados a saga e o prestígio entre os membros do fã-clube.

E assim como no filme, em seu encerramento, o Torneio Tribuxo contou com o tradicional Baile de Inverno, que também foi uma adaptação do acontecimento apresentado no quarto longa-metragem. Foi uma noite de comemoração e contou com a presença não só dos

²⁸ Associação internacional de Quadribol. Disponível em: <<https://www.iqasport.com/>>

²⁹ Entrevista com Viviane Viegas. 19 de junho de 2020.

membros do fã-clube vestidos a caráter, mas também de pais e apoiadores do evento. Viviane Viegas, em uma entrevista sobre a festa, disse que o baile foi a realização de um longo trabalho; ressalta que precisava ver, precisava participar e finaliza dizendo que tudo estava bem organizado e alegre (Canal Support Potter, 2017).

Também fazem parte do histórico do fã-clube, as festas temáticas de Halloween, piqueniques e lançamentos de novas edições dos livros publicados. Estes eventos costumam contar com um grande número de crianças e jovens e contam com o apoio das editoras e distribuidoras que acreditam no potencial do grupo para comercializar os seus produtos e serviços. O Fandom Pub³⁰ é um desses apoiadores, o estabelecimento oferece o seu espaço para a realização de festas temáticas nas quais oferecem sanduíches temáticos e bebidas não alcoólicas presentes nos livros e filmes.

Através das entrevistas, pode-se constatar que o consumo de produtos relacionados à saga em Belém não é diferente do restante dos fãs espalhados pelo mundo. Em entrevista para esse artigo, Arícia Begot³¹, membro do fã-clube, diz que o seu consumo se dá geralmente pela compra de blusas, canecas, cadernos e etc. E completa que esses produtos fazem parte do seu dia-a-dia.

As relações entre os membros vão além dos interesses em comum, a criação de fortes elos de amizade, união e apoio fazem parte dos valores encontrados ao participar do Support Potter. Em entrevista, Rafael Figueiredo³², um dos primeiros membros do Support Potter foi questionado acerca de como ele enxerga o grupo e diz:

“Tenho várias considerações a fazer. O fã clube representa amor e admiração pela história da saga, por tudo que representa a cada um dos membros. Além disso, representa laços de amizade que vão muito além do que apenas se conhecer, é uma ajuda mútua, é união, é apoio ao próximo. Também é uma maneira de nos divertimos, muitos dos membros se sentem maravilhosamente bem em participar dos encontros, dos eventos, faz com que se desliguem de problemas, de dificuldades diárias, e outras questões. Ainda, vejo como uma cultura de um público específico, as competições e eventos do fã clube abarcam muito mais do que páginas de livros. Por fim, enxergo como uma

³⁰ Fandom Pub. Disponível em: < <https://www.facebook.com/ofandompub>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

³¹ Entrevista com Arícia Begot. 18 de junho de 2020.

³² Entrevista com Rafael Figueiredo. 18 de junho. 2020.

família, que briga, se ama, ri, debate, se diverte e com toda certeza é feliz em fazer parte deste gigantesco fã clube.”

Hoje o Support Potter conta com de dezenas de fãs ativos que participam dos eventos promovidos pelos organizadores e se organizam dentro e fora dos encontros. Em sua totalidade, são pessoas de diversas idades, classes sociais, cores e gêneros que interagem umas com as outras através da parceria; de maneira respeitosa e livre de preconceitos, se autodenominando de Família Potterhead.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conto de fadas ou não, Harry Potter possibilita uma vasta gama de linhas de pensamentos ultrapassando os limites do imaginário e do convencional. O desenvolvimento do presente estudo me possibilitou a compreensão da saga como um forte marco na cultura pop e midiática utilizando como base os renomados autores que me auxiliaram neste trabalho.

Mesmo com tantos obstáculos enfrentados pela autora, entre eles a negação de sua obra sendo inapropriada para crianças devido ao grande número de páginas, traumas familiares e até mesmo o fato de ser mulher, não a impediram de dar prosseguimento em seu projeto de tornar Harry Potter um livro publicável. Graças a pessoas que viram a obra Harry Potter sob um outro ponto de vista, o sonho de uma autora aspirante se tornou realidade.

Após a saga se tornar conhecida mundialmente, teve início o projeto de expansão de todo aquele universo outrora contado nos livros, levando-a a conquistar fãs ao redor do mundo e a obter espaço de prestígio entre os maiores best-sellers da história, chegando a influenciar a prática da leitura e da escrita entre crianças, jovens e até mesmo adultos. Para que isso se tornasse possível foi necessário a utilização dos artifícios apresentados neste estudo.

Com base nos estudos de Kotler pude compreender que para que exista uma comunicação efetiva é necessário estabelecer uma pesquisa minuciosa e fazer o bom uso dos meios disponíveis a fim de se alcançar o objetivo estabelecido para atrair e se relacionar com os consumidores. Jenkins também foi fundamental para a compreensão de que a cultura da convergência é a democratização dos meios de comunicação, entender Harry Potter como um

fenômeno de narrativa transmídia e como a marca se tornou um universo expandido no meio midiático.

Posso afirmar com base nas pesquisas que a utilização da narrativa transmídia contribuiu de forma significativa e expressiva para o alcance do sucesso da história contada por J.K. Rowling nas mais diversas plataformas usadas para concretizar todo o seu imaginário. Fruto da procura por mais histórias do universo Potter, mais respostas e mais experiências por parte de seus admiradores.

Com o estudo foi possível compreender que o recorrente sucesso entre os fãs se deu a partir dos trabalhos feitos por eles mesmos, sem intenções preestabelecidas, sem interesses mercadológicos e livre de regras. Tudo aconteceu de forma orgânica e fluida com o auxílio dos novos meios de comunicação e as possibilidades que eles oferecem. É possível observar toda organização dos fãs, ou pelo menos uma parte dela, não só em busca de entretenimento, mas também de lutas por direitos de se expressarem e criarem suas próprias releituras da história.

O estudo dos casos mais relevantes que ocorreram durante mais de duas décadas serviu para compreender os processos que culminaram na fama mundial, utilizando os artifícios das pesquisas exploratórias, bibliográficas e documentais que me levaram a compreender que os fãs, especialmente os belenenses, têm um envolvimento não só literário, mas também afetivo com a marca Harry Potter. O Support Potter faz parte desta história, grupo onde os fãs compartilham de “amor” em comum e eu como criador sinto orgulho de todo esse trabalho realizado em todos esses anos.

Toda essa pesquisa e suas nuances agregam acontecimentos reais e conceitos estudados no ramo da comunicação e literatura para explicar que é possível que uma história contada inicialmente para crianças possa se tornar um marco de referência para pesquisadores, que assim como eu, buscam desvendar os artifícios utilizados para se alcançar o sucesso. Que este estudo sirva de referência documental e mostre que marcas deixam marcas.

REFERÊNCIAS

ANELLI, Melissa. **Harry e seus fãs**. Rio de Janeiro: Rocco, 2011.

Arnaut, R. D., Hipólito, L., Nogueira, F., Rodrigues, B., Uhieda, S., *et al.* Era transmídia. **Revista GEMInIS**, ano 2, n. 2, 259-275. 2011. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/93/pdf>>. Acesso em: 16 de abril de 2020.

BAILE DE INVERNO - TORNEIO TRIBRUXO. Belém. Support Potter, 4 de agosto de 2017. Vídeo, 15:49m, son., color.

CAMARGO, Isadora; ESTEVANIM, Mayanna; SILVEIRA, Stefanie C. da. Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais. **Revista Comunicare**, ano 17. n. 5, 102-118. 2017. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-5-Communicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

FARIA, Maria Alice. **Como usar a literatura infantil na sala de aula**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2008. Disponível em: <<http://faifaculdades.edu.br/eventos/SEMIC/6SEMIC/arquivos/resumos/RES22.pdf>>. Acesso em: 26 de maio de 2020.

Harry Potter ajudou a transformar o hábito e o mercado de leitura no Brasil?. **Engeplus**, 2020. Disponível em: <<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>>. Acesso em: 6 de maio de 2020.

Internet Innovation. Disponível em: <<https://www.internetinnovation.com.br/blog/entenda-o-conceito-de-transmidia-e-a-cultura-da-convergencia/>>. Acesso em: 16 de maio de 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LEÃO, M. T. **Identidade e fandom: Análises de práticas de fãs de Harry Potter**. Orientador: Prof. Dr. Marcelo Machado Martins. 2019. 101 f. Dissertação (Pós-graduação em consumo, cotidiano e desenvolvimento) – Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), 2019.



Disponível em:
<<http://www.tede2.ufrpe.br:8080/tede2/bitstream/tede2/8278/2/Maria%20Thereza%20dos%20Anjos%20Carneiro%20Le%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

Mulheres escritoras: A trajetória de grandes autoras na literatura. **UNIVERSO DOS LIVROS**. Disponível em: <<https://universodoslivros.com.br/mulheres-escritoras-a-trajetoria-de-grandes-autoras-na-literatura/>>. Acesso em: 27 de abril de 2020.

RUNCIE, J. *Um ano na vida de Rowling*. 2007. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=FEDFyZSVZVU>>. Acesso em 12 de junho. 2020.

SANTO, Rodrigo. Recordes de livros no livro dos recordes. **Estante Blog**. 2015. Disponível em: <<https://blog.estantevirtual.com.br/2015/10/20/recordes-de-livros-no-livro-dos-recordes/>>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

SMADJA, Isabelle. **Harry Potter as razões do sucesso**. Rio de Janeiro: Contraponto. 2004.