

## HARRY POTTER, EXPERIÊNCIA CULTURAL DA SOCIEDADE EM MIDIATIZAÇÃO

Edu Jacques<sup>1</sup>

### **Resumo:**

Este artigo avalia três momentos da experiência cultural representada pela saga de Harry Potter: os eventos organizados pelo fã-clubes Herdeiros de Sonserina, o site brasileiro especializado *Potterish* e duas páginas de conteúdo relacionado à série na rede social Facebook. Tendo a narrativa principal sido concluída na literatura e no cinema, ainda assim fãs perpetuam seus sentidos em práticas diversificadas. A particularidade desses movimentos reside na emergência da midiatização como fenômeno de referência nas relações sociais. O fortalecimento das redes técnicas facilitará a expansão dessa nova forma de consumo da qual a ficção é um exemplo, o consumo-criativo.

### **Palavras-chave:**

midiatização; Harry Potter; técnica; circulação; sistema de resposta

### **1. Introdução**

O modo de lidar com objetos culturais vem se alterando nas últimas décadas. O processo de interação proporcionado pelas e nas redes telemáticas constrói novos modos de apreciação e entretenimento. Um dos modelos teóricos que tenta dar conta dessa mobilização vinculada à tecnologia envolve o conceito de *midiatização*. Pesquisas sobretudo após o fim da década de 1990 têm destacado a mudança de um macro cenário: da etapa anterior, a mediação do campo da comunicação nas relações sociais, nos dirigimos para uma superposição dessa cadeia comunicacional enquanto componente das relações, cada vez mais tecnificadas.

De um lado põem-se os avanços tecnológicos que permitem trocas em hipermídia a velocidades cada vez mais rápidas, além da progressão dos próprios

---

<sup>1</sup>Mestrando na Unisinos. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Ucpel. E-mail: [edu.jacques@gmail.com](mailto:edu.jacques@gmail.com)

sistemas de processamento de dados; de outro, os *adensamentos identitários* em que se agrupam os consumidores. Essa dinâmica seria representada por um fenômeno sociológico distinto da visão de indivíduos isolados, antes interconectados, a partir do que se acentua a recontextualização dos sentidos disponíveis no fluxo difuso de informações das redes atuais. Tal constituição se efetivaria em forma de nichos, como os *fandoms* são exemplos práticos que tem envolvido a atenção sobre objetos culturais de massa.

No caso da literatura exalta-se o êxito atingido por Harry Potter. A construção desses bens simbólicos será descrita como uma mistura de gêneros populares que constituem uma estética própria das ficções pós-modernas (Martos Nuñez, 2006). A obra de J. K. Rowling na verdade é um universo criado a partir de elementos mágicos: a imagem clássica do bruxo em posse de varinha, lobisomens, e mesmo a separação bem demarcada entre bem e mal. No entanto, o título recebe prestígio ao partir do interesse em agregar leitores em idade escolar.

A história parte de um menino no início da adolescência que encontra um ambiente inteiramente novo, mágico, pronto para ser descoberto. A essa parábola que é própria da socialização dos jovens em período escolar se junta toda sorte de objetos e fatos que a autora cria. Precisamente, essa identificação contemplará uma geração que se estabelece com a consolidação da internet comercial. Esses fatores impulsionam a obra em direção a um consumo diferenciado, que relativiza a hegemonia das organizações de comunicação. Claro que a gênese desse movimento no que diz respeito a Harry Potter está fortemente ligada ao aparelho publicitário e a disseminação de seus sentidos em amplo mercado, mas isso não será particularidade da narrativa, pois ao longo do século XX já se viu a importação intensa de produtos culturais. Entretanto, a promoção de relações mediadas por computador formará espaços de concentração dos fãs, ao qual a linguagem desenvolvida não dependerá da gramática televisa e literária imposta hierarquicamente, mas emergirá de sua própria experiência, uma prática que ultrapassa a formação de mercado (BRAGA, 2007).

Basicamente, os fãs estabelecem grupos em torno de narrativas apreciadas, de onde desenvolverão capital cultural próprio e reclamam, literalmente, o domínio sobre os sentidos manifestados na obra de seu interesse, conformando o que é designado

como *fandom*<sup>2</sup>. Isto é sintoma da nova maneira de ser na sociedade em midiatização, isto é, de tecno-interações, as quais moldam a experiência cultural.

Harry Potter conquistou ampla margem de admiradores, tanto tendo como objeto a literatura quanto o cinema. Entretanto, essas duas principais modalidades que o mercado explorou chegaram ao limite narrativo, os meios de comunicação tradicionais esgotaram a trama original. Ainda que outros produtos se sucedam como derivados, a série original está concluída. Curiosamente, alguns fãs contornam essa escassez de inspiração e procuram produzir novos sentidos. Para este artigo relacionaremos criticamente como se desenvolvem as apropriações em espaços como a rede social *Facebook*, *sites* constituídos por outros fãs e a organização de encontros temáticos sobre a saga ocorridos em Porto Alegre.

## **2. Consumo Cultural como Extensão**

### **2.1. A institucionalidade do fã-clubes**

A instauração das redes é sem dúvida um fator fundamental na aproximação entre fãs, otimizando o contato entre grupos relativamente isolados do diálogo. É verdade que as atividades em torno de um produto cultural se intensificaram ainda no final dos anos 1960, quando consumidores constituíram redes de relacionamento em suporte à série *Star Trek* (JENKINS, 1992), mas as condições atuais, tanto do mercado quanto da tecnologia, promovem esses agrupamentos a um novo nível.

No Rio Grande do Sul o clube Herdeiros de Sonserina surgiu da iniciativa dos leitores e espectadores de Harry Potter que pretendiam estender sua ligação com a narrativa. Formado em 2010, enquanto os dois últimos filmes da série não haviam sido lançados, o grupo se mantém ativo em encontros mensais e eventos paralelos. As atividades que no início envolviam um grupo restrito, atualmente mobilizam dezenas de jovens nos encontros.

O crescimento dos Herdeiros de Sonserina para além do círculo de amigos estaria enraizado na divulgação em revistas que a Livraria Saraiva faz dos encontros em sua filial e justamente no endereço *online* que os coordenadores mantêm para informações e cadastros. Entretanto, a dinâmica de funcionamento do grupo será excepcionalmente presencial, apenas com as redes digitais como suportes informativos a esses encontros.

---

<sup>2</sup> Junção das palavras inglesas *fan* e *domain* ou *kingdom*.

Essa circunstância derruba a polarização de pensamento entre o *online* e o *off-line* enquanto inconciliáveis, característica de um entendimento que surge com a popularização da internet (FRAGOSO, RECUERO & AMARAL, 2011).

Durante as reuniões em espaço cedido pela livraria, os participantes – sob orientação dos coordenadores – realizam tarefas que dizem respeito à ordem de conhecimento específico sobre a série. Separados em grupos os fãs tem de responder a questões que remetem ao conteúdo descrito em algum dos livros da série, além de praticarem exercícios de mímica para adivinhação de trechos escolhidos. Entretanto, essa socialização irá admitir expedientes mais criativos a respeito da narrativa, é o caso da realização de esquetes sobre situações não incluídas na trama original, “desviando” em complementariedade os valores consumados na história. Algumas das ações serão redirecionadas ao ambiente digital como registro dos eventos, tanto no *Facebook* quanto no *Youtube*.

Portanto, não podemos falar de uma integração plena entre todos os participantes, de acordo com a posição privilegiada dos organizadores que ditam as atividades e mesmo pelas assimetrias que os jovens desenvolvem entre si, como aqueles que são mais engajados. Ainda assim destaca-se aí a autonomia relativa que eles obtêm nos encontros através dos quais são capazes de produzir os próprios sentidos tendo como plano de fundo Harry Potter. Poderíamos dizer, inclusive, que a presença nesses eventos já contempla uma apropriação sobre a ficção, ao tentar revigorar a experiência da fantasia.

## **2.2. Espaços comunais em rede**

Outra evidência da circulação posterior ao consumo da história criada por J. K. Rowling – em analogia ao que Braga enuncia como *sistema de resposta social* (2006) – se configura em *sites* destinados exclusivamente ao público da narrativa. No Brasil um dos exemplos verificados é o endereço *Potterish*, mantido por fãs há mais de dez anos. A página fornece uma sistematização do conteúdo relacionado a Harry Potter, notícias, entrevistas da autora, vídeos, enciclopédia da obra e, o que nos interessa principalmente neste artigo, conteúdo criado pelos fãs.

Potterish é a versão em língua portuguesa de sites criados ao redor do mundo, como o *Harry Latino*, expondo a amplitude do fenômeno cultural. A maior parte deles, e também no exemplo brasileiro, oferece serviços de hospedagem para *fanart* ou

*fanfictions*<sup>3</sup>. Essas modalidades de construção derivada obedecem a lógicas próprias. Em Potterish a subárea de postagens para construções literárias é chamada de *Floreios e Borrões*, em que constam mais de 24 mil histórias de fãs. No caso das fanfictions a liberdade criativa é mantida segundo cânones que variam de acordo com o espaço de divulgação. Além respeitar regras do sistema de publicação, como explicitar censura, gênero, grau de completude, os autores necessitam manter a trama associada ao conteúdo original, ou seja, teoricamente os textos que fujam muito do universo original não deveriam ser postados como criações a partir da obra Harry Potter.

Notoriamente, a expansão dessa prática de continuação da narrativa original desencadeou discussões sobre o assunto de direitos autorais (MARTOS NUÑEZ, 2006). Enquanto autores como Anne Rice não permitem a escrita de fanfictions por as considerarem uma violação da obra que lhes dá origem, J. K. Rowling permite a produção desses materiais desde que não assumam teor sexual. Entretanto, em Potterish as histórias são separadas pela classificação que os usuários lhes dão, inclusive a destinação para leitores acima de 18 anos. Somente no dia consultado (9 de agosto) haviam sido publicados no site 37 novos textos. As com maior média são dispostas em *ranking* na *homepage*.

Em função dessa atividade os fãs desenvolverão uma unidade comunal em torno da obra referenciada. Nas fanfictions divulgadas é comum ver manifestações de apoio pedindo para continuar as narrativas incompletas, ou mesmo críticas ao texto. De outro modo, ressaltando a capacidade de avaliação interna no fandom, destaca-se o sistema de votos incluído em *Floreios e Borrões*, numa escala de 1 a 5 os usuários cadastrados podem qualificar as histórias.

Em outra seção de Potterish encontramos o fórum de discussão *Grimmauld Place*. A área apresenta postagens subdivididas em temas diversos: os filmes, os livros, debates sobre possíveis casais formados pelos personagens e divulgação de criações de fãs (inclusive outro espaço para postagem de fanfictions). Embora haja uma insinuação crítica no fórum, ela raramente ultrapassa tópicos sobre impressões individuais, como “qual parte do livro gostou mais?”, “o que mudaria no filme?”, ou curiosidades sobre trechos incompreendidos no cinema ou literatura da franquia.

---

<sup>3</sup> Arte de fãs e ficção de fãs, respectivamente. Correspondem aos termos utilizados para descrever criações feitas a partir de produtos culturais disseminados no mercado.

### **2.3. Convívio social *online***

Se não se constituem como espaços especializados sobre o imaginário de Harry Potter, as redes sociais em expansão exprimem sua crescente importância para criação e/ou manutenção dos laços de intimidade. Dessa forma o convívio social tem assumido nas telas digitais a extensão dos diálogos cotidianos. Na atualidade a empresa que mais tem se destacado nesse segmento no Brasil é o Facebook. A plataforma inclui não apenas a catalogação dos amigos e formas de contato digital, mas também proporciona a divulgação de informações. Nisso se incluem, claro, as que representam o consumo cultural dos seus usuários.

As publicações normalmente são vinculadas aos perfis pessoais, no entanto há páginas de conteúdo que também podem disseminar informação. Entre elas estão a que dizem respeito a Harry Potter. O espaço homônimo da série, em língua inglesa, foi “curtido” 49 milhões de vezes, enquanto que o domínio em português mais popular encontrado, *A Varinha*, foi curtido 99 mil vezes<sup>4</sup>.

O próprio Facebook fornece informações adicionais sobre essas páginas internas ao seu endereço. Enquanto o ambiente em inglês contemplaria um público majoritário de jovens entre 18 e 24 anos, *A Varinha* corresponderia a uma faixa inferior, entre 13 e 17 anos. Ainda, outro dado importante é revelado pela rede social, se o grupo Harry Potter teve maior atividade (maior número de comentários de pessoas diferentes) em julho de 2011, período de divulgação do último filme da saga, a comunidade em língua portuguesa obteve maior alcance em junho de 2012, quase um ano após o auge da divulgação da obra cinematográfica.

Embora a maior parte das postagens nessa rede tenha teor nostálgico, em referência a passagens da narrativa, outras eminentemente criativas surgem como construção humorística ou fotos de fãs ligadas ao tema.

## **3. Crítica do Consumo Cultural Midiatizado**

Diante das práticas culturais descritas é mister associar seu débito ao fenômeno de midiaticização. Da mesma forma como a autonomia individual na Modernidade parece

---

<sup>4</sup> Dados referentes ao dia 10 de agosto de 2012.

ser redimida no consumo, a experiência cultural tem acompanhado a dinâmica econômica desde que se emancipou da ordem religiosa da Idade Média. A forma de prover a existência do homem sempre possuiu em graus diferentes técnicas pelas quais explorava a natureza e dava a se comunicar com a sociedade mesma. Os meios de comunicação de massa vem consolidar a evolução técnica e científica que daria corpo, mais tarde, à era com a qual nos deparamos, denominada de *ciberesfera* (GOMES, 2011).

A ciberesfera é uma metáfora da interconexão entre todos os eventos da vida contemporânea. Harry Potter, quanto a isso, representa a produção cultural que se fundamenta na transição entre a sociedade dos meios de comunicação de massa e a sociedade midiaticizada. Não se trata de negar o contexto em que surge no Reino Unido, escrito por J. K. Rowling e publicado massivamente em inúmeros idiomas. A criação tradicional – inclusive a estrutura da narrativa, linear – corresponde a um modelo reconhecido de autoria, o artista por si e o suporte de sua obra, seja aqui o livro. Mas a *resposta social* que lhe é atribuída ilustra a prática de nosso tempo.

A unificação<sup>5</sup> do fandom em redes digitais torna coletiva a experiência de interpretação da história, mas não se reduz a isto, ela ainda promove a *recriação dos seus sentidos*. Os espaços construídos por fãs em virtude das técnicas de comunicação ampliam o consumo cultural. Os endereços *online* fornecem informações complementares aos produtos que a indústria por trás da série difunde. A partir das adaptações da temática a variados meios – ressaltamos que são adaptações de um mesmo núcleo narrativo, não se tratam ainda de uma forma transmidiática de progredir o enredo – sites e outros veículos não estritamente filiados ao mercado vão transgredir a experiência dos objetos culturais. Essa atividade merece atenção por ser uma inclinação do segmento que antes era posto como consumo passivo; servidos de tecno-interações, agora os atores individuais contribuirão com agenciamentos dispostos difusamente.

Está implícita a virtude de Harry Potter em mobilizar um corpo tão numeroso de consumidores atraídos pela ficção fantástica a tal ponto de pretenderem buscar formas outras de consumo que não as ofertas enfileiradas em catálogos de livros ou fichas de videolocadoras. A ascensão do indivíduo na *web* permite desconstruir-se a centralidade do emissor, característica da sociedade dos meios de comunicação de massa.

---

<sup>5</sup> Falamos em unificação por considerarmos aquelas atividades ao redor de Star Trek ainda nos anos 1960 como o embrião dos fandoms atuais.

Nos exemplos destacados verificamos a preponderância dos dispositivos técnicos no consumo derivado. Inclusive o fã-clubes Herdeiros de Sonserina, baseado nos encontros mensais, agenda as atividades, efetua inscrições e veicula fotos e vídeos com o suporte de seu site e das redes sociais. De forma geral, podemos associar a emergência do *consumo-criativo* do fandom dessa série com a geração que começa a desenvolver o conhecimento prático sobre as operações da internet<sup>6</sup>.

O que está em jogo é a ascensão do consumidor na midiatização. Harry Potter é um esboço em que um grupo se concentra e prolifera sentidos anteriormente não expostos ou não sistematicamente organizados. Pela via técnica os consumidores são capazes de promover as próprias visões, criando histórias paralelas, a priori sem interesse comercial. O caso das fanfictions exemplifica a capacidade dessa circulação em fazer aparecer sentidos derivados para outros fãs. A difusão em rede não inicia, mas potencializa o alcance dessas criações a ponto de elas impactarem na experiência cultural de outros consumidores.

No esquema apresentado por Verón (1997) demonstra-se a complementaridade de três eixos principais a partir dos quais se engendra a midiatização. As instituições, meios e atores individuais dividiriam em forças interdependentes os condicionamentos sobre a sociedade. Os discursos postos em circulação assim não possuem, sem máculas, os valores que lhes foram designados pela instituição promotora. A ficção do menino-bruxo uma vez colocada ao acesso dos consumidores pela via dos *media* deixa de ser apenas objeto de compra e assimilação. A experiência de Harry Potter chega a ser criativa, repondo em circuitos de fãs, não mercadológicos, o que estes sentiam ausência, seja por forma de encontros, textos complementares ou postagens em redes sociais.

Vimos que os grupos geram valores internos de avaliação. Uma contrapartida do próprio fandom para examinar a qualidade das produções amadoras. Essas práticas acabam demonstrando que os julgamentos repetidamente refletirão os juízos compartilhados pela maioria ou, em último caso, as definições dos dirigentes dos espaços acionados. A esfera de resposta sobre franquias específicas carece de discussão crítica sobre a obra-referência por essa prática não toca a experiência cultural em questão. No melhor exemplo observado de tensionamentos sobre os sentidos de Harry Potter, no fórum Grimmauld Place, de Potterish, o que se constrói é um aglomerado de visões pessoais, comumente sem tocar nas qualidades do enredo, sua importância social



ou identitária. Enquanto os campos – como cinema, jornalismo, música – se servirão de “observatórios” variados para inquirir a partir de óticas distintas sobre os conteúdos que reproduzem (BRAGA, 2006), a comunidade que se baseia na narrativa de Harry Potter se inclina mais para preencher as lacunas que a história deixa em aberto entre os fãs do que exercitar uma crítica dos próprios livros ou filmes.

#### **4. Considerações Finais**

A experiência sobre produtos culturais massificados na virada para o terceiro milênio é alterada substantivamente a partir dos avanços tecnológicos. A tecnologia não pode ser considerada neutra, tendo como fundo sua mirada ao mercado. Entretanto, os agrupamentos sociais dispõem de poder apropriativo sobre esses dispositivos de comunicação. Ao falarmos de Harry Potter trazemos para reflexão uma narrativa que mobiliza admiradores no Brasil e no mundo ocidental. Além da aceitação do público a história ilustra a inovação que os consumidores trazem nas novas gerações interconectadas. Não basta acompanhar o desenlace do enredo nas mídias oferecidas pelos conglomerados culturais, a atividade de consumo extravasa o sentido próprio que atribuímos a ela. Tem se verificado de forma não isolada, como a excepcionalidade dessa ficção fantástica pode causar impressão, uma prática de continuidade, de resposta ao discurso oficial, em que indivíduos recriam formações com as quais se identificam.

Essa atividade faz-se mais destacada entre grupos jovens e envolvendo produtos da cultura de massa, no entanto esses indicativos deixam para análises futuras qual caminho o entretenimento está tomando, mesmo entre aquilo que historicamente se insiste em chamar de cultura erudita.

O fandom é o termo correspondente ao universo simbólico compartilhado por fãs de uma obra publicada ou de um artista. Esse operador sociológico não deverá ser entendido como descritivo de um grupo auto-gestionado, mas precisamente de uma relação social em que o capital discursivo em comum irá gerar atividades de consumo derivado (como resposta social). Trouxemos amostras da ação desse fenômeno em espaços como Facebook, sites e encontros organizados por um fã-club. Ainda assim, o modelo de engajamento não é anárquico como insinua o imaginário envolvendo a ciberesfera. A conexão de vários indivíduos não se justifica apenas pelo interesse comum e terminais de acesso à rede, mas dependerá das estruturas desenvolvidas nessa

virtualidade. Os promotores desses espaços sugerem as formas de uso e arquitetam as estruturas para os fins almejados (ex.: Potterish), quando não se apropriam de estruturas pré-existentes (ex.: páginas do Facebook). De outra forma isso se verifica nos encontros dos Herdeiros de Sonserina, em que os coordenadores pautam as interações, tentando integrar o maior número de participantes. Entretanto, esses administradores e seus empreendimentos precisam ser legitimados pelos fãs sob o risco de êxodo dos atores individuais. Mais, a despeito das interações possuírem certos limites alheios aos fãs – especialmente no Facebook, em que as páginas se valem das funcionalidades da rede social – há sempre mecanismos de pedidos e reclamações, ou mesmo a possibilidade de os indivíduos mais engajados integrarem o corpo gestor, o que demonstra ser aberto nos Herdeiros de Sonserina e no site Potterish.

A lógica de organização desses produtos compreende uma desapropriação do conceito de autor na atuação dos consumidores que irão recompor seus próprios valores em criação derivadas. Essa revisão da centralidade dos meios, em que eles mantinham hegemonia na profusão de discursos a eles vinculados, trará consequências sobre sua forma agir. A ambivalência de sua situação se solidifica na permissividade com que tratam as criações dos fãs, mas barram o direito a exploração econômica. Assim, a mediação cultural relativiza o poder da indústria, porém as obras derivadas não indicam interesse em pertencer a ela, tampouco poder jurídico para combatê-la, visto a Convenção de Berna<sup>7</sup>.

Apesar de se consumir através dessa saga uma forma complexa de apropriação criativa, há ressalvas quanto à criticidade que é capaz de realizar. Admirar uma obra compreende o princípio do processo que culminará na produção de atividades paralelas ao enredo oficial, mas o questionamento dos valores acessados não faz parte do plano, conformando uma prática que terá por base a empatia com a ficção, mais do que uma avaliação estética. Como sistema de resposta embasado na mediação, o fandom de Harry Potter tem demonstrado atuar com muito mais vigor como possibilidade de expressão recreativa do que propriamente uma discussão ampla de em torno da função social da ficção.

---

<sup>7</sup> Convenção de proteção aos objetos artísticos assinada em 1886, na qual, para efeitos legais, as obras de arte e suas construções (lugares, personagens, conceitos) pertencem ao autor. Nos seus países signatários é necessária autorização para reproduzi-las.

## REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. **A Sociedade Enfrenta sua Mídia: Dispositivos Sociais de Crítica Midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. **Mediatização como Processo Interacional de Referência**. In: MÉDOLA, Ana Sílvia; ARAÚJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda. *Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática*. Livro da XV Compós. Porto Alegre: Sulina, 2007.

\_\_\_\_\_. **Circuitos versus Campos Sociais**. In: *Mediações e Mediatização*. Livro da XX Compós 2012.

FAUSTO NETO, Antonio. **Mediatização, Prática Social, Prática de Sentido**. Paper. Encontro da rede Prosul “Comunicação e Processos Sociais”. Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação, Unisinos, São Leopoldo, 2006.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GOMES, Pedro G. **Da Sociedade dos Mídias à Sociedade da Mediatização**. PPGCOM/Unisinos, São Leopoldo. Paper, 11 páginas. 2008.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture**. New York: Routledge, 1992.

MARTOS NUÑEZ, Eloy. **“Tunear” los Libros: Series, Fanfictions, Blogs y otras Prácticas Emergentes de Lectura**. *OCNOS: Revista de Estudios sobre Lectura*, n. 2, p 63-77, 2006.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis: Vozes, 2010.

VERÓN, Eliseo. **Esquema para el Analisis de la Mediatización**. In: *Diálogos*, n. 38. Lima: Felafacs, 1997.

### Sites:

<http://www.potterish.com.br>

<http://www.herdeirosdesonserina.com>

<http://www.harrylatino.com/>

<http://www.leakycon.com>