

ZOEIRA “NEVER ENDS”

Investigação exploratória da produção/consumo de eventos *fakes* de Harry Potter

Alessandra Maia¹
Pollyana Escalante²

Resumo

O presente artigo pretende discutir os eventos *fakes* que surgiram em maio de 2014 na rede social Facebook. As práticas observadas entre os que confirmaram presença ou compartilharam o evento remetem ao conceito de cultura participativa (JENKINS, 2008; SHIRKY, 2011; FREIRE FILHO, 2013). Por meio dessas ações acredita-se ser possível investigar como “fãs” de determinados produtos culturais se apropriam destas para exercício de sociabilidade e construção/manutenção de modelos de vida, potencializados a partir das articulações individuais e coletivas.

Palavras-chave: Cultura Participativa. Cultura Fã. Consumo. Criatividade. Sociabilidade.

Introdução

No último mês de maio de 2014 houve uma onda de eventos *fakes* compartilhados, principalmente no Brasil, na rede social Facebook. Aparentemente esta ação foi deflagrada por uma manifestação política, na qual foram criados os eventos *fakes* “festa de despedida da Dilma” e “grande festa de inauguração do trem bala” para de forma irônica criticar os atos do governo brasileiro. Enfim, da política para o entretenimento foi um passo para que essa “zoeira não encontrasse seus limites”, assim, emergiu uma série de eventos que fazia referência a certos ícones da cultura *pop* nacional/internacional dos anos 1980/1990/2000.

De *Pokémon*, *Dragon Ball*, *Cavaleiros do Zodíaco*, *Power Rangers*, *Chaves*, *Senhor dos Anéis*, grupo *Rouge* a grupos de pagode e duplas sertanejas dos anos 1990. O site *Garotas Geek* organizou um *ranking* dos 20 melhores eventos *geeks*, dos quais cinco se relacionavam com o universo do bruxinho Harry Potter. Por isso, a presente pesquisa tem o intuito de explorar o engajamento dos fãs de Harry Potter em resgatar a memória de seu produto de entretenimento

¹ Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: ale.led@gmail.com.

² Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: pollyana.escalante@gmail.com.

favorito por meio destes eventos. Percebemos o potencial desses eventos em estimular a criatividade, além de resgatar diversos produtos culturais e incentivar a sociabilidade entre os fãs.

As práticas observadas entre os que confirmaram presença e compartilharam em sua *timeline* tais eventos nos remete ao conceito de cultura participativa (JENKINS, 2008; BURGESS & GREEN, 2009; SHIRKY, 2011; FREIRE FILHO, 2013; SÁ, 2014). Por meio dessas práticas, acredita-se ser possível investigar como certos usuários das Tecnologias da Informação e de Comunicação (TIC), em especial “fãs” de determinados produtos culturais, se apropriam destas para o exercício de sociabilidade e construção/manutenção de modelos de vida, potencializados a partir das articulações individuais e coletivas.

A metodologia empregada para esse estudo foi a análise comparativa entre esses cinco eventos e a aplicação de um questionário qualitativo nos mesmos para tentar avaliar as possíveis motivações de tal prática. A escolha do *corpus*, porém, não foi aleatória. Afinal, este trabalho surge como desmembramento das questões abordadas pelas autoras em suas pesquisas, ambas desenvolvidas na linha de Tecnologias de Comunicação e Cultura, do PPGCOM/Uerj. Entende-se também que essa pesquisa faz parte de um estudo de práticas, expressões e hibridações provenientes das estreitas ligações entre a cultura e os processos comunicacionais contemporâneos.

Partiu Hogwarts?

Em maio de 2014, especialmente no Facebook, houve a proliferação de eventos *Fakes*, aparentemente inspirados nos protestos³ que aconteceram no Brasil no ano anterior. Esses

³ Dinâmica regida pelo convite de pessoas de sua *timeline* para passeatas e marchas com o intuito de protestar contra atitudes vistas como incorretas, como o aumento da passagem de ônibus e desvio da verba pública. A sociedade se apropriou inclusive das frases #vempruar e #ogiganteacordou, ambos de origem televisiva, sendo o primeiro de um comercial de carro e outro, de uma bebida alcoólica. <http://goo.gl/9uBcHv>; <http://goo.gl/wNDWuq>; <http://goo.gl/EnNiFD>.

eventos, como uma forma de manifestação, viralizaram nas redes sociais com críticas aos atos do governo brasileiro, sempre em tom de ironia.

Entretanto, o que chamou a atenção para esse fenômeno foi a criatividade de alguns eventos que surgiram dando início à ação conhecida no universo digital como “zoeira” (ou “zueira”, como normalmente é escrita na Internet). Outro elemento recorrente é o tom nostálgico contido nos temas propostos pelos eventos *fakes*⁴, isso por causa da emergência de uma série de eventos que fazia referência à cultura *pop* nacional/internacional. Ao buscar informações sobre o fenômeno⁵ encontramos no *site* *Garotas Geek*⁶ as seguintes referências ao Harry Potter: *Copa do Mundo Fifa de Quadribol; Primeira Cervejada de Integração Grifinoria & Sonserina; Protesto pelo o atraso da carta de Hogwarts; Abertura da Câmara Secreta e Trote nos calouros de Hogwarts*.

Na década de 1990, mais precisamente em 1997, surge o universo mágico de um bruxo chamado Harry Potter, inteiramente concebido pela escritora inglesa J. K. Rowling, no qual parte é ambientado na cidade de Londres. Essa série literária, composta ao todo por sete livros, conquistou crianças e adolescente de todo o mundo. A partir dela surgiram produtos de entretenimento como filmes e videogames. Acredita-se que parte desse sucesso é graças ao engajamento de fãs que dedicam tempo e afeto ao consumir e compartilhar as aventuras de Potter e seus amigos nas mais diversas mídias. Mesmo com o fim da narrativa, os fãs ávidos por novidades continuam a explorar o universo de Rowling criando *sites*, *blogs*, *fanarts* e histórias de ficção para a manutenção das memórias geradas por esse mundo encantado. Ainda com essa finalidade, uma das práticas mais comuns entre fãs-clubes é organizar eventos que promovem a reunião de seus membros. Esses encontros podem ser marcados em fóruns, *sites* e grupos do Facebook⁷.

⁴ <http://goo.gl/T6tFfr> . Acessado em 17 de agosto de 2014.

⁵ O site brasileiro YouPix também elaborou uma lista, mas essa era dos 100 melhores: <http://goo.gl/Dwgz3l>

⁶ <http://goo.gl/MtsjDR> . Acessado em 17 de agosto de 2014.

⁷ Uma prática comum na rede social Facebook é criar eventos para convidar amigos e conhecidos para uma determinada atividade, as mais recorrentes seriam os convites para festas de aniversário, eventos culturais e acadêmicos.

Tais práticas remetem ao conceito de cultura participativa (JENKINS, 2008; SHIRKY, 2011; FREIRE FILHO, 2013; SÁ, 2014), no qual os fãs exercem um papel fundamental nesse processo. De acordo com Jenkins, eles

sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia: a fascinação pelos universos ficcionais muitas vezes inspira novas formas de produção cultural, de figurinos a fanzines (...). Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno. Nada disso é novo. O que mudou foi a visibilidade da cultura dos fãs. A *web* proporciona um poderoso canal de distribuição para a produção cultural amadora (JENKINS, 2008, p. 188).

O potencial da Internet de permitir a distribuição e reunião de pessoas com gostos comuns é um dos pontos mais explorados e discutidos na área de comunicação. Os eventos *fakes* elencados demonstram as possibilidades criativas e afetivas que uma produção amadora pode congrega. Como o autor explica, “estamos usando esse poder coletivo principalmente para *fins recreativos*, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades a *propósitos mais ‘sérios’*” (JENKINS, 2008, p. 28 – grifos nossos).

O trecho transcrito permite destacar que as atividades ligadas aos “fins recreativos”, como o investimento do tempo livre na produção de *fan fiction*⁸ ou outros materiais ligados ao produto de fascinação. Henry Jenkins explicita que James Paul Gee “chama essas culturas informais de aprendizado de ‘espaços de afinidades’ e questiona por que essas pessoas aprendem mais, participam mais ativamente e se envolvem mais profundamente com a cultura popular do que com os conteúdos dos livros didáticos” (JENKINS, 2008, p. 236) – esse ponto se remete aos denominados “propósitos mais ‘sérios’”, além de casos citados pelo autor de fãs que melhoraram as notas de redação na escola ou mesmo tornaram-se jovens escritores por causa da produção de *fanfic*.

⁸ Ou simplesmente *fanfic*, ficções criadas por fãs, que normalmente exploram o universo ou personagens de obras como *Harry Potter* ou *Star Wars*, dois exemplos que o autor discute no livro.

Eventos *fakes*: zoeira e criatividade

Dos cinco eventos *fakes* que serão analisados neste artigo quatro têm uma característica festiva, de comemoração, e apenas um de protesto. Percebe-se assim uma tentativa de mesclar o mundo de Harry com rituais *Trouxas*⁹, com o uso de termos *Copa FIFA*, *cervejada*, *calouros e protesto* podem ser um exemplo da criatividade dos fãs que criaram os eventos. A divulgação de um evento secreto, como a *abertura da câmara secreta*, na narrativa da saga pode ser considerado um toque “inovador”. Assim, outro ponto a se destacar é que normalmente os fãs “complementam” ou “expandem” situações que não estavam no roteiro. Abaixo segue um breve resumo dos cinco eventos selecionados para a investigação.

A *Copa do Mundo Fifa de Quadribol*¹⁰ relacionou o universo de Harry Potter ao evento cultural agendado para junho de 2014, a Copa do Mundo da Fifa, com a seguinte descrição: “BORA TORCER PROS MANO (sic) DE HOGWARTS”. Enquanto, a *Primeira Cervejada de Integração Grifinoria & Sonserina*¹¹ alude à calourada, ou chopada, uma prática que visa à integração entre veteranos e calouros realizada na maioria das universidades do mundo. Parte da descrição era: “OPEN DE CERVEJA AMANTEIGADA”¹². Esses dois eventos fazem uso do recurso de caixa alta (simulando um grito) para chamar a atenção das pessoas que foram convidadas ou que confirmaram presença no mesmo, além desse recurso permitir o entendimento de uma convocação animada e entusiasmada para a causa que advoga.

*Protesto pelo o atraso da carta de Hogwarts*¹³ remete aos protestos que aconteceram no Brasil em junho de 2013 e ao ocorrido no décimo primeiro aniversário de Harry, que fora convocado para estudar em Hogwarts, mas os tios o impediram de receber as cartas que a escola

⁹ No mundo de Potter, a palavra “trouxa” significa “não bruxo”. Ou seja, trouxa é aquele que não tem poderes mágicos. Na versão original, *muggle*.

¹⁰ <http://goo.gl/F9IglQ>

¹¹ <http://goo.gl/9rRea2>

¹² Apesar de ser chamada de cerveja amanteigada, a bebida não é alcoólica. E a palavra “open” traz a ideia de “bebida liberada”, costume das chopadas e calouradas universitárias.

¹³ <http://goo.gl/smTXxv>

enviou, numa tentativa de ocultar a sua real natureza. Esse ato resultou em milhares de cartas enviadas ao mesmo tempo, que provocou uma grande confusão na casa dos Dursley. Dos cinco eventos, este é o mais popular com mais de 30 mil convidados e com 130,8 mil pessoas que confirmaram a presença. A descrição do evento se torna engraçada por reunir elementos de revolta e humor: “tem mais de 11 anos e ainda não recebeu sua carta de Hogwarts? Então junte-se a nós nesse protesto! Não é justo que o Harry tenha recebido 1 milhão de cartas no seu décimo primeiro aniversário, e você nenhuma. #vemprarua #vaitercartasim”. O uso de *hashtags*, comumente utilizadas por ciberusuários para facilitar a busca de algo que se está procurando na Internet, como #vemprarua e #vaitercartasim permitem inferir que há o desejo de marcar essas informações como ponto fundamental do evento.

O evento *Abertura da Câmara Secreta*¹⁴ se refere ao segundo livro da saga, no qual Harry tem que enfrentar um ser terrível que se esconde nas profundezas de Hogwarts, cuja descrição é “Inimigos do herdeiro, cuidado!”. Marcar um evento para acompanhar esse momento “secreto” pode ser considerado o ponto criativo do fã que o elaborou. Por fim, o *Trote nos calouros de Hogwarts*¹⁵ explora um ritual comum nas universidades: o trote dos veteranos nos calouros. A descrição é “chegou o momento mais esperado do ano: o trote dos alunos do primeiro ano da escola de magia e bruxaria de Hogwarts!” A escola de magia e bruxaria não tem tradição em aplicar trotes em seus calouros. No entanto, quem criou o evento, tentou aproximar esse ritual ao cotidiano de Harry.

Para investigar o motivo pelo qual fãs decidiram participar de um evento *fake* de HP optou-se pela seguinte metodologia: postar o *link* de um questionário qualitativo no dia 23 de agosto com nove perguntas somente nas páginas dos eventos para obter a resposta de quem efetivamente “compareceu” ao evento. O *post* não obteve curtidas, comentários ou compartilhamentos, e apenas cinco respostas. Assim, suspeita-se que a baixa adesão pode estar relacionada com o não comprometimento e engajamento no interior desses eventos, ou ainda

¹⁴ <http://goo.gl/tEGDSb>

¹⁵ <http://goo.gl/MkjcTd>

pelo fato de não ter sido utilizado nenhuma imagem no *post* contribuindo para que passasse “despercebido” para os participantes.

A maioria do público entrevistado era feminino, com mais de 20 anos e ensino superior completo. Quando questionados se costumam utilizar o botão eventos no Facebook, uma respondeu que *Sim* e outra metade respondeu que *Não* (2) e *Às vezes* (2). Nenhum dos entrevistados criou um evento *fake*, porém dois curtiram mais de um evento relacionado a HP. De acordo com as respostas, o motivo que os levaram a participar do evento foram expressos pelas seguintes palavras: divertido; engraçado; zoeira *never ends*; ser fã de HP.

A resposta da entrevistada nº 3: “porque eu não vejo graça em participar de um evento que o nome já diz tudo, fake!”, chamou a atenção por parecer contraditório, pois o questionário estava disponível na linha do tempo dos cinco eventos, logo, a entrevistada provavelmente marcou que compareceria em um dos cinco. Por fim, ao perguntar se eles consideravam esse tipo de evento como meme, três afirmaram que sim, porque: virou modinha; claro, apenas para diversão, sair da rotina; e, porque esses eventos, mesmo eu acreditando que têm menos impacto e potencialidades, apresentam as características de um meme que pode se tornar efêmero ou um viral em pouco tempo.

Essa mesma questão foi proposta em outro questionário¹⁶ distribuído na linha do tempo das pesquisadoras, assim ao serem interpelados se houve interesse por algum evento *fake*, a maioria respondeu que sim. Em suas repostas deram detalhes como no caso da quarta entrevistada: “sim. Os que mais me interessaram foram os eventos com títulos e descrições irreverentes, com paródias ou citações de elementos da cultura pop nacional e internacional”. Outros também disseram quais foram os eventos que consideraram mais divertidos ou engraçados: “Marcha dos pesquisadores que nunca publicaram em Revista A1” (4ª entrevistada) e “Workshop pra aprender a segurar essa barra que é gostar de vc; excursão pro 1º avião com destino a felicidade” (a 16ª entrevistada).

¹⁶ Pesquisa realizada para a investigação proposta na redação do artigo *Zoeira "never ends": a viralização de eventos fakes no Facebook como um tipo de meme?* a ser apresentado no Congresso Internacional em Artes, Novas Tecnologias e Comunicação (CIANTEC'14), entre 13 e 15 de outubro, Campo Grande/MS.

É possível reconhecer nessas respostas certas características comuns aos eventos *fakes*, sentimento também compartilhado por outros entrevistados. Dando a entender que irreverência, paródia ou citações a produtos da cultura *pop* parecem fazer parte da constituição desses eventos. Assim, constata-se que a confirmação em um evento, que aparecerá em sua linha do tempo (tradução literal para *timeline*), está condicionada a certos pressupostos que o fã ou simpatizante precisa se identificar, até mesmo quando o evento é fictício.

Os comentários acima parecem confirmar que a identificação é um fator imprescindível para a viralização de certos conteúdos nas redes sociais. Ainda nessa mesma linha, demonstra que o conteúdo é importante para a viralização de memes e eventos *fakes*, característica da dinâmica de distribuição, compartilhamento e consumo. Eventos *fakes* se tornaram popular no Facebook, isso porque se espalharam de modo rápido, assim como um vírus no corpo humano ou em computadores.

O evento que tem mais popularidade é o *Protesto pela carta de Hogwarts*. O menos popular é *Abertura da Câmara Secreta*, com apenas 1,1 mil convidados e 5,3 mil com presença confirmada. Três dos eventos¹⁷ estavam marcados para acontecer no mês de junho e os outros dois para o dia 1º de setembro. Os eventos mais tardios apresentaram vários *spams*, como anúncios de propagandas de *shows*, suplementos alimentares, empréstimo financeiro, curso de desenho, curso de modelo etc.

Aparentemente a lógica de consumo desses eventos pelos fãs é configurada pela confirmação de presença, marcação de amigos, risadas e postagem de fotos com frases de efeito. Há, por exemplo, fotos do trem King Cross, a frase “gente cuidado para não se atrasarem (sic) o trem sai as 11:00 (sic) em ponto. Eu já estou pronto” ou uma foto da carta de Hogwarts personalizada (provavelmente criada pelo fã que postou) com “adeus ‘trouxas’ *today I'm going to Hogwarts!!*” – esses *posts* foram criados no dia marcado para o evento *Protesto pelas cartas de Hogwarts*. Outra ação que se destacou no mesmo evento foi uma história criada pelo *blog*

¹⁷ Primeira cervejada (dia 4), Abertura da Câmara (7) e Copa do mundo (12).

10º interprogramas de mestrado

FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Coisas do Narrador¹⁸. O autor relata, em forma de matéria jornalística, o protesto fictício que aconteceu na Estação King Cross. No final da “matéria” há uma tirinha que critica, de certa forma, a atual condição financeira e social dos professores brasileiros:



¹⁸ <http://goo.gl/Gtbw7u> Acessado em: 14 de setembro de 2014.

Dessa maneira, conforme João Freire Filho ressalta, “são as emoções, de fato, que conferem tom, dinamismo, colorido e significados às interações e aos projetos humanos, servindo, em certas circunstâncias, como catalisadoras de mobilizações coletivas — com índole progressista, conservadora ou reacionária” (FREIRE FILHO, 2013, p. 2). Corroborando com o que se pode observar nesses eventos, principalmente pelas relações de afeto com a obra de J.K. Rowling presente no discurso dos fãs. Assim, querer participar do evento *fake* pode ser o mesmo que participar da história de Harry, porque aqui o que importa é usar a imaginação e se divertir com a situação, como alguns dos respondentes expressaram no estudo.

Comparecer ou não a um evento *fake*: algumas considerações

A Folha de S. Paulo publicou em seu *site* uma matéria¹⁹ intitulada *10 eventos fakes para comparecer no Facebook – mesmo que você odeie eventos fakes no Facebook*. O repórter elaborou uma lista com os dez melhores eventos e também expõem *printscreen* de tuítes com as opiniões divergentes de algumas pessoas sobre o assunto “evento fake”. O interessante a se destacar é que esse tipo de ação coletiva chamou a atenção da “mídia tradicional” como a Folha, além de *blogs* e pesquisas acadêmicas. Aparentemente “bobo” demais para ser investigado, os eventos *fake* estimulam a criatividade e engajamento dos internautas, nesse caso, fãs de Harry Potter que se preocuparam em resgatar a memória de seu produto de entretenimento favorito. Esse tipo de trabalho que os fãs realizam é considerado inútil para certos autores, como Clay Shirky (2011), por exemplo, ao afirmar que “há incontáveis peças de trabalho inútil, criadas com pouco esforço e não visando a qualquer efeito positivo maior do que o humor grosseiro” (SHIRKY, 2011, p. 21). Todavia, Shirky ainda reconhece que “o ato criativo mais estúpido possível ainda é um ato criativo” (SHIRKY, 2011, p. 22).

O excedente cognitivo, como Shirky denomina o tempo livre, pode ser usado tanto para criar coisas “estúpidas” (eventos *fakes*) ou “relevantes” (projetos de *crowdfunding*, cujo objetivo

¹⁹ <http://goo.gl/6yZ9P3> Acessado em: 17 de agosto de 2014.

é arrecadar dinheiro em prol de alguma ação que pode trazer benefício para a sociedade) – remetendo à discussão levantada por Jenkins acerca dos *fins recreativos* e *propósitos mais “sérios”*.

A atitude dos fãs em criar tais eventos, “confirmar” presença e “comparecer” pode ser interpretada também como resultado de um sentimento de pertencimento ao mundo de Harry Potter e de nostalgia gerada pelos acontecimentos que marcaram um momento na vida de cada um. Para Erick Felinto e Lúcia Santaella (2012), ao parafrasear o filósofo Vilém Flusser, o essencial da experiência humana, está na criação, ou seja, “criatividade significa produção do novo e diferenciação”. (FELINTO & SANTAELLA, 2012, p. 22). Mesmo aquilo que parece repetido sempre trará consigo algo novo, diferente e talvez (por que não?) criativo. Os eventos *fakes* são um tipo de entretenimento, com uma tentativa de criar um engajamento afetivo. E nisso, não há problema algum. Desse modo, ter tempo para fazer algo “estúpido” pode ser significativo para estimular a criação de algo criativo, divertido e relevante.

No entanto, considera-se que alguns pontos devem ser melhor desenvolvidos em investigações futuras, tais como: acrescentar uma pergunta a respeito de seu contato com o questionário, no caso de distribuição de uma mesma pesquisa em diversos ambientes como houve neste artigo; o uso de uma imagem com a chamada, para reter a atenção dos participantes; repetir o *post* implicará em uma atualização na linha do tempo, o que, talvez, instigará a cooperação. Além disso, é possível realizar desdobramentos do tema em outros estudos, como: investigar o potencial memético dos eventos *fakes*; a memória afetiva dos fãs; examinar se houve em outros países algum movimento semelhante ao que ocorreu no Brasil também poderia render observações interessantes sobre as práticas culturais de cada país, entre outros.

Referências Bibliográficas

- FELINTO, Erick; SANTAELLA, Lucia. *O explorador de abismos: Vilém Flusser e o pós-humanismo*. São Paulo: Paulus, 2012.
- FILHO, João Freire. A Comunicação Passional dos Fãs: Expressões de Amor e de Ódio nas Redes Sociais. In: *Anais XXXVI Intercom*. Manaus/AM, 2013.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- MAIA, Alessandra; ESCALANTE, Pollyana. Devir criativo na franquia “The Walking Dead”. In: *Anais 3º Encontro Regional Sudeste de História da Mídia*, 2014a.
- _____. ESCALANTE, Pollyana. "Zoeira Never End": Humor, Criatividade e Cognição na Produção de Memes. In: *Anais XIX Intercom*, Vila Velha/ES, 2014b.
- REGIS, Fátima. Tecnologias de comunicação, entretenimento e competências cognitivas na cibercultura. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre/RS, v. 1, n. 37, dez., 2008, p. 32-37.
- SÁ, Simone. The Numa numa dance e Gangnam style: vídeos musicais no Youtube em múltiplas mediações. In: *Anais XXIII Encontro da Compós*. Belém, IFPA, 2014.
- SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- VALE, Simone do; MAIA, Alessandra; ESCALANTE, Pollyana. O meme é a mensagem: uma análise sobre o fenômeno Harlem Shake. In: *Anais VII Simpósio ABCiber*. Curitiba/PR, 2013.