

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Alexia Fernandes Sörensen

**OS CONTOS DOS FÃS – ESTUDO ACERCA DAS PERFORMANCES
DE GOSTO DOS FÃS DE HARRY POTTER**

Santa Maria, RS
2015

Alexia Fernandes Sörensen

**OS CONTOS DOS FÃS – ESTUDO ACERCA DAS PERFORMANCES DE GOSTO
DOS FÃS DE HARRY POTTER**

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação Social, Curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social**.

Orientadora: Prof^a Dr^a. Liliane Dutra Brignol

Santa Maria, RS
2015

Alexia Fernandes Sörensen

**OS CONTOS DOS FÃS – ESTUDO ACERCA DAS PERFORMANCES DE GOSTO
DOS FÃS DE HARRY POTTER**

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação Social, Curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social**.

Aprovado em 17 de dezembro de 2015:

Liliane Dutra Brignol, Doutora (UFSM)
(Presidente/Orientadora)

Sandra Depexe, Doutora (UFSM)

Darciele Marques Menezes, Mestre (UFSM)

Santa Maria, RS
2015

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, a Deus, por tudo e por todos que conheci.

Agradeço também aos meus pais, Cristina e Francisco, que sempre me apoiaram e me encorajaram a seguir meus sonhos, e, entre outras coisas, por terem incentivado o meu hábito à leitura e por nunca terem me negado um livro. Amo vocês!

Agradeço também a todos os meus professores que contribuíram à minha formação acadêmica e profissional, especialmente as professoras Tauana e Liliane, que acreditaram nesta pesquisa tanto quanto eu, e exigiram sempre o melhor de mim.

A todos os meus amigos, dos tempos de colégio e de faculdade, vocês me trouxeram muitos sorrisos e risadas, principalmente quando estava frustrada ou chateada. Vocês realmente fazem minha vida melhor. Em especial aos meus amigos-irmãos Maria Carolina e Pedro por toda a ajuda, alento e compreensão, em todas as horas.

As pessoas que conheci ao longo do caminho e que torceram por mim e pela minha pesquisa, a todos os fãs de Harry Potter e, principalmente, aqueles envolvidos neste trabalho, ele não seria possível sem vocês. Acreditamos em uma magia poderosa e boa chamada amor e não vamos deixá-la acabar. Estamos juntos nessa!

Enfim, a todos aqueles que estão presente nesta estranha jornada que é a vida, o meu muito obrigada. Sem vocês, eu não seria quem sou.

Eu acredito igualmente em lógica, oração e magia.

Abigail Sciuto

RESUMO

A pesquisa visa compreender como se dá a construção e a relação do fã de Harry Potter com a saga, o objeto cultural, e a relação do fã na produção de fanmades, e caracterizar essas formas de consumo e produção enquanto manifestações de gosto (HENNION, 2010, 2011) e performance pessoal (EHRENBERG, 2010; GOFFMAN, 2009). Aborda-se, neste trabalho, tanto a cultura do fã, relacionando-a com consumo enquanto experiência e cultura material e com cultura da participação e formas de produção, quanto o fã por meio da teoria da performance de gosto. Como metodologia, é proposto um viés biográfico por meio de relatos de vida, já que rememorando a história dos oito fãs sobre Harry Potter, do desconhecimento ao amor, do consumo à produção, com aqueles que são os mais próximos à história, pôde-se refletir a relação do fã com Harry Potter e a construção de fanmades. Assim, esta análise buscou explorar os relatos por três eixos centrais: similaridades nos relatos biográficos, nos hábitos de consumo e cultura material, e na construção de fanmades. E, dessa forma, foi possível pensar como lógicas de performances de gosto, uma manifestação de envolvimento, de caracterização e de propagação. Sendo a primeira lógica observada através do engajamento dos fãs com a narrativa, tanto pelo consumo quanto pela produção de conteúdo, a segunda, por meio do 'revestir-se' e 'expor-se' como fã de Harry Potter através de objetos conferidos de valor e, por fim, a outra lógica de performance é percebida pelas próprias fanmades, que tem o caráter de auxiliar o desenvolvimento de novas faces do universo mágico de Hogwarts e manter a história viva.

Palavras-chave: Performance de gosto. Cultura de Fãs. Harry Potter.

ABSTRACT

This research it aims to understand the construction and the relationship of the Harry Potter's fans with the saga, the cultural object, and the relationship of the fan in the creation of fanmades, furthermore describing this ways of consumption and production like expressions of taste (HENNION, 2010, 2011) and individual performances (EHRENBERG, 2010; GOFFMAN, 2009). This work discusses both the fan culture, relating with consumption and material culture and with participation culture and ways of production, as the fan by the theory of performances of taste. As a methodology, it is proposed by a biographical approach through life stories, since while talking about Harry Potter with eight fans, from unknowing to love, from consumption to production, with those who are close to the story, it could be investigated the relationship of the fan with Harry Potter and the relationship of making fanmades. Therefore this analysis intended to explore the statements by three axes of analysis: similarities between biographical narrative, consumption behaviors and material culture, making fanmades. In this way, it was possible to extract as logic of performances of taste, a demonstration of involvement; characterization and propagation. The first logic was observed by the engagement of the fans with the narrative, both by the consume and the production of content. The second one was noted by 'wearing it' and 'exposing' yourself as a fan of Harry Potter making the use of objects coffered granted of value. And at last, the logic of performance is recognized by the fanmades itself which assisted the development of new faces in the magical world of Hogwarts and kept the story alive.

Keywords: Performances of taste. Fan Culture. Harry Potter.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. O UNIVERSO: HARRY POTTER E A CONSTRUÇÃO DA PESQUISA.....	12
2.1. SOBRE HARRY POTTER.....	12
2.2. PERCURSO METODOLÓGICO.....	16
3. OS PROTAGONISTAS.....	21
3.1. CULTURA DE FÃ, CONSUMO E CULTURA MATERIAL.....	22
3.2. CULTURA PARTICIPATIVA E O FÃ COMO PROSSUMIDOR.....	24
3.3. PRODUÇÕES DE FÃS: ENTRE MATERIALIDADES E VIVÊNCIAS.....	26
3.4. PERFORMANCE DE GOSTO ATRAVÉS DE CONSUMO E PRODUÇÕES.....	25
4. OS CONTOS: FANMADES ENQUANTO PERFORMANCE DE GOSTO.....	33
4.1. O QUE CONTAM OS FÃS E SEUS CONTOS.....	33
4.1.1. Santão	33
4.1.2. ColorwoodGirl	36
4.1.3. Gigi Weasley Black Potter	38
4.1.4. Dioguitz	40
4.1.5. D.S.	41
4.1.6. E. S. Torres	42
4.1.7. Misty Weasley Malfoy	43
4.1.8. R.R.	47
4.2. PERFORMANCE DE GOSTO ATRAVÉS DOS CONTOS.....	48
4.2.1. Performance de gosto através dos contos: semelhanças nos relatos de vida	49
4.2.2. Performance de gosto através dos contos: hábitos de consumo e cultura material	50
4.2.3. Performance de gosto através dos (re)contos: sobre a produção de fanmades	51
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS.....	58

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	62
---	-----------

1. INTRODUÇÃO

“Ele vai ser famoso, uma lenda. Eu não me surpreenderia se o dia de hoje ficasse conhecido no futuro como o dia de Harry Potter. Vão escrever livros sobre o Harry. Todas as crianças no nosso mundo vão conhecer o nome dele” (Professora Minerva McGonagall¹). De certo, todas as crianças mágicas conhecem tanto o nome, quanto a história do menino que se tornou um grande bruxo.

Pra mim, não é nenhum sacrifício falar sobre Harry Potter. Com uma ou outra variação essa foi a frase que conectou esta pesquisadora e outros fãs da saga para a realização desta pesquisa. Tratando sobre fenômeno mundial literário e cinematográfico que possui uma legião de fãs e que, mesmo após o término da franquia original, ainda mantém viva sua história, conversando sobre Harry Potter, do desconhecimento ao amor, do consumo à produção, com aqueles que são os mais próximos da história, pode-se refletir a relação do fã com o objeto cultural (Harry Potter) e construção das produções por parte dos fãs (fanmades). A pesquisa visa entender os fãs, suas formas de cultura, consumo e participação como forma de compreender e caracterizar essas formas de consumo e produção enquanto manifestações de gosto e performance pessoal, que “engaja, transforma e é sentido” (HENNION, 2005, p.133 apud AMARAL, 2014, p. 3), que auxiliam a construção de novas faces do universo mágico de Hogwarts.

Os fãs, antes estereotipados de alienados e psicóticos, hoje são considerados 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” (JENKINS, 2009, p. 188). Esta pesquisa foca-se no fã que, além de consumir, busca também fazer parte de uma cadeia de produção, recriando os elementos do produto cultural original. Temos observado as manifestações desse novo consumidor, que é, concomitantemente, um produtor de conteúdo e que pode, através das tecnologias de hoje, compartilhar suas produções. Os fãs, que desejam tornar-se parte de seu universo de adoração tem um papel fundamental na expansão desse universo, além de tornarem o produto um bem valioso.

A pesquisa justifica-se pelo fato de que autores, como Jenkins (2009), Shirky (2011), Tapscott e Williams (2007), declararem os fãs como parte fundamental para

¹ Professora de Transfiguração da Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts sobre Harry Potter em Harry Potter e a Pedra Filosofal. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

a cadeia de produção e consumo de bens simbólicos e produtos culturais. Eles compõem um espaço rico e amplo de estudo, que deve ser aprofundado, já que é uma área de estudos que está se renovando, saindo de uma concepção na qual o fã é um sujeito alienado, fanático e extremista para uma concepção onde ele é um ser ativo, capaz de pensar, criticar, discutir e, principalmente, recriar em cima do objeto de adoração, fazendo parte dessa cadeia de consumo enquanto experiência e expansão do produto cultural.

À medida que a concepção e o fã se modificam, essas mudanças desencadeiam a transformação do consumidor, seu entendimento e seu perfil. Por isso é perceptível que este estudo possui um viés comunicacional e válido para a comunicação, já que busca entender o consumidor fã e produtor, sua participação na cultura material e a relação sujeito-objeto.

Com muitos desdobramentos a serem explorados, a pesquisa apresenta uma relevância e originalidade no tema e objetivo, pois tem a intenção de conhecer mais intimamente o fã ativo e produtor, não como parte de um fã-clubes específico e suas articulações enquanto grupo, mas como uma unidade importante e peça central de uma rede, pontos que constituem um enorme fandom² cujas recriações e compartilhamento de trabalhos expandem o universo ficcional ao ponto de se entrelaçar com seu cotidiano, o universo real, fãs estes, transformados e singularizados pelos seus atos de recriação.

Além disso, das produções dos fãs e seu relacionamento com a franquia, também deseja-se caracterizar essas formas de consumo e produção enquanto manifestações de gosto e performance pessoal, outra área de estudos pouco aprofundada e interligada com Harry Potter. O levantamento bibliográfico³ apresentou diversos estudos envolvendo o universo mágico com as áreas de Comunicação, Psicologia e Linguagem, porém, poucos trabalhos relacionando a franquia Harry Potter e seus fãs com a relação de performance de gosto que um fã apresenta.

Tendo em vista que a pesquisa possui, como problema-chave, como se dá a construção e a relação do fã com o objeto (saga Harry Potter e fanmades) manifestada através da performance de gosto, optou-se por utilizar os relatos de

² Fandom: Junção das palavras fan e kingdom, em inglês, literalmente reino dos fãs.

³ Trabalhos envolvendo a saga Harry Potter: ALMEIDA (2011); BORELLI (2007); CAMARGO (2013); NONATO (2009); TORQUATO (2009); ZANELLA (2013);

vida como abordagem metodológica, pois, é na história de vida do fã, relatada pelo mesmo, que se encontram as formas em que ele, o fã, se constrói e se apresenta a medida que consome Harry Potter e produz conteúdo sobre o mesmo. Para isso, contou-se com a realização de oito entrevistas em profundidade e análise de suas similaridades.

Da estruturação do problema de pesquisa, tem-se, como objetivo geral, inferir como se dá a relação sujeito – objeto (Fã + Harry Potter e Fã + Fanmade) através da performance de gosto e cultura material, que reflete na construção da singularidade do fã. Para auxiliar, foram traçados, como objetivos secundários, primeiramente, analisar o percurso de consumo dos fãs (produtores) da franquia para compreender os processos de identificação e pertencimento dos entrevistados nesta pesquisa, em seguida, entender como o sujeito se constrói enquanto fã por meio do consumo e produção da materialidade e, por fim, compreender como os processos de consumo, apropriação e reconfiguração, caracterizam e atuam enquanto performance de gosto, expandindo o universo ficcional do fã.

A pesquisa configura-se da seguinte forma: no primeiro capítulo é apresentada a franquia Harry Potter, os desdobramentos deste mundo mágico, e a apresentação do percurso metodológico, com base nos estudos de Silva et al. (2007), Ferrarotti (1991) e Goldenberg (2003); no segundo capítulo, são explorados os fãs, sua cultura (JENKINS, 2009) e consumo enquanto experiência (BARBOSA; CAMPBELL, 2006) e correlacionado com a cultura material (MILLER, 2007, 2013a, b), então, inserção do fã na cultura participativa (SHIRKY, 2011), como prossumidor (TOFFLER, 1980) e, por fim é articulado o consumo e a produção com base nas teorias de performance de Ehrenberg (2010) e Goffman (2009), limitando-as a uma performance de gosto, estudada por Hennion (2010, 2011). O terceiro e último capítulo apresenta os relatos dos participantes, seguido pela análise do mesmo com base nas teorias discutidas no capítulo dois. Para finalizar, são expostas, nas considerações finais, as possíveis conclusões do estudo.

2. O UNIVERSO: HARRY POTTER E A CONSTRUÇÃO DA PESQUISA

Alguns foram encantados em 1997, outros, apenas anos mais tarde. Uns começaram pelo livro e outros foram cativados pelos filmes. Certas pessoas receberam uma indicação, enquanto que outras o descobriram por puro acaso. De diversas formas, de estranhas maneiras, de um jeito torto ou meio errado, aconteceu que, de alguma forma, cada um dos milhares de fãs encontraram e construíram sua história com Harry Potter.

No caso desta pesquisadora, eu tinha 11 anos quando foi lançado o primeiro filme – mesma idade dos protagonistas – e, na época, achava muito interessante a história, porém, à medida que a história amadurecia eu fui perdendo o interesse até que, em um dia qualquer no ano de 2011, passeando por canais de televisão, eu revi o primeiro filme da série e foi como se tivesse encontrado minha carta de Hogwarts que se havia perdido há muito tempo. Em pouco tempo já havia revisto todos os filmes e lido todos os livros – foi então que a paixão havia se tornado amor. Com isso, veio o desejo de conhecer mais, saber mais, sentir mais e o que poderia me auxiliar nesta busca por “mais” era a internet. Nela, encontrei mais informação dos personagens, sobre a autora, o Pottermore e as diversas produções de outros fãs, como desenhos e histórias paralelas, além de observar as movimentações que os fãs faziam em momentos icônicos pela rede on-line ou os registros de encontros físicos.

Em meio a tantas produções e manifestações de afeto veio o desejo de tornar Harry Potter um elemento fundamental desta pesquisa e, nela, estudar uma das partes que mais compõe este universo mágico e o mantém vivo, os fãs e suas produções. Com isto, este capítulo se dedica, primeiramente, a desvendar um pouco do mundo mágico de Harry Potter e os meios em que está inserido para, em seguida, explicar as bases metodológicas desta pesquisa e nos capítulos subsequentes, explorar os fãs e seu relacionamento com o objeto de afeto e suas fanmades.

2.1. SOBRE HARRY POTTER

Dez anos foi o tempo entre o primeiro e o último. Em 1997, a britânica J.K. Rowling lançou o primeiro livro da saga Harry Potter, abrindo as portas para outro

universo. Um universo mágico, no qual todos os leitores foram convidados a estudar na Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts e acompanhar o crescimento, dificuldades e alegrias de um garoto, que aos 11 anos descobre que é um bruxo e cujo futuro, a cada ano escolar que prosseguia, reservara grandes responsabilidades. Já 2007 foi o ano de publicação do último livro da saga, porém, ao contrário do que se poderia pensar, as portas abertas em 1997 não foram fechadas, mantêm-se abertas até hoje a todos aqueles que desejam conhecer e vivenciar a história do Menino-que-Sobreviveu⁴.

“Livros que adultos e crianças podiam ler. Potter era assim” (ANELLI, 2011, p. 83). Interligando temas como amor, amizade, morte, sacrifícios, responsabilidades e superação, para além de feitiços e magia, Harry Potter envolve o leitor, de qualquer idade, por apresentar um personagem e uma história que tratam de temas humanos. Harry Potter é uma história que cria empatia e identificação e Hogwarts torna-se, assim, sinônimo de lar para diversos fãs da narrativa.

Desdobrando o universo que Harry Potter criou em torno de si, temos como início a publicação dos sete livros principais, sendo eles: Harry Potter e a Pedra Filosofal (1997⁵), Harry Potter e a Câmara Secreta (1998), Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban (1999), Harry Potter e o Cálice de Fogo (2000), Harry Potter e a Ordem da Fênix (2003), Harry Potter e o Enigma do Príncipe (2005) e Harry Potter e as Relíquias da Morte (2007), no Brasil, publicados pela Editora Rocco. A saga de livros vendeu mais de 600 milhões de exemplares no mundo, traduzida para quase 70 idiomas e rendeu à sua autora cerca de US\$ 1 bilhão⁶. Como apresenta Anelli (2011, p. 57), “apenas algumas horas depois do anúncio da data de lançamento, o Relíquias da Morte havia alcançado o topo da lista de bestsellers da Amazon.com”, e, “dois dias depois [...] lançado 25 milhões de livros mundialmente” (ANELLI, 2011, p. 337), o que mostra parte da magnitude que a comunidade que Harry Potter havia alcançado com o tempo.

Ainda hoje existem questionamentos acerca a veracidade literária de Harry Potter, ou seja, o questionamento de que os livros são ou não considerados

⁴ Apelido pelo qual o protagonista Harry Potter é conhecido na saga devido ao fato de que é o único personagem que já sobreviveu à maldição da morte.

⁵ As datas são referentes às publicações inglesas. No Brasil, 2000; 2000; 2000; 2001; 2003; 2005 e 2007, respectivamente.

⁶ Fonte: Mundo Estranho. **Especial sagas: Curiosidades e segredos de Jogos Vorazes, Game of Thrones, Harry Potter, Percy Jackson, Divergente e muito mais** – São Paulo: Ed. Abril, 2014

literatura. Esta pesquisa reconhece a saga como literatura e, ainda mais, um fenômeno literário pelo simples fato de que ela foi lida e encorajou a ler. Anelli (2011, p. 182) apresenta uma pesquisa que Daniel Yankelovich⁷ publicou em colaboração com a Scholastic⁸, entre mais de mil participantes que revelou que “cerca da metade dos leitores de Harry Potter com idades entre cinco e 17 anos declarou que não lia livros antes de começar a ler a série, e que agora gostava de ler”, Harry Potter foi responsável por criar uma geração de jovens leitores e de abrir caminho para a literatura fantástica e literatura infanto-juvenil.

Harry Potter também ficou bastante conhecido quando ganhou adaptação para cinema em oito filmes, com estreia do primeiro filme em 2001 e o sétimo livro sendo dividido em duas partes, finalizando a sequência de filmes em 2011. As bilheteiras alcançam números como, aproximadamente, 974 milhões⁹ de dólares no primeiro filme e mais de 1 bilhão¹⁰ de dólares com o último da sequência, totalizando cerca de 7 bilhões de dólares em bilheteria mundial da saga, sendo considerado um dos maiores fenômenos cinematográficos dos últimos tempos.

Para uma experiência complementar, além dos livros e filmes, J.K. Rowling disponibilizou o site Pottermore¹¹, o qual passou por uma recente transformação. Antes de setembro de 2015, o usuário podia acompanhar toda a narrativa em forma de momentos que continham textos inéditos sobre personagens e locais, além de poder realizar atividades como aula de poções com livros e ingredientes; participar de duelos; coletar itens mágicos; fazer parte do cotidiano mágico através, de uma conta no Banco Bruxo Gringots, ou ter a sua casa em Hogwarts¹²; especificações de varinha e participar do Torneio das Casas, através de uma contagem de pontos. Atualmente, no segundo semestre de 2015, o site é alimentado apenas por informações e notícias, perdendo o caráter interativo, porém, compensando com a quantidade de conteúdo fornecido.

⁷ Estudioso de tendências de consumidor norte-americano.

⁸ Editora dos livros Norte-americana.

⁹ Disponível em: <http://cinema.uol.com.br/noticias/reuters/2011/07/22/filmes-de-harry-potter-ultrapassam-us7-bi-nas-bilheteiras.htm>. Acesso em: 15/09/2015.

¹⁰ Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/ultimo+harry+potter+e+a+terceira+maior+bilheteria+da+historia/n1597125885582.html>. Acesso em: 15/09/2015.

¹¹ Disponível em: <http://www.pottermore.com>. Acesso em: 01/10/2015.

¹² A Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts, local em que se passa a maior parte da história, é dividida em quatro casas, sendo elas: Grifinória, Sonserina, Corvinal e Lufa-Lufa, referentes aos quatro fundadores da Escola, cada uma com suas características. No decorrer do ano letivo, as casas vão acumulando pontos e no final do ano uma das casas torna-se campeã do Torneio das Casas.

Além disso, a franquia, ou seja, a coordenação por parte dos detentores legais da marca em expandir seu nome através do conteúdo explorado em diferentes meios de distribuição (JENKINS, 2009), também conta com três livros *spin-off*, ou seja, complementares a narrativa, diversos livros sobre a produção cinematográfica, parque temático, estúdio de gravação para visitação, games, jogos, produtos licenciados que vão de objetos do universo a roupas e acessórios de identificação, eventos de divulgação e congressos de fãs, autodenominados Potterheads, fã-clubes e os diversos tipos de criação por parte dos fãs, como fanfiction, fan filme, fanart, que serão explorados mais adiante. Cabe, ainda, ressaltar, a importância que Harry Potter adquiriu no contexto acadêmico. Tendo construído um novo mundo, com costumes e tradições, é objeto de pesquisas das mais diversas áreas, como Comunicação, Psicologia, Literatura e Linguagem, como nas obras de Almeida (2011); Borelli (2007); Camargo (2013); Nonato (2009); Torquato (2009); Zanella (2013), que reiteram a importância e relevância de se estudar esta saga, seus desdobramentos e relações com seus consumidores.

Já em um relato mais detalhado, de forma pessoal e biográfica, Anelli (2011) apresenta como cada novo lançamento no universo Harry Potter era aguardado, alimentado e celebrado pelos fãs através de encontros e, entre eles, cabe ressaltar a turnê de podcast realizado pelo site *The Leaky Cauldron*¹³ (gerenciado por fãs, incluindo a autora) para comemorar a chegada do último livro. Tais encontros permanecem até hoje, como manifestações de carinho on-line em datas comemorativas, como por exemplo, aniversário dos personagens ou da autora, data de lançamento de livros ou filmes. Ou ainda a participação em eventos da cultura geek, como Bienais do Livro ou os exclusivos sobre Harry Potter. Tais eventos podem ser organizados por fã-clubes de grande porte, contando ou não, com o apoio da Editora Rocco e, principalmente, sendo frequentado por todos os fãs, sendo eles membros ou não do fã-clubes. Sendo encontros de grande porte ou pequenas produções de fãs, tais ações mantêm viva a história que teria “terminado” em 2007.

Sobre as produções de conteúdo por parte dos fãs, é importante ressaltar que estas não contam com a autorização legal das empresas que detêm os direitos da marca, o que já gerou conflitos envolvendo a saga, conhecidos como as Guerras de

¹³ Disponível em: <http://www.the-leaky-cauldron.org>. Acesso em: 17/11/2015.

Potter, entre fãs e a Warner Bros. Pictures, a produtora dos filmes de Harry Potter e que detém os direitos de marca e divulgação. A Warner não compreendeu a força que a comunidade de fãs possuía, iniciando com uma política proibicionista, mas acabou por mudar sua abordagem para algo mais cooperativo, pois “empresas inteligentes estão se esforçando para envolver diretamente os clientes e os usuários-líderes” (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007, p. 163). Jenkins (2009, p. 237) coloca as Guerras de Potter como “uma luta sobre os direitos que temos de ler e escrever a respeito de mitos culturais essenciais”, já que para os fãs, “a pureza de motivação dentro dela (a comunidade) importa mais do que a legalidade de ação fora dela” (SHIRKY, 2011, p. 86). Como dito anteriormente, os fãs desejam se tornar uma parte ativa do universo de ficção, parte da cadeia de produção, suas criações são feitas para serem compartilhadas e são vistas como uma oportunidade de interagir com outros fãs e com o universo que adoram (SHIRKY, 2011).

2.2. PERCURSO METODOLÓGICO

Em meio a essa relevância literária e cinematográfica, busca-se entender como se dá a construção e a relação do fã com o objeto material, tanto a saga Harry Potter quanto as fanmades, manifestada através da performance de gosto. Para responder este questionamento central, esta pesquisa se propõe a ser um estudo multi-metodológico, utilizando do método biográfico, o relato de vida, e a pesquisa bibliográfica.

Esta pesquisa é de caráter exploratório, já que, segundo Gerhardt e Silveira (2009) visa familiarizar-se com as diversas esferas do objeto de pesquisa, os fãs, seu relacionamento com a saga e suas produções sobre ela, sendo também de caráter qualitativo, ou seja, visa estudar e entender os fãs e sua relação com seu objeto cultural, o que não pode ser expresso e reduzido a termos numéricos exatos. Além disso, uma pesquisa qualitativa trata de fazer considerações sobre uma determinada realidade, buscando explicar causas de fenômenos, suas correlações e aspectos não-revelados (GOLDENBERG, 2000 apud SILVA et al., 2007).

Especificando os métodos que foram utilizados, temos a pesquisa bibliográfica como forma de “localizar, identificar, sintetizar e apresentar a bibliografia pertinente ao estudo na pesquisa de comunicação” (STUMPF, 2012, p. 51), sobre fãs e sua cultura participativa, além das teorias de performance e cultura

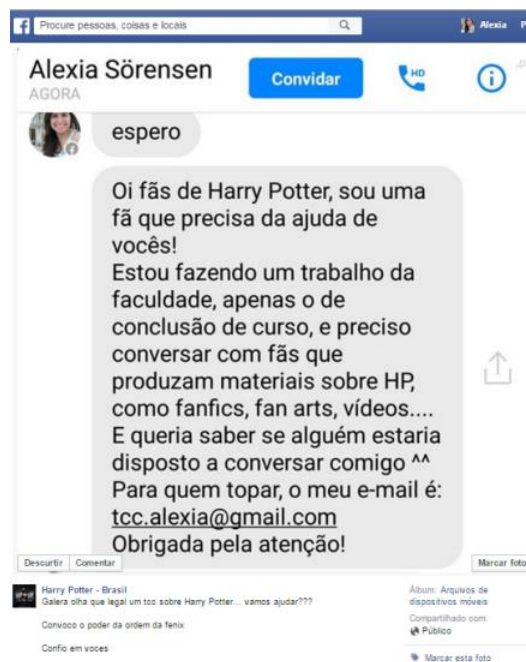
material. Além disso, a pesquisa utilizou como abordagem metodológica principal, o método biográfico, cujo procedimento se deu através de relatos de vida, no qual o objeto de estudo é o indivíduo, sua história e singularidades, e este método compreende também o universo em que o sujeito está inserido.

Esse método é caracterizado por ser um “compromisso com a história como processo de lembrar, com o qual a vida vai sendo revisitada pelo sujeito” (SILVA et al., 2007, p. 27). Outra característica é o vínculo entre pesquisador e sujeito para compreender as significações e ressignificações feitas pelo sujeito sobre sua história e ver esta história como uma ponte entre o individual e o social (SILVA et al., 2007). É tomar o sujeito como um universo singular (FERRAROTTI, 1991), que reflete o contexto social em que está inserido através de um relato pessoal (MALLIMACI; GIMÉNEZ BÉLIVEAU, 2006). Os relatos de vida propõem que “o resultado da pesquisa [...] seja fruto [...] de um diálogo e de uma negociação de pontos de vista, do pesquisador e dos pesquisados” (GOLDENBERG, 2003, p. 24).

É na história de vida do fã, entre seus hábitos de consumo de narrativas, que está inserida sua caminhada entre o desconhecimento, consumo enquanto experiência e produção de conteúdo sobre Harry Potter. Além de seu relacionamento com o mesmo que o levaram a produção de novos materiais e a se apresentar como tal. O método biográfico é complexo no que diz respeito a conhecer o sujeito, porém, rico pelo mesmo motivo. Tendo o conhecimento de que neste tipo de pesquisa a “preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo” (GOLDENBERG, 2003, p. 14), a principal técnica utilizada foi a entrevista em profundidade, que segundo Duarte (2012, p. 62), “busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer”, permitindo perceber, explorar e aprofundar um fenômeno com base nas intensidades e profundidades das respostas colhidas. Além disso, é de cunho qualitativo, dinâmico e flexível, que explora um tema a partir de “informações, percepções e experiências de informantes” (DUARTE, 2012, p. 62) para tratar, entre outras coisas, do íntimo do entrevistado, que seria o foco desta pesquisa, compreender a relação do fã com o objeto e a recriação do mesmo e como manifesta esse relacionamento em sua performance de gosto e construção identitária.

Já que esta pesquisa se propõe a ser uma lembrança de uma parte da história de vida do sujeito, um detalhamento sobre a trajetória de consumo e produção, é mais interessante que a entrevista possua qualidade e profundidade do que um número muito grande de respondentes, cujos relatos poderiam não ser bem adquiridos ou aproveitados. Têm-se, no total, oito entrevistas realizadas durante o mês de outubro de 2015. O contato com os entrevistados foi feito mediante uma postagem na Fan Page Harry Potter – Brasil¹⁴ (Figura 1 e 2) na qual esta pesquisadora tinha um conhecido que publicou o pedido de participação. Ao total, responderam ao pedido treze fãs, contudo, com a explicação do estudo de forma mais aprofundada e troca de mensagens, foram realizadas as oito entrevistas. Todos os entrevistados também assinaram um termo de consentimento e confidencialidade.

Figura 1 – Postagem do pedido aos fãs



¹⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/hpbrazil/?fref=ts>. Acesso em: 17/11/2015. Até a data, contou com 300 curtidas e 33 comentários.

Figura 2 – Repercussões da postagem



Cada entrevistado conta com um tipo de produção diferente, sendo elas, fanfiction (6¹⁵), manifestações em plataformas digitais¹⁶ (2), as quais participaram a fan page e vídeos no YouTube, e mobilização de fãs (2). A opção de estudar estes tipos de fanmades foi dada para explorar uma diversidade enquanto produções e por serem as produções mais disseminadas. Torna-se importante notar que alguns fãs apresentaram mais de um tipo de produção de conteúdo, sendo elas exploradas durante a entrevista.

Cabe ressaltar que o objetivo deste tipo de método está, muitas vezes,

¹⁵ Referente ao número de fãs naquele tipo de produção.

¹⁶ Considerou-se apenas plataformas exclusivas de Harry Potter, não sendo validado para a pesquisa, posts individuais em blogs ou sites que tratavam de outros temas.

mais relacionado à aprendizagem por meio da identificação da riqueza e diversidade, pela integração das informações e síntese das descobertas, do que ao estabelecimento de conclusões precisas e definidas (DUARTE, 2012, p. 63).

Não há como saber se as relações sujeito-sujeito serão as mesmas entre as entrevistas coletadas, contudo, por ser um estudo do tipo exploratório trata de “conceitos, percepções ou visões para ampliar conceitos sobre a situação analisada” (SELLTIZ ET AL, 1987 apud DUARTE, 2012, p. 64), ainda assim, é válido buscar por semelhanças entre as respostas a fim de chegar a uma conclusão.

Dentre os tipos de entrevista em profundidade, opta-se pelo tipo semi-aberto, ou seja, uma entrevista semi-estruturada que conta com um roteiro-base (Apêndice 1) de questões centrais da pesquisa e apresenta a flexibilidade de serem feitas novas perguntas conforme o andamento da entrevista, para melhor explorar e aprofundar as respostas fornecidas. Autores como Mallimaci e Giménez Béliveau (2006), Bertaux (2005) e Pujadas (2000), auxiliaram na construção do roteiro base através de relatos de pesquisas e distinções entre os diferentes tipos de relatos de vida, o que direcionou o tipo de perguntas a serem realizadas. Na estrutura do roteiro tem-se como grandes temas, questões que abordam a similaridade entre as histórias pessoais com a saga Harry Potter; entre hábitos de consumo de narrativas e cultura material e durante o processo de produção das fanmades como performance pessoal, que foram entrelaçadas com os relatos de vida.

A internet também é um importante instrumento de coleta, visto que, as criações dos fãs estão intimamente vinculadas com essa mídia e, os fãs da entrevista não se encontravam na mesma região geográfica da pesquisadora. Foram utilizados os aplicativos de WhatsApp e Skype, ambos com a característica de serem ligações realizadas pela internet, com o auxílio de um aplicativo de Gravador de Voz, para a posterior transcrição, análise e seleção das respostas que pareceram serem as mais expressivas para a pesquisa.

3. OS PROTAGONISTAS

Histórias são tão antigas quanto a própria humanidade. Inventadas ao redor de uma fogueira ou criadas em um café, estão inseridas no cotidiano, fazendo parte do imaginário e fantasias das pessoas através de lendas, mitos, contos de fadas, romances, ficções, biografias entre tantos outros exemplos. A história de um menino órfão, magro e míope que se descobre bruxo aos onze anos e, ao longo de sete anos cresce e luta pelo que acredita ser o certo, encantou e conquistou o respeito e o amor de uma legião de fãs, como também foi capaz de criar um universo amplo, “rico em detalhes, que permite vários pontos de acesso” (JENKINS, 2009, p. 246) para estes fãs fazerem parte e manifestarem seu afeto. J. K. Rowling poderia não saber, na época, que seus livros alcançariam tal nível de sucesso, mas sabe hoje, a quem se deve isso.

O público que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar intimamente da cultura (JENKINS, 2009, p. 53).

Os protagonistas das histórias de sucesso são os consumidores e fãs, aqueles que criaram uma relação tão emocional e próxima com a narrativa que a propagam, defendem e celebram através dos tempos. Tais sujeitos são verdadeiros amadores, são aqueles que amam aquilo ao que se dedicam e amam participar ativamente do universo, através do consumo coletivo material ou por compartilhamento de informações e recriações dos contos. Alguns, inclusive, chegam a ser especialistas e se profissionalizam, realmente trabalhando com seu objeto de afeição.

Neste capítulo, serão apresentadas discussões sobre a cultura de fã relacionando-a com consumo sob uma ótica da cultura material. Em seguida, será estudada a cultura participativa apresentando o fã enquanto personagem central e prosumidor. Além disso, será analisado brevemente algumas formas de produções de fãs (fanmades) e, para concluir, analisar a performance de gosto manifestada através do consumo e produções.

3.1. CULTURA DE FÃ, CONSUMO E CULTURA MATERIAL

“Sentimo-nos entusiasmados [...]; acolhemos os personagens, integramos as histórias em nossas vidas; reformulamos essas histórias e as tornamos nossas” (JENKINS, 2009, p. 315). Assim agem os fãs, em um primeiro momento há o desconhecimento e a curiosidade, e, em seguida, vem o envolvimento e a relação sentimental com o universo. E, então, mais curiosidade acerca de tudo que envolve a trama, manifestado através de um consumo enquanto experiência (BARBOSA; CAMPBELL, 2006) e uma relação tão humana com objetos, que caracterizam a cultura material (MILLER, 2007, 2013a, b).

A cultura do fã é fazer parte, de algum modo, do universo que adora, é ser membro de um fandom, “é se dedicar, profundamente e em detalhes, a coisas nas quais o público em geral não passa muito tempo pensando” (SHIRKY, 2011, p. 83). Devem-se compreender os fandoms como um agrupamento de pessoas que possuem afinidades em comum e que, entre si, possuem um sentimento de comunidade e laços de solidariedade, comprometimento e lealdade (JENKINS; GREEN; FORD, 2014). Os fandoms são formados “por afiliações voluntárias e temporárias, através de investimento emocional e esforço intelectual” (REZENDE; NICOLAU, 2014, p. 5), o que gera diferentes níveis de engajamento, dedicação e motivações de participação por parte de cada fã.

Outra característica dos fandoms é o desconhecimento da totalidade dos membros, já que a comunidade é maior que um fã-club e agrupa a todos que se definem por seus gostos em comum, e, ainda, a difícil reunião física dos mesmos, já que a comunidade está difundida pelos seus componentes. O que não minimiza o contato entre eles, senão que o encoraja, justamente para manter ativo tanto o objeto de culto, quanto o sentimento de comunidade.

Os fãs usam da mídia e do “acesso público não para alcançar a mais ampla audiência possível, mas para alcançar pessoas como eles mesmos” (SHIRKY, 2011, p. 84), pessoas que compartilhem os mesmos interesses e podem compartilhar informações, conversas e experiências. Pessoas com quem já possuem afinidades e que serão capazes de compreender e valorizar, verdadeiramente, seus esforços enquanto fãs. “A atividade do fã nunca termina” (BRUNS, 2008, p. 27-28 apud JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 230) e é nessa rede de compartilhamento que os fãs tratam de se encaixar, tornando-se pontos de ligação, transferência e

emissão, unindo-se, em alguns casos, em subconjuntos como fã-clubes, mas cada um responsável por um fragmento de informação e, responsáveis também, por manter viva a história e seus personagens.

Ser parte de uma cultura de fã é pesquisar, colecionar, compartilhar novidades e sentimentos, propagar o objeto cultural e distribuir informação, afinal, nada vale mais que uma declaração oficial de J.K. Rowling sobre o futuro de seus personagens ou fotos sobre sets de filmagem, figurinos e até spoilers¹⁷ sobre um novo filme: “quanto maiores as recompensas da informação obtida, mais se justifica o gasto de tempo e recursos em sua obtenção” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 236). É estar integrado, ser ativo, mobilizador, crítico, engajado, criativo e barulhento (JENKINS, 2009) entre os seus. É consumir de materialidades a informações, consumir muito. É um engajamento voluntário derivado tanto de desejos de estar conectado e participando ativamente com o objeto de adoração e com outros fãs, com os quais há “um sentido de interação, de pertencimento a um grupo que é animado pelo compartilhamento de uma visão ou um projeto” (SHIRKY, 2011, p. 94), quanto de motivações intrínsecas, ou seja, “aquelas nas quais a própria atividade é a recompensa” (SHIRKY, 2011, p. 68), não sendo realizadas por aspirações de cunho monetário. Pois os fãs fazem o que fazem, por amor à obra, e deixam claro:

uma distinção prática entre o mundo do dinheiro e o mundo do amor, porque, mesmo que essa distinção não tenha valor num tribunal legal, tem valor para eles. Nessa comunidade, a pureza de motivação dentro dela importa mais do que a legalidade de ação fora dela. (SHIRKY, 2011, p. 86)

Cabe ressaltar que o relacionamento de cunho afetivo entre o sujeito e o objeto é de extrema importância, sendo o que caracteriza, também, a cultura do fã. Temos a “valorização das coisas proporcional ao lugar que elas ocupam em nossas vidas” (MILLER, 2013b, p. 230). É através dessa cultura material, do objeto dotado de significados e que denotam aspectos de suas identidades, que o fã manifesta-se, e, por isso, deve-se pensar o “consumo como um aspecto da cultura material” (MILLER, 2007, p. 34) e ver as mercadorias como comunicadores sociais (BARBOSA, 2004).

¹⁷ Segundo Jenkins (2009), é a prática de localizar e compartilhar informações inéditas e não oficiais sobre determinado assunto ou enredo.

“Todos os objetos, bens ou serviços são partes integrantes de sistemas de práticas e representações que os tornam significativos e, portanto, ‘reais’ para determinados grupos e indivíduos” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 102). Harry Potter, neste caso, deixou de ser um livro ou um filme qualquer, saiu da esfera do comum, tornou-se importante, tornou-se real à medida que mais e mais fãs se envolviam com a trama, expressavam suas opiniões e começaram a fazer “uso do universo material a sua volta para se reproduzir física e socialmente” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 22). Cada objeto material, cada informação coletada é importante para a comunidade de fãs e é tratada com carinho e cuidado.

Principalmente na comunidade de fãs, vê-se, além do consumo ativo e constante, uma motivação para ser feito mais, consumido mais, produzido mais. O que gera uma relação afetiva tanto com materialidades oficiais, quanto uma “crescente das relações de produção” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 25) por parte dos próprios fãs. Vê-se uma crescente da cultura participativa e de prossumidores nas comunidades de fãs.

3.2. CULTURA PARTICIPATIVA E O FÃ COMO PROSSUMIDOR

“Os consumidores [...] estão reivindicando o direito de participar da cultura, sob suas próprias condições, quando e onde desejarem [...], enfrenta uma série de batalhas para preservar e expandir seu direito de participar” (JENKINS, 2009, p. 236). A cultura participativa refuta as antigas definições de um consumidor apático e homogêneo. Como apresentam Vollmer e Precourt (2010), é justamente o contrário, os consumidores são diversos, com preferências e estão assumindo o comando das mídias. A cultura participativa põe em pauta novos olhares sobre a antiga divisão de emissores e receptores de informação, e é, também, uma das características fundamentais da cultura de fãs, já que, como bem explica Jenkins (2009, p. 188),

os fãs 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 [...] 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.

A cultura da participação do fã manifesta-se por meio de diversos tipos de envolvimento, por uma participação interativa entre os membros, como um processo de consumo coletivo de informações, como apresenta Jenkins (2009, p. 30), “nenhum de nós pode saber de tudo; cada um de nós sabe alguma coisa”, e compartilha-se através da circulação de conteúdo e significados. Outras formas de participar ativamente do universo ficcional, além do consumo ativo e coletivo através da partilha de conhecimentos, é através da conversação, circulação de conteúdo (JENKINS; GREEN; FORD, 2014), da produção de recriações, do engajamento em atividades de apropriação e de reinvenção do objeto cultural original, as chamadas fanmades. Essa nova forma de “interagir significa que eles [consumidores e fãs] verão o mundo como um palco para as próprias inovações” (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007, p. 161) e, como discutem Jenkins (2009), Shirky (2011) e Tapscott e Williams (2007), utilizam a web como palco para compartilhamentos.

“As pessoas gostam de consumir, mas também gostam de produzir e compartilhar. Sempre gostamos dessas três atividades, mas até há pouco tempo a mídia tradicional premiava apenas uma delas” (SHIRKY, 2011, p. 25). É importante observar que, “embora todo e qualquer membro de uma sociedade seja um consumidor ativo de bens [...], nem todos têm um papel no processo produtivo” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 21). Apenas um segmento dos consumidores e de fãs se dedica à produção de algum tipo de fanmade, entretanto, “o consumidor é cada vez mais atraído para dentro do processo da produção” (TOFFLER, 1980, p. 274). Talvez pelo desenvolvimento de mecanismo que auxiliam na produção em si, como softwares, ou amadores que fazem vezes de mentores e críticos, ou ainda pela facilidade tecnológica de compartilhamento, o que resulta na atenuação da linha “que separa o produtor do consumidor. [E com isso,] vemos a crescente significação do prossumidor¹⁸” (TOFFLER, 1980, p. 268), a explosão do “faça você mesmo” (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007). É importante ressaltar que “a cultura participativa [...] tem uma história (na verdade, várias histórias) muito maior do que o tempo de vida de tecnologias específicas ou de plataformas comerciais” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 203), ou seja, a produção de fãs e a ideia de cultura participativa dos mesmos não surgem com as atuais tecnologias de informação e

¹⁸ O termo “prossumidor” foi cunhado primeiramente por Alvin Toffler em 1980, no livro *A terceira Onda* e traduzido ao português com esta forma de escrita e por esse motivo, ao longo do estudo utilizarei a mesma forma de escrita, exceto em referências e citações diretas de outros autores que utilizam a grafia em inglês “prosumer”.

comunicação, porém, ganha notoriedade com as novas tecnologias que acabam por ampliar as formas de participação e comunicação do público já ativo.

O termo prosumidor é uma união de produtores e consumidores, referindo-se àqueles que exercem ambos os atributos, cunhado por Alvin Toffler, em 1980, em seu livro *A Terceira Onda*. Hoje, pode ser aplicado principalmente aos fãs que produzem conteúdo em cima de outro produto e consomem tanto o original quanto seus desdobramentos. Os fãs, em suas “comunidades online de prosumers [...] compartilham informações relacionadas aos produtos, colaboram na criação de produtos personalizados” (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007, p. 159).

Os fãs rejeitam a ideia de uma versão definitiva produzida, autorizada e regulada por algum conglomerado. Em vez disso, idealizam um mundo onde todos nós podemos participar da criação e circulação de mitos culturais fundamentais (JENKINS, 2009, p. 340).

Dessa forma, a “ligação entre consumo e produção é cristalina” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 199). Torna-se cada vez maior, interligando esses âmbitos de forma explícita, e com isso, os fãs acabam tanto “‘consumindo’, no sentido de uma experiência, quanto ‘construindo’, por meio de produtos, uma determinada identidade” (BARBOSA, CAMPBELL, 2006, p. 23). Tem-se a “produção e consumo como processo circular” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013 p. 60), um permitindo e, de certa forma, estimulando o outro. Tem-se o consumo do produto e da reprodução. Tem-se um envolvimento pessoal e humano com ambos. Tem-se a manifestação do eu-fã através de ambos.

3.3. PRODUÇÕES DE FÃS: ENTRE MATERIALIDADES E VIVÊNCIAS

Explorando melhor a relação do fã com produções, vê-se que, como apresenta Shirky (2011, p. 73), “criar algo pessoal, mesmo de qualidade média tem um tipo de apelo diferente do que consumir algo feito pelos outros, mesmo algo que seja excelente”. Ainda envolvido na cultura material, o objeto em foco agora é produzido pelo próprio fã (fanmades), podendo ser divididas, para fins de análise, em dois grandes grupos, devido à origem do trabalho, sendo as produções de materialidades como algo que pode ser visível ou tangível e, como um segundo

grande âmbito, a mobilização de fãs através de eventos, que são experiências multissensoriais (LINDSTORM, 2007; SCHMITT, 2000) vividas.

As fanmades estão envolvidas em discussões de legalidades e monetárias, uso de nomes e imagens. É importante observar que os fãs não admitem receber dinheiro pelos seus trabalhos, como já comentado, a “natureza não comercial da cultura do fã é uma de suas características mais importantes” (JENKINS, 2009, p. 242). E, anunciam que é um trabalho amador, motivado pela coisa em si, já que, “para os fãs, ler e escrever era o meio para seu fim: ter uma relação mais envolvente com o mundo de Hogwarts” (JENKINS, 2009, p. 272), com isso, eles dão os devidos créditos aos autores originais da obra. Salvo as fanmades que mobilizam fãs para a realização de eventos físicos, os quais necessitam de financiamento para a realização, sendo que o principal objetivo é a criação de um ambiente e de experiências autênticas promovidos por aqueles que amam tanto quanto os que participam, podendo gerar ou não lucros.

Além disso, as criações dos leigos eram, antigamente, restritas a um grupo pequeno e familiar, já que as formas de contato eram bastante reduzidas. Porém, como afirma Shirky (2011), nunca foi tão fácil compartilhar e publicar criações hoje, sejam elas originais ou inspiradas em produtos culturais alheios, já que possuímos uma mídia alternativa que conecta anônimos ao redor do mundo. Uma democratização das ferramentas de publicação que “está rapidamente transformando a nossa percepção de como experiência, relevância e profissionalismo se desenvolvem na mídia” (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007, p. 182). “Compartilhar pensamentos, expressões e mesmo ações com outros, possivelmente com muitos outros, está se tornando uma oportunidade normal, não só para profissionais e especialistas, mas para quem quiser” (SHIRKY, 2011, p. 157), e os fãs querem.

As produções dos fãs tratam de

modificar, embelezar, suplementar, reinventar e misturar esses trabalhos com outros elementos. Acima de tudo, [...] significa ser um produtor, participar do empreendimento criativo e compartilhar sua criação com outras pessoas (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007, p. 172).

Explorando, agora, os diversos tipos de fanmades, no âmbito que cria materialidades, encontramos a fanfiction, que é uma narrativa escrita, sendo

carinhosamente chamada de fanfic ou fic pelos produtores. Ela possui diversas ramificações, como por exemplo, a história pode ser o mais fidedigna à original, mantendo as características dos personagens e do ambiente, e é responsável por preencher espaços não ocupados pela narrativa original, o cânon. Pode ainda manter o universo e seus personagens, porém dando outro rumo à história, ou a fanfiction pode apenas manter os nomes e características físicas dos personagens sendo ambientadas em um Universo Alternativo (UA), estando bem distante da narrativa original.

Além disso, temos o fanfilm, narrativa audiovisual, podendo ser uma paródia com atores (live-action), desenhos ou compilação de partes do filme original. Uma variação dos fanfilms são os clipes musicais, que são uma coletânea de músicas que o fã gosta com partes de filmes originais. Já a fanart é a representação da visão do fã através de desenhos ou tirinhas feitos à mão ou por softwares de edição e tratamento de imagens, de um momento da narrativa original, contando uma nova história, como as fanfictions ou ainda ilustrações das mesmas ou da narrativa original. As fanzines são revistas com matérias reais ou inventadas do universo que podem ser impressas ou digitais e o fansubbing que é o processo de legendar a produção audiovisual original.

Somado a isso, outra forma de atuar do fã, ainda na categoria de materialidades, é com a presença em plataformas digitais através de sites, blogs, vlogs ou presença em redes sociais, como as antigas Comunidades do Orkut¹⁹ ou as atuais Fan Pages do Facebook²⁰. Estes tratam de compilar informações originais ou de criações dos fãs para compartilhamento e buscam se tornar referências para a comunidade de fãs, contando com as opiniões e contribuições dos mesmos, “selecionando e promovendo conteúdo e criando metadados” (BRUNS, 2008 apud JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 230).

Já adentrando na outra grande esfera, temos como produções de fãs os fã-clubes e realização de eventos singulares ou presença em eventos gerais – que

¹⁹ Site de relacionamento criado em 2004 e, oficialmente encerrado em 2014, contava com o aplicativo de criar Comunidades, onde os usuários poderiam filiar-se e interagir entre si pelos fóruns de discussão. Fonte: <http://www.techtodo.com.br/noticias/noticia/2014/07/historia-do-orkut.html>. Acesso em: 07/11/2015.

²⁰ Site de relacionamento criado em 2004, conta com o aplicativo de criar Fan Pages, nas quais o criador pode contar histórias, compartilhar fotos e entrar em contato com demais pessoas e os usuários podem receber notícias de seu interesse. É mensurado, em parte, pelo número de curtidores. Fonte: <http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/a-origem-do-facebook-4934191> e <http://www.facebook.com.br>. Acesso em: 07/11/2015.

tratam da cultura “nerd”²¹ ou literatura, por exemplo e se destinam a criar experiências sensoriais, não algo tangível, mas sentimentos e vivências que permitem, aos fãs envolvidos, estarem presentes no universo. Tais experiências geram “valores sensoriais, emocionais, cognitivos, comportamentais e de identificação” (SCHMITT, 2000, p. 41). Os fãs tornam-se “criadores significativos de experiência” (BRUNS, 2008 apud JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 230) e promovem como experiência, a imersão ao universo através de uma sinergia entre os sentidos (FLÔR; UMEDA, 2010; LINDSTROM, 2007), e que se dá através da vivência das situações (SCHMITT, 2000).

Retratou-se, aqui, as mais comuns citadas por Jenkins (2009) ao longo de *Cultura da Convergência*. Dentre essas formas de participação dos fãs, estão presentes, como parte do corpus, fãs envolvidos com a produção de fanfictions, plataformas digitais – Fan Page e vlog – e mobilização de fãs, pois são os tipos de criações mais conhecidas e divulgadas, além de serem processos que geralmente tomam um grande espaço de tempo de envolvimento, criação, desenvolvimento, compartilhamento e representação. É sobre essa representação, formas de se apresentar, sobre performances, que trataremos a seguir.

3.4. PERFORMANCE DE GOSTO ATRAVÉS DE CONSUMO E PRODUÇÕES

Atitudes e criações por parte dos fãs são meios pelos quais o fã mantém uma relação e um envolvimento com a obra e que se tornam formas de serem percebidos, tanto por outros fãs, quanto pela sociedade em geral. Essa maneira de se fazer perceber, de atuar frente ao outro, de mostrar-se e o que se faz é o que pode ser chamado de performance. Como apresenta Ehrenberg (2010, p. 25), a performance é dependente da identidade, é “desejo de ser sujeito por si mesmo e não objeto de qualquer coisa”, “ter por ambição tornar-se si mesmo, identificar ser si mesmo e ser o melhor, é assimilar um código ‘da autenticidade’ ou da identidade a um código de visibilidade” (EHRENBURG, 2010, p. 51). É o ato de construir-se a partir daquilo com o que se identifica e definir-se a partir daquilo que se gosta (HENNION, 2010), o que, para certos atores sociais, significa ser fã e prossumidor

²¹ Termo designado a uma pessoa muito dedicada aos estudos, tornando-se um tipo de especialista na área. Pode ser ligado ao termo geek, mais referente a alguém que possui mais interesse em tecnologia e informática, geralmente.

de Harry Potter e mostrar-se como tal. Neste momento vamos aprofundar o entendimento de performance, para, em seguida, focá-la em uma performance de gosto manifestada através do consumo e produção de conteúdo.

Estamos em uma “sociedade de indivíduos, que impele cada um a construir sua própria liberdade, a conquistar sua identidade” (EHRENBERG, 2010, p. 169), considerando que

a identidade não é somente o que se transmite e em que você se fecha por meio da filiação coletiva. Ela é também (sobretudo?) o que se constrói em um projeto inteiramente voltada ao futuro por uma performance individual (EHRENBERG, 2010, p. 69).

É a unicidade do indivíduo e a visibilidade da mesma, afinal, “cada um, independentemente de onde venha, deve realizar a façanha de tornar-se alguém por meio de sua própria singularização” (EHRENBERG, 2010, p.172). Cada fã passa por um processo de consumo, identificação e pertencimento, que se “auto definem [...] quase sempre exclusivamente em termos de seus gostos” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 51), os quais o indivíduo incorpora em seu cotidiano e à sua identidade pessoal, utilizando do universo do objeto de adoração como uma representatividade do próprio eu (GOFFMAN, 2009), que permite a este indivíduo estar “sujeito às impressões que causa nos outros e às suas expectativas quanto a isso” (GOFFMAN, 1975 apud MONTARDO; ARAÚJO, 2013, p. 473).

Vemos que, se tratando da performatização, “o indivíduo pode envolver profundamente o seu eu em sua identificação com um determinado papel, instituição ou grupo” (GOFFMAN, 2009, p. 221) e que, quando ele se apresenta, “consciente ou inconscientemente projeta uma definição da situação, da qual uma parte importante é o conceito de si mesmo” (GOFFMAN, 2009, p. 220). Para os fãs, o conceito de si mesmos está intimamente dependente da definição de si por meio de seus gostos (BARBOSA; CAMPBELL, 2006; HENNION, 2010). Por meio de seus objetos de adoração, estes bens materiais que são revestidos de significados (BARBOSA; CAMPBELL, 2006), não por si próprios, mas pela relação que estabelecem entre outros consumidores (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013).

Aprofundando na questão de uma performance de gosto, Hennion (2011, p. 260) apresenta esta como “uma performance [...] que age, que engaja, que transforma, que faz sentir”. É algo que “se faz dizendo-se e se diz fazendo-se”

(HENNION, 2011, p. 264). O gosto é a “atividade que nos interessa, e não o amator ‘em si’, que tomaria o lugar das obras ‘em si’” (HENNION, 2011, p. 260), ou seja, é o estudo sobre o gosto manifestado na relação com Harry Potter, na reconstrução de Harry Potter e construção de fanmades, no vínculo afetivo do fã com ambos os objetos que nos interessa. É por esse vínculo que vemos que na medida em que o fã gosta, consome e recria o objeto, ele recria a si mesmo e sua singularidade. Como apresenta Ehrenberg (2010, p. 51), “o modelo público da performance: a identidade depende de uma conquista semelhante a um recorde ou a um mercado”. Os fãs veem suas produções como essas conquistas e, como uma forma de ter algo tangível de si sobre o que se gosta.

Considerando o estudo sobre gosto, temos outro enfoque: a pragmática do gosto enquanto dispositivos e condições de degustar, já que “o gosto depende dos dispositivos que o fazem surgir, das técnicas de apresentação de si que tanto o objeto quanto o amator sabem desenvolver” (HENNION, 2011, p. 262). Considerando como dispositivos as materialidades mediadoras da história, “os objetos e instrumentos de todos os tipos, um amplo leque de técnicas para gerir tudo isso” (HENNION, 2011, p. 268), e observando as condições de degustar como as situações e seus diversos fatores e modos consumo dos dispositivos. Neste caso, o meio em que a narrativa foi originalmente contada, livros e filmes, e nas plataformas que se estendeu, seja por parte do objeto ou dos fãs, consumidas intensamente pelos fãs, caracterizam este enfoque. Fazendo relação com o que já foi estudado sobre cultura material e a valorização destes dispositivos como algo verdadeiramente importante para o fã, se torna relevante avaliar isto na análise dos dados.

Finalizando, a performance de gosto é manifestada através do consumo quando observamos que o gosto possui a mesma função de marcador de diferenças e identidades (HENNION, 2011) que o consumo, já que consome-se, principalmente, aquilo que se gosta. Como observa Barbosa (2004, p. 50), “os nossos selves são definidos pelos nossos gostos e preferências pessoais e o consumo funciona, nesse contexto, como uma avenida de conhecimento e reconhecimento do que sou”, tal qual a produção e a manifestação da mesma também o fazem. Deve-se lembrar que “as pessoas são ativas e produtivas; elas transformam incessantemente tanto objetos e obras quanto performances e gostos” (HENNION, 2011, p. 256). Com isso, o “material produzido pelos fãs [...] é por si só uma afirmação e uma performatização

do gosto” (AMARAL, 2014, p. 7). Sendo assim, o próximo capítulo apresenta os relatos de vida dos fãs de Harry Potter entrevistados, seguido por uma análise que relaciona as similaridades dos relatos com as formas de performance aqui discutidas.

4. OS CONTOS: FANMADES ENQUANTO PERFORMANCE DE GOSTO

Tendo sido estudado o fã, sua cultura, sua relação com o consumo e a cultura material e, nas formas de participação, o advento do fã-prossumidor e conseqüente construção de fanmades, crê-se que, refletindo tais aspectos nos relatos de vida de cada fã entrevistado nesta pesquisa, visualizam-se as formas de relação entre o fã e o objeto cultural (Harry Potter) e entre o fã e a fanmade manifestada através de uma performance de gosto. Com isso, neste capítulo serão apresentados os fãs entrevistados nesta pesquisa, um breve perfil, sua história com a saga Harry Potter e suas conseqüentes produções. Após isso, serão analisados temas do roteiro que orientaram as entrevistas, a fim de responder o problema da pesquisa, entrelaçando-os aos relatos de vida e formas de performance individual.

4.1. O QUE CONTAM OS FÃS E SEUS CONTOS

A partir das narrativas, apresentam-se os oito entrevistados desta pesquisa, para, em um momento posterior, ser realizada a análise. Variando entre 16-27 anos, tem-se uma distribuição equilibrada em relação ao gênero dos entrevistados (5 feminino e 3 masculino). Os relatos variaram entre 20 minutos e 2 horas e 10 minutos, devido ao tempo de caminhada e experiência com Harry Potter. Cada entrevista possui uma característica importante e única para a análise, mesmo que o tipo de produção possa ser o mesmo. Primeiramente serão apresentados os produtores de materialidades e, em seguida, os produtores de vivências relacionadas com o universo de Harry Potter. Os entrevistados que possuem mais de uma forma de interação com a saga serão apresentados por último, já que, possuem uma das produções configurada como materialidade e a outra, como uma vivência.

4.1.1. Santão²²

²² Pseudônimo.

Nascido em São José, perto de Florianópolis, Santa Catarina, Santão tem 20 anos, trabalha na empresa do pai e é Youtuber²³. Quando criança acreditava que os livros eram baseados nos filmes, e não o contrário e não entendia como sobrava informação nos livros, no caso, apenas Harry Potter, porque sinceramente informou que não costuma consumir livros ou filmes e, por esse motivo, “Harry Potter é tão especial. É único”.

No ano de 2001, quando tinha 7 anos, sua mãe havia comprado o segundo título da série para seu irmão mais velho. Faltou interesse por parte dele, mas sobrou por parte do mais novo. Quando concluiu o livro, descobriu que era uma série e quis ler mais e, em 2003, já havia lido o primeiro título e o terceiro, além de ter visto o primeiro filme em VHS. Conta, com empolgação, que concluiu as leituras em pouco mais de duas semanas, ainda criança, e se orgulha do fato. A partir daí, foi consumindo os livros e os filmes nos lançamentos.

Assinante da Revista Recreio²⁴, possui até hoje as edições que falam sobre o bruxinho. Além disso, fez álbum de figurinha, tem acessórios e roupas com a temática mágica, os livros, os filmes e sempre “nas pequenas coisas, Harry Potter foi me acompanhando”. Apesar de divulgar seu lado fã nas redes sociais da época (Orkut e Fotolog), “não era essa coisa muito escancarada”. Até que, em 2013, resolveu criar um canal de gameplay sobre Harry Potter para o YouTube: “eu junto duas coisas que estou mais curtindo no momento e fica legal”, e, depois de um tempo, decidiu começar a falar sobre a narrativa e seus desdobramentos. São considerados canais de gameplay aqueles que ensinam, passo a passo, como se joga determinado jogo digital.

E, assim, nasceu o canal O Expresso de Hogwarts²⁵, que conta com um total de 88 vídeos²⁶ (Figura 3 e 4) e fala sobre diversos temas envolvendo este universo. “J.K. Rowling criou um mundo vasto, gigantesco e muito bem detalhado, então tudo o que as pessoas perguntam, tem uma resposta [...] tudo é tema pra vídeo”, tanto que a própria entrevista tornou-se um vídeo²⁷.

²³ Termo designado àqueles que se dedicam a fazer vídeos para o site Youtube.

²⁴ Editora Caras. Visa o público infanto-juvenil através de notícias, curiosidades, piadas.

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/canalcalse/featured>. Acesso em: 17/11/2015.

²⁶ Última visita em 28/10/2015.

²⁷ Santão gravou o áudio e a si mesmo durante a entrevista, com prévio aceite da pesquisadora, editou a mesma e postou em seu canal, debatendo também, a questão da relevância de Harry Potter para o meio acadêmico. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QpO1yH-AxUw>. Acesso em: 10/11/2015. O vídeo contou, até o momento da análise, com mais de 15 mil visualizações.

Figura 3 – Descrição do canal O Expresso de Hogwarts

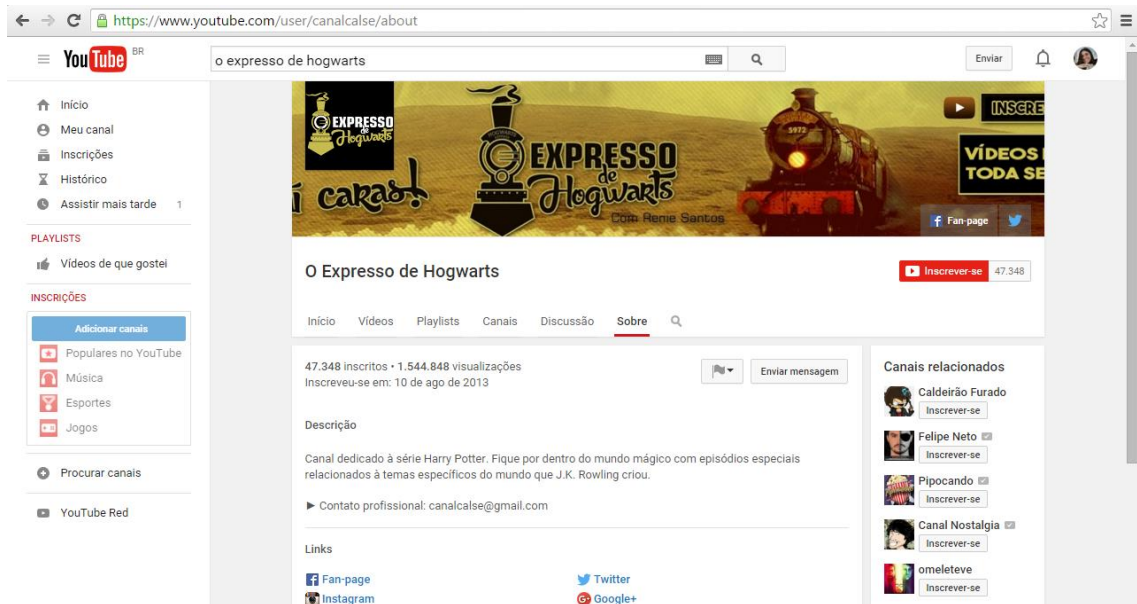
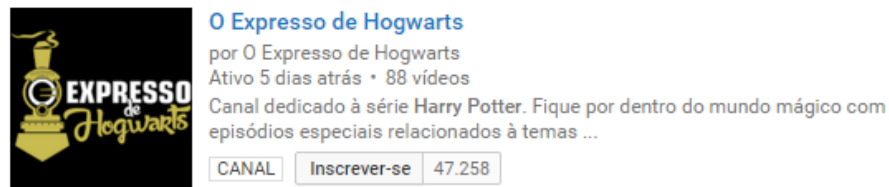


Figura 4 – Resumo do canal



Santão conta que gostaria que o canal fosse a sua profissão, sua vida, que pudesse “realmente abdicasse de todo o meu tempo pro canal, porque é a coisa que eu amo, produzir vídeo pra internet, justamente falando sobre Harry Potter”. Porém, com as demandas do trabalho, tem apenas os fins de semana para se dedicar a toda a arte que é necessária, como roteiros, pesquisa, edições e ainda alimentar as páginas referentes no Facebook e Twitter.

Mesmo sendo complicado se dedicar, ele afirma que é muito divertido e se empolga quando o assunto é edição, tanto que deseja fazer faculdade voltada para a área de produção audiovisual e espera, também, tornar o canal sua fonte de

renda, como diz: “atualmente gosto de dizer que é o sonho da minha vida, eu não posso viver do YouTube, mas eu queria muito que fosse o meu trabalho principal”.

Com toda essa história e sonhos, ele afirma que “não estaria exagerando [...] que significa tudo” Harry Potter em sua vida, já que, como ele mesmo comenta, a história o acompanhou a vida toda, fez parte de seu crescimento e o ensinou importantes valores.

4.1.2. ColorwoodGirl²⁸

Paulista da cidade de Americana, cursa Jornalismo, tem 21 anos e simplesmente ama histórias, em formato audiovisual, como séries, ou escritos, como livros. Desde pequena teve influência para gostar de leitura por parte dos pais e também gostava muito de criar histórias, o que culminou para que ela se tornasse uma escritora de fanfiction.

Aos 7 anos, viu o primeiro filme em VHS por puro acaso, uma escolha aleatória da mãe e, aos 10, conseguiu todos os livros lançados com a melhor amiga e, então, “começou ali uma relação de amor que provavelmente vai durar pra sempre”. ColorwoodGirl conta que Harry Potter é uma parte muito significativa em sua vida, pois, em meio a certa “exclusão”, no colégio, Harry havia sido uma válvula de escape, e, “além de porto seguro na época mais complicada [...] trouxe muitos e muitos e muitos amigos”, que possuíam os mesmos gostos. Gosto este expresso através de roupas, acessórios, almofada, livros, revistas, álbuns, DVDs e afirma que ainda precisa de mais coisas. Além disso, diz que consome a narrativa por meio de fanmades e buscava informações na internet, pelo site do Pottermore e seguindo a autora no Twitter também.

Em meio aos lançamentos dos livros, ficava imaginando o que aconteceria com os personagens, o que provocou a escrever outros possíveis fins em 2008, com 14 anos. Depois que publicou sua primeira história, “comecei a escrever mais, mais e mais”, sendo bastante comum a publicação de one-shots²⁹ e, nas narrativas mais longas, tem a mania de reler a cada 6 meses e republicar as mesmas, sempre tentando melhorar a forma de escrita, pois deseja ser uma escritora. Se, no início, ColorwoodGirl se preocupava em manter o cânon, hoje já é mais audaciosa e

²⁸ Nickname utilizado na plataforma em que publica.

²⁹ Histórias finalizadas que possuem apenas um capítulo.

escreve sobre universos alternativos no site brasileiro Nyah Fanfiction³⁰, no qual é possível visualizar seu perfil e histórias (Figura 5 e 6).

Figura 5 – Perfil no site Nyah Fanfiction



Figura 6 - Histórias



A produção de fanfictions, além de um treino para o futuro, também trouxe leitores e amigos. Ela diz que a melhor parte do dia é quando se senta para escrever

³⁰ Disponível em: <https://fanfiction.com.br/u/491076>. Acesso em: 17/11/2015.

e acredita que as fanmades são formas de manter o universo de Harry Potter vivo, além de serem um incentivo à imaginação e criatividade.

4.1.3. Gigi Weasley Black Potter³¹

Uma das mais jovens a ser entrevistada, Gigi W. B. Potter tem 16 anos e vive em São Paulo capital, é bem eclética quanto à escolha de narrativas e também é escritora de fanfictions.

Foi apresentada a Harry Potter por sua mãe, que também é grande fã da saga, começando pelos livros e migrando para os filmes, logo foi conquistada. Tem o hábito de acompanhar a série pelas plataformas digitais, como redes sociais, Tumblr, Twitter Pottermore, frequentar eventos e participar de bate-papos, grupos de discussão, sobre Harry Potter, entrando em contato, tanto com brasileiros, quanto com estrangeiros, para ampliar sua coleção de informações, como afirma: “sempre tento encontrar novos fãs pra conversar, autores, desenhistas, sempre procuro gente nova pra conversar porque é uma grande paixão pra mim Harry Potter”.

Seu caminho pela escrita ainda é curto, mas Gigi conta que é uma paixão escrever, que o faz por prazer e, por isso, sempre anda com um bloco de notas, para anotar as ideias que surgem durante o dia. Dedicando mais os finais de semana para a escrita, essa estudante, do ensino médio, diz que a produção a está auxiliando a melhorar a escrita e desenvolver suas ideias, já que costuma produzir mais fanfictions que seguem o cânon, e está tentando agora uma obra um pouco mais ousada e original. Publica no site Fanfiction³², e é possível ter acesso ao seu perfil e histórias (Figura 7 e 8) no mesmo. Considera suas produções como conquistas e orgulhos, já que venceu o receio e a insegurança para isso.

Gigi considera a saga como um momento de transição em sua vida, um momento de amadurecimento. Para além da magia e fantasia, a série foi um grande exemplo para ela, por ter personagens femininos independentes e fortes, “coisa que me faltava nos livros antes, o fato de uma mulher poder ser heroína, e foi uma coisa que me mostrou, me atraiu muito na série”.

³¹ Nickname utilizado na plataforma em que publica.

³² Disponível em: <https://www.fanfiction.net/u/4433674/Gigi-W-B-Potter>. Acesso em: 17/11/2015.

Figura 7 – Perfil no site Fanfiction.net

Gigi W. B. Potter hide bio

PM · Follow · Favorite

Joined Dec 23, 2012, id: 4433674, Profile Updated: Oct 14, 2013

Author has written 7 stories for Harry Potter.

Olá a todos.

Sou Gigi Weasley Black Potter.

O que posso falar de mim?

Amo Harry Potter, adoro ler e escrever, ouvir música, assistir filmes e séries.

Sou um pouquinho louca, e isso pode acabar se refletindo nas minhas histórias, mas elas (eu espero) valem a pena.

Inteligente, mal humorada, irônica, sarcástica, com um humor meio sombrio, mas também leal, amiga, brincalhona e companheira.

Casais preferidos?

- Harry/Gina - porque são lindos juntos e amo os dois
- Rony/Hermione - para mostrar que os opostos se atraem
- Tiago/Lilian - porque são um casal fofo e deram origem a essa saga maravilhosa que eu tanto amo
- Um pouco de Neville/Luna - porque é realmente diferente, mas amo do mesmo jeito.

Além de Harry Potter, gosto de Supernatural, Percy Jackson, Crepúsculo (mas não sou fã de fics deles), livros de ação e romance, com um toque de humor.

Quanto a filmes, fico nos de ação e aventura, romance e comédia (especialmente paródias) e fujo dos de terror (sou forte, mas nem tanto, embora eu assista alguns).

Grifinória com orgulho, mas com uma pitada de sangue sonserino nas veias.

Gosto musical: passo longe de sertanejo, samba só um pouquinho (influência do tio), rock (influência do pai) e o que toca na rádio (desde que não seja Eu quero Tchu, eu quero Tcha, porque é ruim demais, e seus derivados).

Amo minha família (apesar de às vezes, com meu gênio maravilhoso, ficar brava com ela) e adoro quando todo mundo tá junto.

Hobbies: ler, escrever, desenhar, ouvir música, ler fanfics, assistir filmes, nadar, jogar videogame etc.

Gêneros de fanfics: um bom romance, ação, aventura, comédia, porque rir nunca é demais, e suspense. Não dispenseo UAs.

Gosto de todo mundo da saga Harry Potter, but NÃO gosto de Cho Chang.

Bom, pessoal, é isso que eu queria falar a vocês.

Beijos, e *Malféito Feito!*

P.S.: Pessoal, me desculpem o meu sumiço, tive um tempo bem corrido, e só consegui voltar a postar hoje. Mas, a partir de agora, minhas histórias vão sair com mais frequência. Obrigado a todos que estão comentando e acompanhando minhas fics.

Figura 8 - Histórias

My Stories **7** Favorite Stories **10** Favorite Authors **15**

Sort: Category · Published · Updated · Title · Words · Chapters · Reviews · Status

After The End [reviews](#)
Depois do Fim, sempre tem um novo começo. Depois da tempestade, sempre vem a calmaria... ou ela é apenas o presságio para uma tempestade maior ainda.
Harry Potter - Rated: M - Portuguese - Romance/Adventure - Chapters: 1 - Words: 2,503 - Reviews: 9 - Favs: 2 - Follows: 3 - Published: Aug 30

Inspirations [reviews](#)
A inspiração pode surgir de várias maneiras; nessa caso, ela vai surgir de músicas
Harry Potter - Rated: T - Portuguese - Romance/Humor - Chapters: 1 - Words: 3,506 - Reviews: 2 - Published: Jun 30

Como Um Maroto Pode Conquistar Sua Garota? [reviews](#)
Harry Potter recebe um presente de Natal inusitado, e decide usá-lo para conquistar Gina Weasley. Mas será que isso vai dar certo, considerando quem escreveu o livro que ele vai usar?
Harry Potter - Rated: T - Portuguese - Romance/Humor - Chapters: 3 - Words: 11,715 - Reviews: 34 - Favs: 22 - Follows: 25 - Updated: Oct 6, 2014 - Published: Jan 18, 2014 - Harry P., Ginny W.

O Baile de Máscaras [reviews](#)
Dumbledore resolve fazer um baile de máscaras. E é nesse baile que duas pessoas, que sonhavam uma com a outra, e desejavam estar próximas, poderão se acertar. Ainda que não saibam, no início, quem eles são.
Harry Potter - Rated: T - Portuguese - Romance - Chapters: 1 - Words: 5,516 - Reviews: 10 - Favs: 13 - Follows: 4 - Published: Oct 14, 2013 - Harry P., Ginny W. - Complete

Como Assim Hermione Granger fez isso? [reviews](#)
Hermione Granger se cansa de um certo drama que está acontecendo e decide tomar uma atitude não muito típica sua...
Harry Potter - Rated: T - Portuguese - Romance/Humor - Chapters: 1 - Words: 4,704 - Reviews: 8 - Favs: 12 - Follows: 4 - Published: May 8, 2013 - Harry P., Ginny W.

Dois Pontos de Vista [reviews](#)
Dois pontos de vista diferentes, mas de certo modo iguais, sobre o beijo de Harry e Gina.
Harry Potter - Rated: T - Portuguese - Romance/Humor - Chapters: 1 - Words: 4,174 - Reviews: 4 - Favs: 10 - Follows: 4 - Published: Mar 18, 2013 - Harry P., Ginny W. - Complete

Porque? [reviews](#)
Uma pequena história onde Harry reflete sobre seus sentimentos em relação a Gina.
Harry Potter - Rated: K - Portuguese - Romance/Humor - Chapters: 1 - Words: 2,023 - Reviews: 6 - Favs: 9 - Follows: 5 - Published: Feb 17, 2013 - Harry P., Ginny W. - Complete

4.1.4. Dioguitz³³

Sendo fã de aventura e terror, Dioguitz é gaúcho de Gravataí, tem 20 anos e diz que deve à sua irmã, seus hábitos de consumo de narrativas e foi ela, também, quem apresentou Harry Potter à sua vida, levando-o a assistir o segundo filme da saga quando tinha 10 anos. E, após se encantar com a história do menino que sobreviveu, começou a busca por mais informação, passando a acompanhar os lançamentos dos filmes e dos livros e a crescer cercado por esse mundo de magia com o qual tanto se identificava.

Dioguitz afirma que “Harry Potter foi revolucionário [...] em questão do mundo da literatura e adaptações cinematográficas” e costuma consumir mais informações, através de livros complementares e notícias na internet e Harry “passou a se tornar algo do dia a dia, então sempre que eu posso, estou fazendo uma referência à Harry Potter”, tanto que este foi imortalizado em uma tatuagem que apresenta uma frase bastante significativa à história e ao entrevistado.

Acreditando que fanmades são formas de dar continuidade à história e aguçar a criatividade dos fãs, ele considera seu hobby de escritor de fanfiction, também como uma forma de terapia, de se distrair dos estresses do trabalho de Recursos Humanos e publica seus textos em seu blog – que trata de outros assuntos além da série³⁴ (Figura 9).

³³ Nickname utilizado na plataforma em que publica.

³⁴ Disponível em: <http://avidanaoeummorango2.blogspot.com.br>. Acesso em: 17/11/2015.

Figura 9 – História no blog A Vida não é um Morango



4.1.5. D.S.³⁵

Natural de Maceió, Alagoas, hoje mora em Garapuaba, Paraná, tem 24 anos e se diz bastante ativa quando o assunto é consumo de histórias, seja por livros, comic books, séries, principalmente nos gêneros de aventura, romance e fantasia e dedica os créditos à Harry Potter, o grande incentivador. Começou sem entender muito bem qual a agitação entorno do lançamento do segundo filme e, querendo saber mais, pediu à mãe que comprasse os livros.

Ficou muito empolgada quando leu os livros e mais ainda quando assistiu aos filmes. Passou a consumir qualquer notícia que saia sobre a história, queria mais informações e também acompanhou os lançamentos. Já, aos 15 anos, teve o primeiro contato com o mundo das fanfictions, primeiramente sobre a banda McFly e, depois, sobre Harry Potter. Foi então que teve a ideia de se dedicar a escrever fanfiction do tipo interativa. As fanfictions desse estilo se preocupam em manter o máximo de fidelidade à obra e o objetivo, na maioria das vezes, não é alterar o rumo da narrativa, mas estar inserida na mesma, através de personagens criados que contracenam com os originais. D.S. começou porque queria “interagir com aquele mundo, [...] queria fazer parte daquele mundo, queria [...] sentir mais próxima”. O site

³⁵ Nickname utilizado na plataforma em que publica.

brasileiro em que publica é focado em fanfictions do tipo interativa, e é possível visualizar e acompanhar a sua história³⁶ (Figura 10).

Figura 10 – História no site Fanfic Obsession



Pelo contato com amigos e leitores, se preocupa com o feedback das histórias e seu andamento. Diz que, em seu tempo livre, pensa sobre personagens, características e possíveis rumos. Vê suas produções como uma forma de materializar um sonho e se conectar ainda mais, com aquilo que tanto ama.

4.1.6. E.S. Torres³⁷

Sempre com um livro na mão e um bloco de notas na outra, E.S. Torres é a outra entrevistada mais jovem, também com 16 anos, é de Teresina – Piauí. Com influência do pai professor, sempre gostou muito de ler, mas conheceu Harry Potter primeiramente pelos filmes que passavam na televisão.

Depois de consumir a obra, passou para o consumo de fanmades e, enquanto lia fanfictions, achava: “nossa, eu posso fazer isso, eu, realmente, posso fazer isso”.

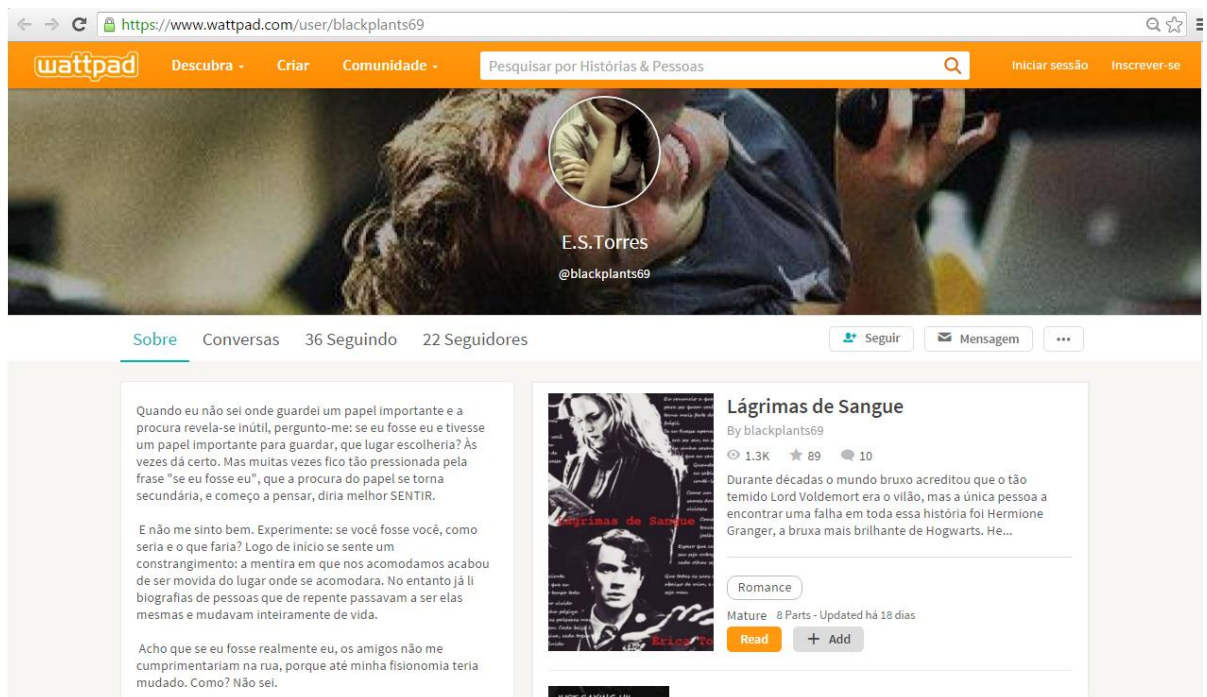
³⁶ Disponível em: <http://www.fanficobsession.com.br/fictions/o/osmistériosdamagia.html>. Acesso em: 17/11/2015.

³⁷ Nickname utilizado na plataforma em que publica.

E, foi assim que começou. Hoje, se dedica a escrever histórias de cunho mais alternativo, mas ainda ambientados no universo mágico, e vê como um caminho para formar sua escrita e também exerce um papel como agente literário, no mesmo site em que publica suas histórias³⁸ (Figura 11).

Para ela, Harry Potter é algo muito significativo em sua vida, que abriu caminhos para se envolver com escritas, leituras e livros. Vê suas histórias como uma forma de “dar continuidade daquilo que acabou. É, praticamente, tentar deixar alguma coisa viva, mesmo que Harry Potter nunca vá morrer”.

Figura 11 – Perfil e História no site Wattpad



4.1.7. Misty Weasley Malfoy³⁹

Natural de Goiânia – Goiás, tem 24 anos, estuda Arquitetura e Urbanismo e é a fã que mais apresentou diversidade nas formas de produção com Harry Potter, sendo elas, cosplay, fanfiction, membro de um site sobre Harry Potter e membro de um fã-clube que organiza eventos sobre o bruxo e seu universo.

³⁸ Disponível em: <http://www.wattpad.com/user/blackplants69>. Acesso em: 17/11/2015.

³⁹ Nickname utilizado na plataforma em que publica.

Leitora voraz de livros e mangás desde pequena é apaixonada por literatura fantástica, aventura e romance. O santo de sua vida, como conta, é uma amiga íntima, que apresentou tanto Harry Potter quanto as fanfictions na sua vida. Com a obra original, Misty tinha a mesma idade dos protagonistas, 11 anos e adorou a escola em que se ambientava a história. Ao iniciar o consumo dos livros e filmes subsequentes, foi crescendo com a franquia, o que acabou por ser referência de quem se tornou, e, após a leitura do quinto livro, ficou indignada com o caminho de um dos personagens e, a mesma amiga apresentou as fanfictions, que davam outro rumo à história. Misty passou a consumir, concomitantemente, tanto as fanfictions quanto a obra original e passou, também, a escrever suas próprias histórias⁴⁰ (Figura 12).

Figura 12 – Perfil e História no site Fanfiction.net

The screenshot shows the profile page for 'Misty Weasley Malfoy' on Fanfiction.net. The browser address bar shows the URL: <https://www.fanfiction.net/u/1032650/Misty-Weasley-Malfoy>. The profile header includes the name 'Misty Weasley Malfoy', a 'hide bio' link, and options for 'PM', 'Follow', and 'Favorite'. Below this, it indicates the user is a 'beta' with a 'Beta Profile' icon, joined on Apr 20, 2006, with ID 1032650, and a profile updated on May 22, 2013. A bio section states 'Author has written 8 stories for Harry Potter.' and includes a photo of a pink teddy bear. The bio text describes her as a fanfiction writer and reader, mentioning her focus on Harry Potter, Narnia, McFly, and Prince Harry. It also includes a note about her fanfiction schedule and a request for constructive feedback. Below the bio, there are statistics: 'My Stories 8', 'Favorite Stories 458', and 'Favorite Authors 45'. A 'Sort' menu is visible with options like 'Category', 'Published', 'Updated', 'Title', 'Words', 'Chapters', 'Reviews', and 'Status'. The main content area lists three stories with their titles, genres, and publication details:

- Nossas Estrelas** *reviews*: Um céu estrelado, Um sinal. Um presente de um casal. Harry Potter - Rated: T - Portuguese - Romance/Humor - Chapters: 1 - Words: 1,065 - Reviews: 1 - Favs: 2 - Follows: 1 - Published: May 22, 2013 - James P., Lily Evans P. - Complete
- Apenas Draco e Ginny** *reviews*: Ele podia fazer seu pai revirar no túmulo por ele ser um Malfoy e ela uma Weasley. Mas para Draco, eles eram Apenas Draco e Ginny. Harry Potter - Rated: K - Portuguese - Romance/Humor - Chapters: 1 - Words: 925 - Reviews: 2 - Favs: 2 - Published: May 22, 2013 - Draco M., Ginny W. - Complete
- O Diário da Princesa II: Entre Marotos e Bad Girls** *reviews*: Agora Lily já está mais familiarizada com a Magia. E divide seu tempo entre crescer, estudar e as marotagens típicas de uma Bad Girl... e esse ano, Marotos e Bad Girls prometeram fechar com chave de ouro. 2ª Temporada da Fic Diário da Princesa. Harry Potter - Rated: K - Portuguese - Humor/Romance - Chapters: 1 - Words: 169 - Reviews: 5 - Favs: 2 - Follows: 1 - Updated: May 22, 2013 - Published: Sep 23, 2008 - Lily Evans P., James P.

Rememorando, lembra que evoluiu muito no estilo e qualidade de escrita e sempre se dedicou a construir um bom enredo, que não faltasse, às suas histórias, uma boa cronologia e continuidade, pois se descreve como muito detalhista, como diz, “se eu vou escrever, então que seja algo descente”. Ao contar sua história, é

⁴⁰ Disponível em: <https://www.fanfiction.net/u/1032650/Misty-Weasley-Malfoy>. Acesso em: 17/11/2015.

possível perceber que escrever é uma paixão, que gosta de se surpreender com o rumo das histórias e ela conta que deseja lançar um livro e que está trabalhando nisso.

Após se tornar escritora de fanfic, Misty decidiu juntar-se ao Potterish⁴¹, um dos maiores sites brasileiros sobre Harry Potter e, envolvida como membro, produziu as duas últimas pré-estreias da franquia em parceria com o Cinema e o Shopping de Goiânia e, além disso, começou, também, a se fantasiar (cosplay) como Bellatrix Lestrange⁴². O sucesso foi tanto que, após isso, ela auxiliou a montar um ambiente sobre Harry Potter em um evento de anime. Mais uma vez, o sucesso foi grande, “a sala não ficou vazia em nenhum momento e ficou aquela vontade de fazer mais coisa [...] tinha um público gigantesco”.

Então, o que começou como um evento isolado e pequeno, uniu, primeiramente, oito organizadores, que decidiram fazer uma Copa sobre Harry Potter em um dos parques da cidade. Como o evento foi melhor do que o esperado, os organizadores resolveram criar um fã-clube, o Aresto Momentum, em meados de 2012. O nome é muito significativo já que “é o feitiço pra parar o momento, a gente queria parar, congelar esse momento de energia de Harry Potter, essa paixão pela série”.

Em 2013, o grupo reproduziu a Copa, desta vez, dividida em três eventos, sempre nos períodos de férias, sendo o último deles, o Baile de Inverno⁴³. Como lembra Misty, “foi um ano muito bom pra Aresto”. Contudo, o ano seguinte foi mais inconstante, devido ao pequeno número de organizadores⁴⁴ e a falta de comprometimento de alguns, porém, os membros apenas aumentavam, “mas a gente conseguiu levar [...] e passou o ano”. O ano de 2015 começou com uma reestruturação dos organizadores, que agora contavam com doze, somando a ajuda de estagiários. O ano foi celebrado com um evento que recriava um dia em Hogwarts, chamado de Hogwarts Experience, ambientado em um colégio e com 100 participantes pagantes.

O objetivo do fã-clube continuou o mesmo do princípio, “levar Harry Potter, permanecer com Harry Potter, pra sempre, [...] ter esse convívio com Potterheads”;

⁴¹ Disponível em: <http://potterish.com>. Acesso em: 17/11/2015.

⁴² Personagem da série. Uma das seguidoras do antagonista, Lorde Voldemort.

⁴³ Baile que ocorre no quarto livro, Harry Potter e o Cálice de Fogo, com a presença de outras duas escolas de magia europeias.

⁴⁴ Misty informa que o fã-clube é dividido entre organizadores – que pensam e produzem os eventos – e membros – que participam.

“envolver o fã naquela realidade” e, hoje, a Aresto Momentum tornou-se uma empresa de eventos, tanto os exclusivos de Harry Potter, quanto de ambientação em eventos de animes ou similares, possui 1835⁴⁵ curtidas (Figura 13) e conta com 1339 membros no grupo do Facebook.

Com todo esse envolvimento, Misty afirma que Harry Potter trouxe muitas coisas para sua vida e, em meio a todas as formas de envolvimento e produção, ela cresceu e amadureceu, tanto como fã, quanto como pessoa, pois, “ser reconhecida como escritora é uma sensação de orgulho próprio, mas você ver uma pessoa se sentindo bem com um evento que você produziu, é uma sensação de dever cumprido”.

Figura 13 – Fan Page do Fã-clube

The image shows a screenshot of a Facebook fan page for 'Aresto Momentum'. The page header includes the Facebook logo, the name 'Aresto Momentum', and navigation icons. The main cover image features four young boys in school uniforms from the Harry Potter series. Below the cover, there is a profile picture with the 'Aresto momentum' logo and the text 'Aresto Momentum Comunidade'. Navigation tabs include 'Linha do Tempo', 'Sobre', 'Fotos', 'Curtidas', and 'Mais'. The main content area shows a post from 'Aresto Momentum' sharing a photo of the 'Fantastic Beasts Movie' with the text: 'A ansiedade só aumenta! #SOS. Vejam só a logo oficial do filme "Animais Fantásticos e Onde Habitam"! #FantasticBeasts J.K. Rowling #HarryPotter #Aresteiros #Potterheads'. The right sidebar contains a 'Criar Página' button, a 'Recente' section with years 2015, 2014, and 2013, and several sponsored posts.

⁴⁵ Números informados pela entrevistada no dia 20/10/2015.

4.1.8. R.R.⁴⁶

Este “nerd” como se denomina, tem 26 anos, é carioca de Niterói e adora ficção, aventura e literatura fantástica quando o assunto são livros. Quando se trata de audiovisual, ele afirma que não tem muitas preferências, mas que gosta de se surpreender com a história. Também é responsável por manter ativa a página Harry Potter – Brasil (Figura 14), que conta com cerca de 255 mil curtidores e pelo evento, Hogwarts Experience, no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Começou seu consumo “nerd”, com as histórias em quadrinho, ainda muito novo e através do incentivo de um primo. O mesmo havia comentado sobre Harry Potter, mas R.R. apenas foi se interessar depois que comprou o álbum de figurinhas do primeiro filme e, se apaixonou depois do filme. Ele diz que “Harry Potter reúne tudo, tudo que todo mundo gosta” e passou a se envolver, indo em pré-estreias, lendo os livros e até se interessando por dublagem – tanto que hoje é amigo dos dubladores.

“Harry Potter foi, e é, uma parte da minha vida que só acrescentou [...] virou até, forma de renda, eu trabalho com Harry Potter [...] eu respiro Harry Potter e é uma coisa que está me dando retorno de todos os lados”. R.R. é um exemplo de fã que se profissionalizou através daquilo que amava, já que deixou o emprego e passou a se dedicar exclusivamente à página e ao evento. Rememorando, ele começou pela página do Facebook, a qual ganhou de um conhecido e, juntamente de um amigo, começou com postagens que não tinha um caráter de saudosismo, como conta: “vamos deixar Harry Potter vivo [...] vamos postar como se amanhã fosse sair um filme”. Com esse novo perfil, a página se tornou um sucesso e mensagens de parabéns são constantes, o que provoca aos administradores, melhorarem o seu trabalho.

Um dia, conversando com os membros da sua agência de covers, de uma “proposta de fazer um ano novo diferente, surgiu uma colônia de férias temática, que é inovadora”. O Hogwarts Experience, apesar de ter o mesmo nome do evento da outra fã, é um tanto diferente, já que se propõe a ser “um acampamento, uma colônia de férias, que faz com que, por cinco dias no RJ e quatro dias em SP [...], as pessoas se sintam em Hogwarts” e, com a presença dos covers atuando, dando

⁴⁶ Pseudônimo.

mais veracidade à experiência. Mesmo com algumas diferenças, ambos os eventos desejam inserir o fã na realidade do universo mágico e, ambos se dedicam ao extremo para serem o mais fiel possível.

Quando perguntado o que significa a história de um dos bruxos mais conhecidos, R.R. responde que Harry Potter é como um pequeno feixe de luz e que “até o menor feixe de luz se destaca na maior das escuridões”. E, emocionado, diz que está, verdadeiramente, vivendo em Harry Potter, e é muito bom.

Figura 14 – Fan Page



4.2. PERFORMANCES DE GOSTO ATRAVÉS DOS CONTOS

Para a realização da interpretação dos dados, foram cruzadas as respostas dos fãs com os eixos de análise, que correspondem a temas do roteiro de entrevistas. As lembranças similares entre os relatos de vida envolvendo o relacionamento com Harry Potter, semelhanças entre os hábitos de consumo e uso da cultura material, as formas em que produzir e se dedicar a construções de fanmades caracterizam o lado fã do sujeito, são todas formas pelas quais a

performance de gosto são manifestadas e exploradas ao longo desta parte da pesquisa.

4.2.1. Performances de gosto através dos contos: semelhanças nos relatos de vida

Retomando o que nos apresentava Ehrenberg (2010, p. 50), a performance “é poder inventar seu próprio modelo, desenhar sua unicidade, ainda que idêntica a de todos os outros [...] é tornar-se si mesmo tornando-se alguém”. Para os fãs, “é o seu próprio gosto que os define” (HENNION, 2010, p. 36), que os singularizam, que os tornam si mesmos, gosto este que é “primeiramente um oportunismo do momento e das situações. É se introduzir num repertório de objetos que são progressivamente ‘escolhidos’, primeiramente porque eles se apresentam a si mesmos” (HENNION, 2010, p. 54). Pode-se ver isso no modo como se expressa Misty, “Harry Potter é muita referência do que eu sou [...] como sou”, e performance é isso, o modo como se é, o modo como se age, o modo como se apresenta, ou ainda, como conta R.R.: “eu estou vivendo em Harry Potter” e como lembra Dioguitz: “eu me identifico muito porque eu cresci junto com os personagens”, Harry Potter fez parte de suas histórias.

Cada fã, aqui pesquisado, escolheu revestir-se de Harry Potter e tem uma relação íntima e significativa com o mesmo. Sentiu identificação com o mundo mágico e quis pertencer ao mesmo. Como conta ColorwoodGirl, Harry Potter “significa uma parte muito grande e muito boa da minha vida”. Ela acrescenta ao longo da conversa: “você se sente em casa, você está dentro do seu universo, dentro do seu mundo, é uma coisa que você conhece”. Não apenas ela, mas os demais entrevistados apresentaram uma ligação forte com a narrativa e expressaram o mesmo sentimento de familiaridade. Afinal, como nos diz Santão, Harry Potter “acompanhou a minha vida inteira, fez parte do meu crescimento, se não fosse Harry Potter, eu gosto de falar que eu seria uma pessoa completamente diferente”. Com outras palavras, nos descreve E.S. Torres que, “todas as vezes que eu lia algum livro de Harry Potter era, praticamente, eu entrando naquele mundo”, ou ainda, como comenta outra entrevistada, a Gigi: “a história fica mais intensa”. Dos entrevistados, apenas os mais jovens, com 16 anos, não acompanharam os

lançamentos da saga, mesmo assim, conheceram a história bem novos, variando suas idades entre 7 e 12 anos.

Sobre os momentos de encontro, todos os entrevistados foram apresentados à obra de Rowling por um familiar ou alguém muito próximo, uma mãe que comprou o VHS, uma irmã que levou ao cinema, uma grande amiga que emprestou o livro. Além disso, encontramos como outra semelhança, a profissionalização de alguns fãs, como R.R. que já trabalha com eventos sobre a saga, assim como Misty, e Santão, que expressam o sonho de poder fazer o mesmo, ou ainda fãs como Gigi, ColorwoodGirl, E. S. Torres, que veem suas fanfictions como treino e experiência de uma escrita mais amadurecida.

A história do menino-bruxo que cada um dos participantes leu é a mesma, é como menciona Ehrenberg (2010, p. 55) “vamos sempre do mesmo ao mesmo, mas pela diferenciação, pela singularização. É uma outra maneira de viver a semelhança”. Para cada história há um fato marcante e exclusivo, há uma presença diferente de Harry Potter em suas vidas, e o modo como se apresentam e se expressam tornam-se igualmente distintos.

4.2.2. Performances de gosto através dos contos: hábitos de consumo e cultura material

Como já comentado, analisamos, também, o estudo sobre gosto sob o enfoque de seus dispositivos e condições de degustar (HENNION, 2011), a dependência que Harry Potter possui das plataformas em que está inserido e as oportunidades para se consumir e se gostar.

Entre os entrevistados, um hábito partilhado é o consumo de narrativas, em livros, séries televisivas, filmes, principalmente se tratando de literatura fantástica, ficção, aventura e um pouco de romance, gêneros presentes na obra de Rowling. Eles declaram que adquiriram estes costumes por incentivos dos familiares ou escolas e, sem esta característica, seria bem difícil haver conhecido Harry Potter. E, como já comentado anteriormente, eles reiteram que Harry Potter também foi um incentivador à leitura, como na fala de D.S.: “quem me abriu o mundo da literatura foi Harry Potter”.

Envolvendo a saga, se repete o consumo dos dispositivos materiais, como álbum de figurinhas, pôster, acessórios, roupas e como afirma ColorwoodGirl: “eu

preciso de mais coisa, tenho muito pouco”. Ou ainda, consumindo dispositivos de informação, como revistas, sites, fóruns, como traz Gigi: “eu tento frequentar eventos [...] participo de bate-papos [...] fico ampliando minha coleção de Harry Potter, sempre em busca de mais conhecimento”. Também havia o consumo dos filmes através da presença em pré-estreias, relatadas com muita emoção por Dioguitz, R.R., ColorwoodGirl e Misty que acompanharam esse processo e o atual consumo de outras fanmades, tanto do âmbito de materialidades, como fanfictions e sites de informação, quanto de eventos. O consumo, para os fãs é algo que é valorizado, contínuo, que não é desfeito, como comenta D.S.: “tudo que eu via dele [Harry Potter] na banca de revista, eu comprava. Até hoje, na casa dos meus pais, eu tenho pôster”.

Como apresenta Barbosa e Campbell (2006, p. 109) “faz-se necessário perceber os objetos como coisas [...] que nos afetam e provocam reações diferenciadas; que têm a capacidade de levar as pessoas para além delas mesmas” e, tal como apresenta Miller (2013b, p. 200), “as coisas fazem as pessoas tanto quanto as pessoas fazem as coisas”. Os objetos consumidos tornam-se relíquias nas mãos dos fãs e são guardadas como tais.

Relembrando a performance sob os estudos de Goffman (2009), sobre o conceito de si mesmo e a correlação deste com objeto de adoração revestido de significados e valores, vemos isso nitidamente quando Santão, por exemplo, comenta que “sempre, nas pequenas coisas Harry Potter foi me acompanhando [...] nas pequenas coisas Harry Potter sempre foi fazendo parte da minha vida e até hoje não é diferente”, identificando-o, apresentando-o, seja através de chaveiros ou broches. Ainda no caso de Santão, em seu canal de vídeos, conta que o primeiro vídeo que publicou foi, justamente, sobre a coleção de itens que possui envolvendo a franquia de Harry Potter e sua história com eles.

4.2.3. Performances de gosto através dos (re)contos: sobre a produção de fanmades

“É monitorando nossas reações a eles [objetos], observando do que gostamos e do que não gostamos, que começaremos a descobrir quem ‘realmente somos’” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 53) e começaremos a manifestar isso,

não apenas através do consumo do objeto cultural primeiro, mas também pela produção de desdobramentos que partem do fã.

Analisando o gosto e o vínculo com ambos os objetos, vemos que na produção das fanmades há um intenso envolvimento, como em ColorwoddGirl que considera suas produções como: “um pedaço muito importante na minha vida [...] 80% do meu tempo [...] eu dedico às minhas fanfics”, ou ainda uma doação por parte do fã para que o trabalho seja bem produzido, como conta Gigi: “eu tento escrever entrando, como se eu fosse o personagem [...] como se através dos meus dedos, ele tentasse ganhar vida na tela do computador”, como também, pela fala de D.S.: “era uma forma de eu concretizar um sonho [...] fazendo essa fanfic”. Isso se tratando da produção de materialidades, tanto quanto na produção de vivências, já que temos a preocupação, principalmente, de realizar um evento verossímil, então há um maior cuidado com a decoração, pois é ela que transporta os participantes para o universo de Harry Potter. “Eu me dedico muito a fazer o evento, eu como fã, como é que eu gostaria de um evento feito pra mim?”, diz R.R. e complementa Misty, “tem que ter um conhecimento gigantesco [...] sobre o universo em geral [...] pra dar uma sensação de veracidade pra história, pra quem tá lá, pro evento que estou organizando”. Pode-se também perceber que diferentes tipos de envolvimento e performances são construídos a partir da origem do trabalho dos fãs, como apresenta Misty, que produz tanto fanfiction (materialidade) quanto eventos (vivência), “são duas sensações muito parecidas, mas também muito distintas [...] a sensação da escrita é uma sensação pra você, já a de produção de eventos é saber que você produziu uma sensação pra outra pessoa”.

Pode-se observar, então, que a dedicação às fanmades vai de encontro ao que já apresentava Toffler (1980, p. 277), pois “muito do nosso chamado tempo de lazer é, de fato, gasto produzindo mercadorias e serviços para o nosso próprio uso – prosumo – então a velha distinção entre trabalho e lazer se desmantela”. Os fãs realmente gostam de se dedicar à produção e gostariam de disponibilizar mais tempo para isso, porém, com as demandas diárias, isso se torna difícil.

Continuando com a análise de performance de gosto, temos o gosto enquanto objeto dos quais gostamos, suas características, suas significações e o retorno que nos oferecem, “do que ele faz e do que ele faz fazer” (HENNION, 2011, p. 262). É tratando tanto o Harry Potter quanto as fanmades, como partes de uma relação

afetiva do fã, como uma coprodução do eu-fã e do objeto. Para isso, temos a fala emblemática de Misty,

Existem várias fases da Misty [...] a Misty Fã que consumia. E, então, começou a Misty fã produzindo fanfics. [...] E, aí chegou a Misty fã em equipes de organização, [...] que passa informação para outros fãs. [...] E, a partir daí, começou a Misty fã que produz eventos.

E finaliza,

a Misty fã hoje é completamente diferente da Misty fã consumista [...] mudou muito. Acaba que essa Misty produtora me ajudou, não só como fã, isso é, esse trabalho que eu venho desenvolvendo, acabou que me ajudou a crescer muito como pessoa.

Entre os pesquisados é possível notar que suas performances individuais coincidem quando comentam que suas produções são uma união de atividade e tema que gostam. Dentre os escritores, temos a fala de Dioguitz: “eu sempre fui muito voltado pra escrita e pra leitura”, a fala de ColorwoddGirl: “eu gosto muito de escrever”, Gigi: “escrever é [...] um prazer meu” e Misty: “percebi essa paixão pela escrita por cauda de fanfic de Harry Potter”. Com o canal de vídeos, Santão se empolga, “é a coisa que eu amo, produzir vídeo pra internet, justamente falando sobre Harry Potter”.

Sobre os motivos de se dedicarem a tais trabalhos, é possível identificar entre eles, algumas justificativas semelhantes. Sobre os eventos, estes são uma forma de integrar os fãs e viver, de forma sensorial, o universo mágico, também sendo, como as materialidades, uma forma de manter viva a série, de impedi-la de cair no esquecimento, de dar continuidade e propagar a saga, “é um jeito [...] de você se conectar ainda mais com o que você gosta”, como contou D.S, ou seja, uma “continuação daquilo que acabou”, como nos disse E. S. Torres. Ou então, são criados produtos para manifestarem certas insatisfações com o rumo que a história pode ter tomado, como bem resume Gigi,

é um meio de você mostrar ainda mais o carinho [...] ver o [...] que você gosta tanto da série em algum outro momento, em um desenho, imaginando um futuro a partir daquela parte que a J. K. deixou em branco pra nós pensarmos. E, pelos fãs que não gostam [...] do cânon, [...] poderiam dar realidade ao [...] que não estava na série.

“O homem é um ser social. [...] precisa de bens pra comunicar-se com os outros e para entender o que se passa à sua volta” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 145), dessa forma os fãs usam e revestem-se tanto de Harry Potter quanto da produção de fanmades para se comunicarem e se apresentarem e serem reconhecidos pela sociedade, usam do objeto como forma de criar relações sociais (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2003; MILLER, 2013a, b) e representarem a si próprios.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve o objetivo de compreender como se dava a construção e a relação do fã com Harry Potter, o objeto cultural, e a relação do fã com a produção de fanmades, e caracterizá-las através de performances de gosto. Retomando os grandes eixos de análise – similaridades nos relatos biográficos; nos hábitos de consumo e cultura material e na construção de fanmades – foi possível extrair três principais lógicas de performances de gosto.

A partir das similaridades nos relatos de vida, das histórias de desconhecimento a conhecimento e produção com o universo de Hogwarts, da relação do fã com a saga e com as fanmades, é possível inferir algumas lógicas de performances. Abordando o primeiro eixo de análise, através da história pessoal com Harry Potter, a performance de gosto manifestada era através de profundo envolvimento com a narrativa, engajamento com tudo o que envolve a trama. Sendo assim, acaba por estar presente, também, nos demais eixos de análise, já que é este envolvimento que gera o consumo e produção de conteúdos.

Já analisando sob a ótica do eixo de consumo e da cultura material, outra lógica de performance percebida foi a de caracterização. Neste sentido, compreende-se como caracterização tanto o fã revestir-se de Harry Potter por meio de objetos e dispositivos e conferi-los significados e valores, quanto expor-se como tal para os outros. É também manter e cuidar tais objetos devido à importância que eles possuem, independentemente do tempo transcorrido desde que foi adquirido ou do valor monetário pago. A estima por tais itens é por estes serem uma representatividade daquilo que se gosta, no caso, Harry Potter.

Já no último eixo de análise, entende-se o processo de produção de fanmades e o mostrar-se como prossumidores como uma lógica de performance de propagação. Visto que por meio das falas dos entrevistados, é possível notar que eles veem seu trabalho como uma missão voluntária de manter viva a obra de J. K. Rowling. Além de apresentarem um profundo senso de responsabilidade acerca de produzir um material considerado de boa qualidade, devido ao respeito a toda complexidade que a trama apresenta e ao amor que a ela dedicam.

Esta pesquisa ainda conseguiu ultrapassar fronteiras à medida que estava sendo realizada, devido à multiplicação de conteúdo que obteve, como o vídeo no YouTube e a postagem no Facebook. Ela trouxe retorno, não só para pesquisadora, mas aos próprios fãs que se envolveram na pesquisa. Ainda por meio dos comentários destas divulgações, percebeu-se o interesse da comunidade de fãs em acompanhar os resultados da pesquisa, gerando curiosidade acerca de uma literatura acadêmica, despertando a vontade de ler inclusive este e outros estudos que tratam deste universo.

Salienta-se não só a importância do método e técnica utilizados, já que apenas através da jornada de vida do fã, foi possível perceber as formas como que ele se apresenta. Também é fundamental ressaltar que, por mais que apareçam recorrências, a relação que cada fã apresenta com a história de Harry Potter é única, especial, e deve ser valorizada. O procedimento de relatos de vida serviu para ter clareza sobre o eu-fã, porém, por ser parte de um método denso, pode vir a ser mais aprofundando, abordando outras questões que não apenas no âmbito do eu-fã, realizando novas pesquisas e memorizações por parte dos sujeitos. Outro ponto, que pode ser aperfeiçoado em pesquisas futuras, é a realização de entrevistas sem a mediação de softwares ou aplicativos, para um novo tipo de experiência e de aprofundamento.

Faz-se necessário salientar pequenas adaptações que a pesquisa sofreu ao longo de seu desenvolvimento, como a consciência de que os fãs podem e produzem mais de um tipo de fanmade, não sendo exclusivamente escritores, desenhistas ou outros, e as de compreender e analisar cada produção a partir de sua origem, estudar a diferença de materialidades e experiências de eventos.

A pesquisa também serviu para uma maior consolidação e fortalecimento do estudo de fãs, uma área importante devido as diversas relações culturais, de consumo e produção contemporâneos que envolvem esses sujeitos. Além disso, é fundamental expressar quão satisfatório é trabalhar com esse grupo. Os fãs demonstram grande vontade de participar e apresentam enorme disponibilidade, já que se trata de algo que eles amam e valorizam.

Por fim, vinculado a isso, é possível perceber a multiplicidade de áreas de estudo envolvendo a saga Harry Potter na vida dos consumidores que pode ser explorada, e não apenas nos aspectos envolvendo o eu-fã. Assim como se considera de grande relevância a continuação do estudo sobre os fãs, que ainda

apresentam desdobramentos, podendo ser mais explorado no campo das fanmades, como a diferença que a origem das produções (materialidades e vivências) afeta as formas de performance dos fãs. Como também, um estudo que valorize e amplie o conteúdo acadêmico sobre eventos e experiências realizado por parte dos fãs. Principalmente, sugere-se a continuação da pesquisa, relacionando os fãs com a teoria da performance e as formas de propagação que realizam, podendo ser investigado outros tipos de lógica de performances.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A. Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop. **Revista ECOPÓS**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 1-12, 2014. Disponível em: <http://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1769/pdf_51>. Acesso em: 05 jul. 2015.

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

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BERTAUX, D. **Los relatos de vida: perspectiva etnosociológica**. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2005.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

DUARTE, J. Entrevista em Profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

EHRENBERG, A. **O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. São Paulo: Ideia e Letras, 2010.

FERRAROTTI, F. Sobre a autonomia do método biográfico. **Sociologia, Problemas e Práticas**, Lisboa, n. 9, p. 171-177, 1991. Disponível em <<http://sociologiapp.iscte.pt/pdfs/31/342.pdf>> Acesso em: 20 de nov. 2015.

FLÔR, P. P.; UMEDA, G. M. Utilização do marketing de experiências no varejo brasileiro: Um estudo da aplicação estratégica e da percepção dos consumidores. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2010. p. 1-15. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-2128-1.pdf>> Acesso em: 20 nov. 2015.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2009.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

HENNION, A. Reflexividades: A atividade do amador. **Estudos de Sociologia**. Rev. do Progr. De Pós-Graduação em Sociologia da UFPE. Pernambuco, v. 1, n. 16, p. 33-58, 2010. Disponível em: <<http://www.revista.ufpe.br/revsocio/index.php/revista/article/view/133/94>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

_____. Pragmática do Gosto. **Desigualdade & Diversidade** – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio. Rio de Janeiro, n. 8, p. 253-277, jan/jul. 2011. Disponível em: <<http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infol=135&sid=16>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. O que constitui uma participação significativa? In: _____. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LINDSTROM, M. **Brand sense: a marca multissensorial**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

MALLIMACI, F.; GIMÉNEZ BÉLIVEAU, V. Histórias de vida e método biográfico. In: GIALDINO, I. **Estrategias de Investigación Cualitativa**. Barcelona: Gedisa, 2006.

MILLER, D. Capítulo 4: Mídia: cultura imaterial e antropologia aplicada. In: _____. **Trecos, troços e coisas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013a.

_____. Capítulo 5: Questão de vida ou morte. In: _____. **Trecos, troços e coisas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013b.

_____. Consumo como Cultura Material. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v13n28/a03v1328.pdf>> Acesso em: 20 nov. 2015.

MONTARDO, S. P.; ARAÚJO, W. Performance e práticas de consumo online: *ciberativismo* em sites de redes sociais. **Revista FAMECOS – mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 472-494, mai./ago. 2013

PUJADAS, J. J. El método biográfico y los géneros de la memoria. **Revista Antropología Social**. Madrid, n. 9, p. 127-158, 2009. Disponível em: <file:///C:/Users/Cliente/Downloads/10813-10894-1-PB%20(1).PDF> Acesso em: 20 nov. 2015.

REZENDE, N.; NICOLAU, M. Fã e *Fandom*: Estudo de Caso Sobre as Estratégias Mercadológicas da Série Game Of Thrones. In: Simpósio Nacional da ABCiber – Comunicação e Cultura na Era de Tecnologias Midiáticas Onipresentes e Oniscientes, 8., 2014, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ESPM, 2014. p. 1-14. Disponível em: <http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/nathalia_michelle_grisi_rezende_60.pdf> Acesso em: 20 nov. 2015.

SCHMITT, Bernd H. **Marketing experimental**. São Paulo: Nobel, 2000.

SILVA, A. P. et al. “Conte-me sua história”: reflexões sobre o método de História de vida. **Mosaico: estudos em psicologia**. Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 25-35, 2007. Disponível em: <<http://www.fafich.ufmg.br/mosaico/index.php/mosaico/article/view/6/4>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

SHIRKY, C. **A Cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

TAPSCOTT, D.; WILLIAMS, A. D. Os Prosumers: Modifique este produto, por favor! In: _____. **Wikinomics**: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

TOFFLER, A. O Advento do Prossumidor. In: _____. **A Terceira Onda**. Rio de Janeiro: Record, 1980.

VOLLMER, C.; PRECOURT, G. Midiamorfose: O Consumidor no comando. In: _____. **Sempre Ligado!**: propaganda, marketing e mídia em uma era controlada pelo consumidor. Porto Alegre: Bookman, 2010.

- Referências do levantamento bibliográfico:

ALMEIDA, M. H. de L. V. B. de. **O realismo fantástico da obra literária Harry Potter**. 2011. 59 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Faculdade de Comunicação Social, UEPB, Campina Grande, 2011.

BORELLI, S. H. S. Harry Potter: Conexões Midiáticas, Produção e Circulação, Cenários Urbanos e Juvenis. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. **Anais...** Santos: Unisantos; Unisantos; Unimonte, 2007. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1063-1.pdf>> Acesso em: 20 nov. 2015.

CAMARGO, A. R. L. **A explosão discursiva do fenômeno Harry Potter e o funcionamento do poder**. 2013. 80 f. Monografia (Graduação em Letras) – Faculdade de Letras, UFSCAR, São Paulo, 2013.

NONATO, C. S. **Harry Potter e o Cálice de Fogo – Análise das adaptações para o cinema e videogame**. 2009. 43 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Faculdade de Tecnologias e Ciências Sociais Aplicadas, UNICEUB, Brasília, 2009.

TORQUATO, C. M. **O adolescente e o herói Harry Potter: um estudo sobre identidade e formação de leitor**. 2009. 65 f. Monografia (Especialização em Língua e Literatura com Ênfase nos gêneros do Discurso) – Curso de Pós-Graduação Especialização em Língua e Literatura com Ênfase nos gêneros do Discurso, UNESC, Criciúma, 2009.

ZANELLA, G. **Harry Potter e a “Ordem” dos fãs: um estudo sobre a articulação do *fandom* na era da convergência**. 2013. 89 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre, 2013.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Perfil do entrevistado:

Pseudônimo:	
Idade:	Gênero:
Cidade:	
Escolaridade/Profissão:	

Perguntas de análise:

1. Gostaria que você me contasse como é a sua relação, no cotidiano, com as histórias ficcionais, como consome como livros, filmes, séries...
 - Gosta mais de ler ou assistir narrativas?
 - O que acompanha hoje?
2. Como você adquiriu esses hábitos?
 - Influência de familiares ou amigos?
3. De que forma, nessa caminhada você encontrou Harry Potter? Como foi?
 - Como ficou sabendo sobre a saga?
 - Primeiro foi o livro, o filme... e depois?
 - Quem te apresentou?
4. No meio disso, o que Harry Potter significa para você?
5. Como você faz/fazia para se envolver como fã?
 - Como consumia Harry Potter?
 - Como se envolvia no início da caminhada?
 - Como se envolve hoje?
6. E como começou com as fanmades?
 - Conte-me um pouco o que você produz, qual o tipo de fanmades a que se dedica?
 - Onde e como compartilha as suas produções?

- Tem contato com outros fãs? De que forma?
7. Como é/foi se dedicar à fanmades?
 8. O que a sua fanmades significa para você?
 9. O que você acha que as fanmades, no geral, significam para a comunidade de fãs?
 10. Você sente que no processo de produção da fanmade ela caracterizou seu lado fã? De que forma?