

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Gabriel Ibarra Zanella

**HARRY POTTER E A “ORDEM” DOS FÃS:
UM ESTUDO SOBRE A ARTICULAÇÃO DO *FANDOM* NA ERA DA
CONVERGÊNCIA**

Porto Alegre

2013

Gabriel Ibarra Zanella

**HARRY POTTER E A “ORDEM” DOS FÃS:
UM ESTUDO SOBRE A ARTICULAÇÃO DO *FANDOM* NA ERA DA
CONVERGÊNCIA**

Trabalho de conclusão do curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Nilda Aparecida Jacks

Co-orientadora: Bel. Gisele Corrêa Noll

Porto Alegre

2013

Gabriel Ibarra Zanella

**HARRY POTTER E A “ORDEM” DOS FÃS:
UM ESTUDO SOBRE A ARTICULAÇÃO DO *FANDOM* NA ERA DA
CONVERGÊNCIA**

Trabalho de conclusão do curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda.

Aprovado em 04 de dezembro de 2013

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Nilda Aparecida Jacks - UFRGS

Orientadora

Bel. Gisele Corrêa Noll – UFRGS

Co-orientadora

Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo - UFRGS

Avaliador

Dr^a. Daniela Maria Schmitz - UFRGS

Avaliadora

*“The stories we love best do live in us forever.
So, whether you come back by page or by the
big screen, Hogwarts will always be there to
welcome you home.”*

J. K. Rowling

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, pelo amor incondicional e por me proporcionarem sempre o melhor com sua dedicação.

Aos meus amigos, que escutaram minhas preocupações durante a realização do trabalho e me tranquilizaram quando precisei de apoio.

À minha co-orientadora Gisele, pela paciência e empenho que sempre dispôs para ajudar a dar vida ao, carinhosamente apelidado, “Frankenstein”.

À professora Nilda, pelos ensinamentos e pela sabedoria com a qual orientou o caminho quando tive dúvidas.

Por fim, às minhas companheiras de curso Cíntia e Mariana, com quem dividi as melhores risadas, as angústias, os trabalhos em grupo, as festas e todos os momentos especiais desde o primeiro dia. Sem vocês minha graduação não teria sido a grande experiência que foi.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo entender como se dá o engajamento das comunidades de fãs de Harry Potter em cada uma das etapas do *fandom*. O estudo busca identificar a evolução da participação dos fãs da saga nas comunidades Armada Hogwarts e Herdeiros de Sonserina, observando a dinâmica das comunidades nos períodos de articulação e reformulação do *fandom*. A revisão teórica aborda conceitos e discussões sobre a cultura dos fãs, pertencimento, fantasia, comunidades de fãs e convergência das mídias. A metodologia aplicada foi o estudo de caso, com análise de dois fãs-clubes, utilizando técnicas de observação e entrevista. A combinação dos dados coletados com a base teórica permitiu compreender a essência dos grupos de fãs e identificar pontos em comum na formação, popularização, ápice e renovação das comunidades apontadas.

Palavras-chave: Harry Potter, fãs, *fandom*, convergência midiática.

ABSTRACT

This research aims to understand how the engagement of Harry Potter fans happens in each stage of the fandom. The study also intends to identify trends of the fans participation in the communities Armada Hogwarts and Herdeiros de Sonserina, observing the behavior of the readers during fandom periods of articulation and disarticulation. The theoretical review covers concepts and discussions about fan culture, belonging feeling, fantasy, fan communities and media convergence. The methodological approach applied is a case study, with analysis of two fan clubs using observation and interview techniques. By combination of the collected data with the theoretical basis, it's possible to comprehend the essence of fan groups and identify similar points in the constitution, popularization, summit and renovation of the communities.

Keywords: Harry Potter, fans, fandom, media convergence.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 – Visual do site <i>MuggleNet</i> em 2001 | 22 |
| Figura 2 - Tópico de agradecimento da Armada Hogwarts no <i>Orkut</i> | 47 |
| Figura 3 - Resposta de um dos organizadores da Armada Hogwarts no <i>Orkut</i> | 47 |
| Figura 4 - Resposta de um membro da Armada Hogwarts no <i>Orkut</i> | 48 |
| Figura 5 – Comentários de membros sobre a Armada Hogwarts no evento <i>AnimeXtreme</i> | 50 |
| Figura 6 – Fã comenta a ida ao <i>AnimeXtreme</i> para acompanhar a Armada Hogwarts | 50 |
| Figura 7 – Fã comenta a ida ao <i>AnimeXtreme</i> para acompanhar a Herdeiros de Sonserina | 51 |
| Figura 8 – Comentários de membros sobre evento da Armada Hogwarts no <i>Orkut</i> | 52 |
| Figura 9 – Membro comenta evento da Armada Hogwarts no <i>Orkut</i> | 53 |
| Figura 10 – Membro comenta a <i>PotterCon</i> no <i>Orkut</i> | 56 |
| Figura 11 – Armada Hogwarts solicita a colaboração dos membros para novos projetos..... | 57 |
| Figura 12 – Fã questionam à organização da Armada Hogwarts no <i>Facebook</i> | 59 |
| Figura 13 – Armada Hogwarts divulga projeto realizado com a Herdeiros de Sonserina | 60 |
| Figura 14 – Mensagem publicada por fã na página da Armada Hogwarts no <i>Facebook</i> | 64 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1 – Redes sociais da Armada Hogwarts | 42 |
| Tabela 2 – Redes sociais da Herdeiros de Sonserina..... | 42 |
| Tabela 3 – Resumo dos eventos da Armada Hogwarts | 44 |
| Tabela 4 – Resumo dos eventos da Herdeiros de Sonserina | 45 |

SUMÁRIO

| | | |
|------------|---|----|
| 1 | CONSIDERAÇÕES INICIAIS | 13 |
| 2 | “LUMUS”: O FENÔMENO HARRY POTTER | 16 |
| 2.1 | <i>Best-Sellers e Blockbusters: os sete livros e oito filmes</i> | 16 |
| 2.2 | <i>O Fandom Online</i> | 21 |
| 2.2.1 | Fóruns: participação e discussões | 23 |
| 2.2.2 | <i>Fanfiction</i> : experimentações e resistência | 24 |
| 3 | “ACCIO”: OS FÃS E O <i>FANDOM</i> | 27 |
| 3.1 | A Evolução da Imagem do Fã | 28 |
| 3.1.1 | Identificação e Pertencimento..... | 31 |
| 3.2 | A Era da Convergência: o fã criador | 34 |
| 3.2.1 | Participação e Conhecimento | 37 |
| 4 | “PRIOR INCANTATO”: APROXIMAÇÕES DO OBJETO EMPÍRICO | 39 |
| 4.1 | Procedimentos Metodológicos | 39 |
| 4.2 | Objeto de Estudo e Aplicação das Técnicas | 41 |
| 5 | “EXPECTO PATRONUM”: DESENVOLVIMENTO DAS COMUNIDADES .. | 44 |
| 5.1 | Formação da Comunidade de Fãs | 46 |
| 5.2 | Popularização da Comunidade de Fãs | 50 |
| 5.3 | Ápice nas Interações da Comunidade de Fãs | 54 |
| 5.4 | Redução das Atividades Comunidade de Fãs | 56 |
| 5.4.1 | Rivalidades entre Fã-clubes | 59 |
| 5.5 | Renovação do <i>Fandom</i> e Manutenção dos Fã-clubes | 61 |
| 5.5.1 | Divulgação de fã para fã | 62 |
| 5.5.2 | Fãs engajados em outros <i>fandoms</i> | 63 |
| 5.5.3 | As comunidades fã como representante dos produtores..... | 64 |
| 6 | “NOX”: CONSIDERAÇÕES FINAIS | 66 |

| | |
|---|----|
| REFERÊNCIAS | 69 |
| APÊNDICE 1 – Relato sobre a observação participante..... | 74 |
| APÊNDICE 2 – Roteiro base das entrevistas | 75 |
| APÊNDICE 3 – Entrevista com Caroline, organizadora da Herdeiros de Sonserina... | 76 |
| APÊNDICE 4 – Entrevista com Priscila, organizadora da Herdeiros de Sonserina | 84 |
| APÊNDICE 5 – Modelo de Termo de Autorização para Entrevista | 90 |

1 INTRODUÇÃO

Um *fandom* é um processo de interação entre fãs que, como outros fenômenos da comunicação, atravessa diferentes etapas durante seu desenvolvimento. Observando as manifestações do *fandom* de Harry Potter ao longo dos anos, esta pesquisa busca descrever o que caracteriza a articulação dos fãs nas etapas de formação, popularização, ápice, redução e renovação.

Harry Potter é uma série de livros lançada em 1997, escritos pela britânica J.K. Rowling¹, tendo sete volumes que venderam no total mais de 450 milhões de cópias². A obra de J.K. Rowling foi essencial para o desenvolvimento do hábito de leitura entre muitos jovens³. Tendo seu último livro lançado em 2007, Harry Potter foi também adaptado para o cinema, com oito filmes produzidos entre 2001 e 2011. A internet potencializou o fenômeno: no ambiente digital os fãs criaram sites sobre o tema, enciclopédias *online* com os termos da série, fóruns de discussão, jogos de RPG, *fanfictions*⁴ (histórias escritas por fãs utilizando personagens e elementos da série), canais de *podcast* (formato digital de programas de áudio temáticos dividido em episódios) e vídeo, entre outros conteúdos. Num pequeno movimento, algumas bandas de *indie rock* começaram a escrever canções relacionadas ao universo ficcional e denominaram o estilo de *Wizard Rock*. Em diversos países, a comunidade de fãs se mobilizou para organizar eventos onde fãs se vestem como personagens, os *cosplays*, e interagem através de grupos de debate, jogos e até partidas de *Quadribol* (esporte “bruxo”).

Sendo um dos maiores fenômenos da cultura pop do final da década de 1990 e início do século XXI, Harry Potter é de extrema relevância para o estudo das práticas de fã na internet: a obra nasce no período de *boom* da *Web 2.0*⁵, dando origem a uma comunidade de fãs nativamente digital. Embora isso não signifique que eles tenham refutado as práticas de comunidades de fãs anteriores, os *potterheads* – termo que os próprios fãs se denominam,

¹ Joanne Kathleen Rowling, cujo nome abreviado foi indicado pela editora *Bloomsbury* para o lançamento de “Harry Potter e a Pedra Filosofal” para não evidenciar que a autora se tratava de uma mulher, o que poderia afastar o público infantil masculino na opinião dos editores.

² *Harry Potter series to be sold as e-books*. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-13889578>>. Acesso em: 20 set. 2013.

³ Em 2006, a editora *Scholastic* e a *Yankelovich*, grupo que pesquisa tendências de consumo globais, publicaram um estudo que apontou que 51% dos leitores da série entre cinco e dezessete anos afirmaram que não liam livros por diversão antes de começar a acompanhar Harry Potter, e 65% deles consideraram que tiveram uma melhora no desempenho escolar desde que começaram a leitura. Bem como, 60% das crianças entre nove e onze anos declararam já ter lido um volume da série e 70% estavam interessados em continuar lendo. Disponível em: <http://www.scholastic.com/aboutscholastic/news/press_07252006_CP.htm>. Acesso em: 21 set. 2013.

⁴ Traduzido livremente como “ficção de fã”. Embora grifado *fan fiction* por alguns autores, neste trabalho optou-se por utilizar a grafia *fanfiction*.

⁵ Termo usado para descrever o ambiente *online* que surgiu a partir dos anos 2000, configurando a internet como uma plataforma de característica participativa, colaborativa e personalizada.

sendo “cabeça de potter” aquele que pensa nas suas experiências pessoais fazendo ligações com temáticas da obra – destacam-se como fenômeno pioneiro na comunicação e na indústria cultural, pois só podem ser entendidos enquanto *fandom* considerando sua expansão em plataformas digitais como fator intrínseco e propulsor da dimensão que este alcançou.

O conceito de *fandom*, termo formado pelas palavras *fã* e *kingdom*, ou seja “reino dos fãs”, descreve a cultura dos fãs em geral, caracterizada pelo sentimento de comunidade entre os que compartilham os mesmos interesses (JENKINS, 2009). Neste cenário, o *fandom* funciona como ambiente para troca de informações, para engajamento aos temas da série e participação dos fãs – grupo de atividade produtiva a partir da apropriação criativa. A variedade e quantidade dessas produções se destacam como forte característica na comunidade de Harry Potter: na plataforma *Fanfiction.net* (maior site de *fanfictions* com quase 2.2 milhões de usuários), por exemplo, a obra de J.K. Rowling possui atualmente 658 mil histórias enviadas. O segundo e terceiro tema mais abordados são o *anime* Naruto e a saga Crepúsculo, com 343 mil e 213 mil, respectivamente⁶.

Durante os 15 anos que compreenderam o lançamento do primeiro volume da série até a estreia da última adaptação cinematográfica, o *fandom* viveu um período de grande movimentação, apoiado pela produção intensa dos fãs, pela indústria cultural que deu visibilidade a saga e pela expectativa dos lançamentos a cada novo livro e filme. A série tem sido analisada em diversas áreas acadêmicas, como na Literatura e Linguística, em Estudos de Tradução e na Educação. Como fenômeno de repercussão mundial, Harry Potter se mostra relevante para pesquisas no campo da comunicação, pois reuniu uma base de fãs extremamente envolvida. Observando as comunidades do *fandom*, nas quais os fãs possuem alto nível de engajamento e participam ativamente dos eventos, é possível entender como outros fã-clubes desenvolvem suas relações internas. A decisão deste foco aconteceu, em grande parte, devido à própria participação do autor deste trabalho nestas comunidades com temáticas de Harry Potter e pela importância pessoal que a obra possui.

Pressupondo o *fandom* como uma estrutura constituída nas relações entre fãs, o problema de pesquisa apresentado nesta monografia é: quais são as estratégias de articulação dos fãs em cada uma das etapas que uma comunidade de Harry Potter atravessa durante o seu desenvolvimento? Como objetivo geral, busca-se entender como se dá o engajamento nas comunidades de fãs de Harry Potter em cada uma das etapas do *fandom*. Já como objetivos específicos, este trabalho procura identificar a evolução da participação dos fãs da saga nas

⁶ Total de obras por categoria. Disponível em: <<http://www.fanfiction.net>>. Acesso em: 20 set. 2013.

comunidades gaúchas Armada Hogwarts e Herdeiros de Sonserina; e observar a dinâmica das comunidades nos períodos de articulação e reformulação do *fandom*.

Sendo assim, para contemplar os objetivos apontados, este estudo está organizado em quatro capítulos. O primeiro apresenta a série Harry Potter como fenômeno da comunicação, destacando seu desempenho comercial e as primeiras estruturações dos fãs no ambiente digital, principalmente a partir de Anelli (2011). O capítulo seguinte resgatará as definições de fã – com base nos estudos de Jenkins (1992 e 2009), Grossberg (1992) e Duffett (2013) –, apresentação dos conceitos de *fandom* e quais são suas características, destacando a organização das comunidades de fãs na *web* com referência nos estudos de Silveira (2010).

Esta pesquisa utiliza a abordagem metodológica do estudo de caso, cujos procedimentos e técnicas estarão descritos no terceiro capítulo. As comunidades analisadas serão a Armada Hogwarts e a Herdeiros de Sonserina. A Armada Hogwarts surgiu em Porto Alegre em 2007 com o intuito de integrar os fãs da série Harry Potter no Rio Grande do Sul, desenvolvendo atividades e eventos relacionados à saga. Em março de 2008 o grupo realizou seu primeiro evento, ainda de caráter experimental e investigando a possível adesão do público local; com o aumento de acessos no site em algumas semanas, o fã-club se oficializou em abril do mesmo ano.

Entre diversos encontros, a comunidade já produziu dois curtas-metragens amadores e duas copas de *Quadribol*. Em 2009, o grupo realizou uma *PotterCon* – termo do *fandom* que significa “convenção potteriana” – na Usina do Gasômetro, reunindo cinco mil fãs da capital e caravanas vindas do interior do RS e de outros estados⁷. Em 2012, com o declínio das atividades, a Armada deixou de produzir atividades com a mesma frequência. Um grupo de ex-integrantes da Armada Hogwarts havia se reunido, dois anos antes, para organizar seus próprios eventos, formando a Herdeiros de Sonserina – comunidade atualmente ativa que realiza encontros mensais para debater a série, além de outros eventos durante o ano para exposição e debate de materiais relacionados à Harry Potter.

A primeira comunidade será analisada a partir de observação *online* dos registros no site oficial do grupo e das interações dos membros nas redes *Orkut*, *Twitter* e *Facebook*. Com a Herdeiros da Sonserina será aplicada a técnica de entrevista, que visa, principalmente, compreender as motivações do grupo para organização dos fãs. Os resultados obtidos e o cruzamento desses dados com a base teórica levantada formam a análise apresentada no quarto capítulo deste trabalho.

⁷ Informações do histórico do grupo. Disponível em: <www.armadahogwarts.com/armada>. Acesso em: 25 set. 2013.

2 “LUMUS”⁸: O FENÔMENO HARRY POTTER

Infinitas vezes fizeram-me a mesma pergunta, com minúsculas variações: “O que faz com que Harry Potter seja um tamanho sucesso de público?” “Qual é a fórmula mágica?” “Que conselho daria para alguém que quisesse escrever um *best-seller* para as crianças?”. E eu sempre dei respostas que não são respostas: “Não é a mim que vocês devem perguntar” “Isso me apanhou tão de surpresa quanto a todo mundo” (ROWLING, 2011, p. 11).

Neste capítulo será apresentada a série Harry Potter como fenômeno cultural mundial que em quinze anos mobilizou milhões de fãs, quebrou novos recordes de vendas a cada lançamento e se caracterizou como uma das maiores obras da literatura infanto-juvenil. Os dados descritos foram baseados em informações disponíveis nos sites das editoras *Bloomsbury* e *Scholastic*, da própria autora J.K. Rowling e nas informações do livro “Harry e Seus Fãs”, de Anelli (2011). Informações coletadas em outras fontes estão indicadas nas notas de rodapé. Ao apresentar o desenvolvimento da saga, é possível observar como Harry Potter transformou a cultura fã e suas práticas, principalmente no ambiente digital. Esta contextualização é essencial para compreender o objeto empírico e o universo que o *fandom* está inserido.

2.1 *Best-Sellers* e *Blockbusters*: os sete livros e oito filmes

Harry Potter é uma série de livros, do gênero ficção fantástica, escrita pela autora britânica J.K. Rowling que conta a história de um menino-bruxo – personagem que dá nome a saga. Dividida em sete volumes, cada um apresenta em sua narrativa central um ano na vida de Harry entre onze e dezessete anos de idade, sendo em sua maioria ambientados *na Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts*. O conflito principal é uma disputa entre o bem e o mal, na qual o protagonista luta contra *Lord Voldemort*, bruxo das trevas que deseja conquistar o mundo da magia e se tornar imortal.

A saga apresenta temáticas diversas com o desenrolar do enredo. Dentre as mais recorrentes estão discussões sobre morte (presente em todos os volumes), liberdade, o poder do amor e o valor da amizade. É possível apontar ainda subtextos políticos que tratam de opressão, racismo, limpeza étnica (com referências ao nazismo), distinção de classes, entre outros, bem como dilemas relacionados à adolescência e crescimento dos personagens, sendo

⁸ No universo fictício de Harry Potter, *Lumus* é um feitiço que cria iluminação, utilizado para acender uma luz na ponta da varinha. Foi aqui utilizado porque este capítulo direciona uma luz inicial sobre a série .

os mais recorrentes: diversidade, normalidade, igualdade e tolerância. A questão de sexualidade é, em geral, pouco abordada e não aparece de maneira direta.

Joanne Kathleen Rowling teve sua primeira inspiração para a história em 1990, aos 25 anos de idade, em uma viagem de trem de Manchester para Londres. Segundo a autora, a ideia simplesmente surgiu na sua cabeça:

Eu não tinha uma caneta comigo, mas eu acho que aquilo provavelmente foi uma coisa boa. Eu simplesmente sentei e pensei, por quatro horas (trem atrasado), enquanto todos os detalhes borbulhavam na minha mente, e este menino magricela, de cabelos negros e óculos, que não sabia que era um bruxo, ficava mais e mais real pra mim. [...] Eu comecei a escrever “A Pedra Filosofal” naquela mesma noite, embora aquelas primeiras páginas não guardem qualquer semelhança com o livro finalizado⁹ (ROWLING, 2012. *It All Started on Platform 9 ¾*)

A autora levou quase cinco anos escrevendo o primeiro volume e o universo que o cercava. Em 1993, mudou-se de volta para Grã-Bretanha, após dois anos morando em Portugal, onde lecionava aulas de inglês. Estava divorciada, desempregada e com uma filha pequena. O livro foi rejeitado por oito editoras – por ser considerado muito longo para um livro infantil e de uma autora desconhecida, além de temáticas pouco contemporâneas por se passar numa escola interna – até que em agosto de 1996 a editora *Bloomsbury* apresentou uma proposta para o livro, com o público-alvo de nove a onze anos de idade.

O primeiro livro da série, intitulado *Harry Potter and the Philosopher’s Stone*, – em português traduzido como “Harry Potter e a Pedra Filosofal” – foi publicado em 30 de junho de 1997 no Reino Unido. Um ano depois, já havia vendido 70 mil exemplares. A editora *Scholastic Books* ganhou o leilão organizado para os direitos de publicação americanos, e, em setembro de 1998, “A Pedra Filosofal” foi publicado nos Estados Unidos, tendo três mil exemplares na sua primeira edição. A quantidade não foi o suficiente; quatro dias depois o livro já entrava na sua segunda edição.

“Harry Potter e a Câmara Secreta” foi lançado em 1998, no Reino Unido, e em 1999 nos Estados Unidos. O livro apareceu no primeiro lugar da lista dos mais vendidos da revista *Times* e no *New York Times*, algo nunca atingido antes por um livro infantil. Nos próximos anos, a tendência de *crossover*¹⁰ de público-alvo viria a se afirmar: Harry Potter tinha entrado

⁹ No original: *I did not have a functioning pen with me, but I do think that this was probably a good thing. I simply sat and thought, for four (delayed train) hours, while all the details bubbled up in my brain, and this scrawny, black-haired, bespectacled boy who didn't know he was a wizard became more and more real to me. [...] I began to write 'Philosopher's Stone' that very evening, although those first few pages bear no resemblance to anything in the finished book.* Disponível em: <http://www.jkrowling.com/en_US/#/timeline/it-all-started>. Acesso em: 30 out. 2013.

¹⁰ Termo que descreve “transação” ou “cruzamento”, utilizado aqui para se referir à sobreposição de um novo público-alvo mais abrangente do que o espectro anterior.

também no mercado adulto (BORELLI, 2008). Ainda no final de 1998, a *Warner Bros* adquiriu os direitos para a produção cinematográfica dos filmes baseados na série.

O terceiro livro, “Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban”, foi publicado em julho de 1999 no Reino Unido e dois meses depois nos Estados Unidos. Foi para este lançamento que surgiu uma das maiores marcas da série: a data com hora marcada para a liberação das vendas. Conscientes do fenômeno crescente, o evento era, a princípio, “jogo de cena” da equipe de marketing da *Bloomsbury* para compensar a falta de J. K. Rowling neste lançamento. A ideia foi criar um grande acontecimento com horário marcado para quando as crianças saíssem da escola e se dirigissem às livrarias – deu certo e foi aprovado pelos fãs e a imprensa; nos próximos livros, estas ocasiões se tornariam momentos-chave para o *fandom*.

“Harry Potter e o Cálice de Fogo”, quarto livro, foi publicado simultaneamente em julho de 2000 nos dois países, com uma tiragem inicial de cinco milhões de exemplares. O lançamento, exatamente à meia-noite, foi uma grande celebração em que as crianças e adolescentes participaram vestindo capas pretas, óculos e cicatrizes pintadas na testa. Nesta ocasião, os livros da série estavam na lista de *best-sellers* do *New York Times* há 80 semanas, tendo ocupado as três primeiras colocações com os livros anteriores¹¹. No Brasil, a editora Rocco havia lançado em abril de 2000 a versão em português de “A Pedra Filosofal” – embora os direitos já tivessem sido adquiridos em 1998, em uma feira em Frankfurt em que Rowling recebeu um prêmio pela recente publicação na Inglaterra. O segundo e terceiro volumes foram publicados, respectivamente, em agosto e dezembro de 2000. A partir de então, os livros passaram a ser traduzidos e publicados no Brasil com uma média de seis meses após a edição em inglês.

A produção do primeiro filme da série, pela *Warner Bros*, começou em outubro de 2000, sendo filmado na Inglaterra e somente com atores britânicos dando vida aos personagens. “Harry Potter e a Pedra Filosofal” estreou nos cinemas no dia 14 de novembro de 2000. A adaptação atraiu milhões de pessoas em todo o mundo, alcançando a arrecadação total de 974 milhões de dólares em bilheteria. Três dias depois, a equipe de filmagem estava de volta aos sets para a próxima produção. Em 15 de novembro de 2002, estreou a versão cinematográfica de “Harry Potter e a Câmara Secreta”.

O quinto livro, “Harry Potter e a Ordem da Fênix”, foi lançado em junho de 2003. Este é o maior dos volumes de toda série, tendo em sua edição original 766 páginas. Quebrando o

¹¹ *Ten Years Later, Harry Potter Vanishes From the Best-Seller List*. Disponível em: <<http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2008/05/01/ten-years-later-harry-potter-vanishes-from-the-best-seller-list/>>. Acesso em 20 out. 2013.

recorde do seu antecessor, se tornou a publicação mais rapidamente vendida na história¹². Com o amadurecimento do público, e também dos personagens, a série começou a explorar temáticas mais obscuras e narrativas mais complexas que antes, dando novas dimensões à trama. O filme “Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban” estreou no ano seguinte, dia 31 de maio, seguindo a estética menos infantil então adotada. Já em julho de 2005, “Harry Potter e o Enigma do Príncipe”, sexto volume, chegava às livrarias, repetindo o sucesso de vendas: nove milhões de livros em 24 horas. Quatro meses depois, em novembro, “Harry Potter e o Cálice de Fogo” estreou nos cinemas e se tornou o filme mais lucrativo daquele ano.

Em meio a especulações dos fãs e da imprensa para descobrir informações do sétimo e último livro, que seria publicado em 21 de julho de 2007, as editoras *Bloomsbury* e *Scholastic* investiram pesado para garantir a segurança do conteúdo. Apesar dos esforços, elas não conseguiram evitar vazamento de trechos na internet: três versões distintas circulavam na rede, deixando os fãs confusos imaginando se os enredos eram verdadeiros. Algumas delas eram apenas *fanfics* divulgadas falsamente. Na semana anterior da data de publicação, um arquivo com fotografias de todas as páginas surgiu na rede. O lançamento do quinto filme, adaptação de “Harry Potter e a Ordem da Fênix”, ocorreu apenas nove dias antes, colocando a série ainda mais em evidência. Finalmente, na data marcada, “Harry Potter e as Relíquias da Morte” foi lançado simultaneamente, à meia-noite, em 93 países; o livro atingiu a marca de 15 milhões de exemplares vendidos no seu primeiro dia.

“Harry Potter e o Enigma do Príncipe” chegou nos cinemas em julho de 2009. No ano anterior, a *Warner Bros* havia anunciado para os fãs que a adaptação do último livro da série seria dividida em duas partes, a serem lançadas em 19 de novembro de 2010 e 15 de julho de 2011. “Harry Potter e as Relíquias da Morte – Parte 2” se tornou o filme mais rentável de toda a série, tendo em escala mundial atingido o total de um bilhão trezentos e quarenta e um milhões de dólares – se tornando assim a quarta maior bilheteria da história do cinema¹³. J.K. Rowling acompanhou todas as produções e teve controle criativo sobre os roteiros.

Além da série, três publicações complementares relacionadas ao mundo bruxo, não diretamente a história de Harry, foram lançadas pela autora, sendo eles: “Animais Fantásticos e Onde Habitam” (2001), “*Quadribol Através dos Tempos*” (2001) e “Os Contos de Beedle, o

¹² J.K. Rowling *Timeline – Harry Potter and the Order of the Phoenix*. Disponível em: <http://www.jkrowling.com/en_US/#/timeline/harry-potter-and-the-order-of-the-phoenix>. Acesso em: 20 out. 2013.

¹³ *Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2 - Total Lifetime Grosses*. Disponível em: <<http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=harrypotter72.htm>>. Acesso em: 30 out. 2013.

Bardo” (2007). Este primeiro dará origem ao primeiro filme *spin-off*¹⁴ da série, anunciado pela *Warner Bros* em setembro de 2013 como a próxima produção para o cinema, ainda sem estreia definida¹⁵.

Atualmente, existem mais de 450 milhões de livros impressos, em 67 idiomas. O faturamento dos oito filmes lançados pela *Warner Bros* somados representa o total de 7,723 bilhões de dólares, sendo a série de filmes de maior lucro do cinema até hoje. O valor de Harry Potter como franquia¹⁶ foi estimado no total de 15 bilhões de dólares.

A construção de um universo ficcional permitiu a Harry Potter explorar novos conteúdos e criar diversos desdobramentos para a obra, como os filmes de personagens *spin-off*, plataformas de interação para os fãs como o *Pottermore*¹⁷, onde tramas paralelas e trechos inéditos são disponibilizados, e até a criação de um parque temático¹⁸ inspirado na série. A estrutura de lançamento alternado de filmes, livros e outros derivados deu ao fenômeno uma impressão de perenidade: quase todo ano havia um novo ponto de contato agitando o *fandom*. Neste aspecto, o calendário de marketing muito bem estruturado e alinhado com as estreias garantiu a visibilidade midiática, entretanto, foi nos seus intervalos que a serialização se mostrou realmente essencial. Os hiatos de lançamentos levaram os fãs a se articularem para preencher a carência de novos conteúdos e mergulharam no universo ficcional com suas próprias produções.

O fato de Harry Potter se apresentar como um produto serializado foi significativo na definição sobre as migrações da narrativa para outras formas culturais. O livro vira audiolivro, filme, jogo eletrônico, RPG, entre outras adequações possíveis: a palavra escrita – ou mesmo a palavra falada – transforma-se em sons e imagens – prioritariamente digitalizada – pelos múltiplos mecanismos de apropriação e convergência, de interfaces e interatividades, de acordo com os novos padrões tecnológicos de produção e relação com os usuários. O livro, por si só um suporte midiático [...], serve de base para variadas estratégias de migração digital em que [...] a narrativa ganha espaço, transforma seu registro de temporalidade e circula em proporções ainda mais intensamente mundializadas do que quando seu suporte era apenas o livro (BORELLI, 2007, p. 3).

¹⁴ Termo que se refere a um produto cultural derivado de uma franquia já existente.

¹⁵ *Fantastic Beasts carry Harry Potter back to the silver screen*. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/film/2013/sep/12/harry-potter-jk-rowling-fantastic-beasts-film>>. Acesso em: 29 out. 2013.

¹⁶ Termo da administração que se refere a um modelo ou sistema de distribuição e comercialização de produtos e serviços em série.

¹⁷ O *Pottermore* é uma plataforma criada pela autora J.K. Rowling para desenvolver uma experiência *online* de leitura dos livros de Harry Potter. Foi lançado em 31 de julho de 2011. Nesta rede, os usuários podem explorar mais o mundo mágico da série e conhecer conteúdos inéditos e detalhes nunca publicados. Há também uma loja *online* onde é possível adquirir *eBooks* e narração em áudio digital.

¹⁸ *The Wizarding World of Harry Potter*, parque temático da série localizando no *Universal Orlando Resort*. Disponível em: <<https://www.universalorlando.com/harrypotter/>>. Acesso em: 20 out. 2013.

De fato, foi no ambiente digital que a série encontrou seu espaço de desenvolvimento. Esse movimento não partiu das editoras, da autora ou mesmo dos estúdios *Warner Bros*: as próprias manifestações dos fãs, que se reuniram em grupos cada vez maiores e mais ativos, foram fatores determinantes que redimensionaram o *fandom* para uma cena de intensa produção e apropriação.

2.2 O *Fandom Online*

O *fandom online* de Harry Potter se tornou um fenômeno ainda maior que a própria série: organizados em escala global, os fãs desenvolveram sua própria linguagem, produtos, práticas, cultura em geral. Tendo a rápida disseminação da internet na década de 1990¹⁹ como efeito propulsor, a *pottermania* estourou. A *web* foi essencial para a transformação da série de livros em um sucesso global.

Conforme a navegação se tornou mais acessível e novas ferramentas surgiram nos anos seguintes, adolescentes começaram a se comunicar e criar páginas rudimentares na rede sobre a série. Uma delas foi o *Unofficial Harry Potter Fan Club*, criado por uma fã em julho de 1999 e hospedado no *GeoCities* – serviço *online* gratuito popular na década de 90. O site apresentava notícias sobre os livros, jogos simples (como o *Chapéu Seletor*, que indicava semelhanças entre o usuário e personagens do universo fictício), curiosidades, trechos da história, mural de mensagens, espaço para envio de *fanart* e *fanficton*. No mesmo ano, surgiu o *MuggleNet.com* (Figura 1), até hoje reconhecido como um dos maiores *fansites* ao lado do *LeakyCauldron*, fundado em julho de 2000. Três meses depois era colocado no ar o *HarryPotterGuide.co.uk*, site que funcionava como uma enciclopédia da série, explicando os significados dos termos, definição dos locais bruxos, funções e profissões, história detalhadas dos personagens principais e secundários, entre outros. Todos esses sites utilizavam palavras relativas à série em seus títulos.

¹⁹ A popularização da rede aconteceu após 1991, quando a *World Wide Web* foi lançada. Apesar de ainda dominada por cientistas e pesquisadores acadêmicos, o público logo começou a se atrair pela nova tecnologia. O interesse crescente ganhou ainda mais força com o desenvolvimento dos primeiros navegadores, *Mosaic* e *Netscape*, lançados, respectivamente, em 1993 e 1994. Durante a década, o aceleração foi exponencial – entre 1998 e 1999 (mesmo período em que Harry Potter florescia na literatura) a base de usuários triplicou, e a taxa de crescimento era de 20% ao mês. Ao final do ano, 100 milhões de pessoas estavam conectadas somente nos Estados Unidos, e a internet também ganhava espaço em outros países. Informações baseadas nos dados do *Internet Society*. Disponível em: <<http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/short-history-internet>>. Acesso em: 30 out. 2013.



Figura 1 – Visual do site *MuggleNet.com* em 2001

No Brasil, um dos mais importantes sites do assunto é o *Potterish.com*, que está *online* desde novembro de 2002. Criado por duas universitárias no período de ócio durante as férias, hoje o site é apontado como referência nacional, tendo sido reconhecido por J.K. Rowling em 2006 com o prêmio *Fã Site Award* (premiação para as melhores páginas de Harry Potter), sendo o sexto a receber a homenagem e o primeiro de língua não-inglesa. Em 2012 o site registrava uma média de 350 mil visitantes por mês, com sistema próprio de *fanfictions*, chegando a quase 25 mil textos, e fórum de discussão, com 6 mil membros ativos e a marca de 1 milhão e 600 mil mensagens²⁰.

J.K. Rowling descreveu sua experiência quando, pela primeira vez, buscou na internet as páginas feitas por fãs:

Os *fansites* tinham uma apresentação muito profissional; com facilidade estavam à altura dos sites de quaisquer de meus editores. E eles recebiam dezenas de milhares de visitantes. Tinham fóruns, quadros de mensagens, editoriais, notícias atualizadas, trabalhos de *fanart*, *fanfiction*, citações dos livros... e as guerras de *ships*²¹... Santos Deus, as guerras de *ships*... (ROWLING, 2011).

Em 2003, aconteceu a primeira conferência presencial de Harry Potter: a *Nimbus 2003*²². Organizada a partir da comunidade *online*, o evento foi realizado por fãs que se

²⁰ *Sobre o Potterish – História*. Disponível em: <<http://potterish.com/sobre-o-potterish#historia>>. Acesso em: 29 out. 2013.

²¹ *Ship*: abreviação de *relationship* (relacionamento), termo utilizado no *fandom* para se referir a formação de casais entre os personagens. Na série, era comum os fãs que defendiam o casal Rony/Hermione entrar em discussão com os que preferiam Harry/Hermione.

²² *Nimbus 2003*. Disponível em: <<http://www.hp2003.org/>>. Acesso em: 29 out. 2013.

voluntariaram para participar da equipe. Entre 17 e 20 de julho de 2003, a conferência reuniu cerca de 600 fãs e entusiastas em Orlando, Estados Unidos. O evento contou com debates sobre os livros e impactos sociais da obra, duas exibições de filmes, leilão de itens da série e uma festa de encerramento. Após a conferência, os temas debatidos e conteúdos produzidos foram publicados no site e nas comunidades participantes, gerando novas discussões e agregando conhecimento ao *fandom*.

A formação das primeiras redes sociais – como o *LiveJournal.com* em 1999, que permitia aos usuários trocar ideias, adicionar amigos e comentar nos diários de outras pessoas – foram essenciais no processo de surgimento das primeiras comunidades de Harry Potter, já que elas possibilitaram a conexão de membros de interesse comum em diversos grupos. Este cenário fortaleceu os laços do *fandom* e deu origem a ambientes digitais que se tornaram, posteriormente, “centro” dos agrupamentos. As práticas de fãs mais populares nestes eram: desenvolvimento de *fanfics* (e seu apoio), os debates sobre a série e os jogos de RPG.

2.2.1 Fóruns: participação e discussões

Os fóruns de discussão se mostram uma importante manifestação no *fandom* de Harry Potter, se caracterizando como espaço onde os fãs compartilham suas opiniões. Os fóruns *online* são páginas onde os usuários podem manter conversas através de mensagens, organizadas em tópicos, que podem estar localizados dentro de sub-fóruns conforme sua temática. No *fandom* é possível observar que eles se dividem em dois tipos:

a) Fóruns de discussão - São os fóruns para fãs que desejam participar de debates em relação ao mundo de Harry Potter, sejam eles em relação ao conteúdo dos livros, produção dos filmes, especulações de lançamentos da autora, discussão sobre *ships*, acompanhamento de notícias, compartilhamento de materiais relativos à série, apresentar *fanarts* e *fanfictions*, entre outros. Nestes sites, o perfil do membro corresponde, a princípio e apesar do provável uso de um apelido, à própria pessoa, que comenta livremente sobre os tópicos de seu interesse.

Outras práticas de fãs, como o *spoiling*²³ apareciam nestas comunidades durante os períodos de lançamento. Anelli (2011) relata que a maioria dos fãs não tinha interesse em receber qualquer conteúdo ou informação em relação a trama que não fosse através

²³ Divulgar informações sobre a série que ainda não foram publicadas oficialmente nos livros/filmes.

das editoras ou da própria autora. Alguns vazamentos de trechos eram promovidos por jornais e revistas, como furo de reportagem. Em resposta, as editoras *Bloomsbury* e *Scholastic* e a *Warner Bros* iniciaram uma campanha de desinformação para confundir a mídia. Para isso, as empresas registravam centenas de títulos falsos relacionados à série, que poderiam se referir aos próximos livros ou a diversos produtos a serem lançados, mantendo a incerteza e confusão sobre toda informação divulgada - títulos que geravam ainda mais debates e teorias dentro do *fandom*.

b) Fóruns de RPG - O *Role-playing game* – RPG, traduzido como "jogo de interpretação de personagens" – é um tipo de jogo em que os jogadores assumem os papéis de personagens e criam narrativas colaborativamente. Nestes fóruns, cada usuário representava uma personalidade, criada por si mesmo, que pertencia ao universo ficcional da série, como, por exemplo, um estudante ou professor. No site *RpgHogwarts.org*, o jogo acontece na *Escola de Hogwarts* e os membros desenvolvem suas narrativas pessoais e coletivas enquanto competem pela Taça das Casas²⁴, sendo sorteados em diferentes casas assim como no livro²⁵.

2.2.2 *Fanfiction*: experimentações e resistência

Harry Potter incentivou muitos jovens a escrever e compartilhar suas próprias histórias. Ao acessar a plataforma *Fanfiction.net* - portal de *fanfiction* que possui quase 2.2 milhões de usuários - a quantidade de textos dedicados à série é, com larga vantagem, o maior catálogo do site, com 658 mil histórias enviadas. O site brasileiro Floreio e Borrões, exclusivamente dedicado a Harry Potter, possui mais de 25 mil *fanfics* e 100 mil usuários cadastrados.²⁶

Anelli (2011) descreve que o interesse dos fãs na escrita de *fanfictions*, além de se envolver com a história em níveis mais profundos, nunca é de desmontar ou ir contra ao que

²⁴ Competição relativa à trama dos livros de Harry Potter, no universo ficcional os alunos são selecionados em quatro diferentes casas quando entram na escola e disputam todo ano através de um sistema de pontuação por tarefas bem sucedidas e penalidades por infringir as regras.

²⁵ No tutorial do fórum, os administradores explicam a dinâmica para participar: "Para conversar com outros jogadores, não é preciso nenhuma técnica super avançada ou preencher algum pré-requisito. Aja como se fosse a vida real, converse, descreva o ambiente a sua volta, enfim, você é o escritor, você deve ser criativo e interativo. A resposta do outro player virá de acordo com o que for postado, e assim a conversação se desenvolve." Disponível em: <<http://www.rpghogwarts.org/t7222-tutorial-do-rpg>>. Acesso em: 30 out. 2013.

²⁶ Floreios e Borrões. Disponível em: <<http://fanfic.potterish.com/>>. Acesso em: 30 out. 2013.

foi escrito por Rowling. Entre os fãs escritores existe um ideal de “defesa do *cânon*²⁷”: as *fanfics* são uma forma de examinar o enredo, desenvolver tramas paralelas, solucionar problemas, debater questões em aberto e tentar prever o futuro da série; não é intenção destas levantar acontecimentos ou sediar debates que não possam ser justificados pelos livros (ANELLI, 2011). J.K. Rowling se mostrou, a princípio, favorável às publicações das histórias na internet, declarando que “primeiramente, eram crianças escrevendo para crianças, eu achava que não deveríamos interferir, e sim aceitar” (*apud* ANELLI, 2011, p. 112).

Porém, quando os fãs começaram a conquistar mais espaço na *web* com seus sites e fóruns, a *Warner Bros* interferiu diretamente na questão. A empresa moveu processos contra diversos sites e seus proprietários, em sua maioria crianças e adolescentes, pelo uso de termos registrados da marca. Em reação, a comunidade de fãs se estruturou ainda mais e deu início a chamada “Potter War” – movimento que lutava pela liberdade dos fãs, organizando um boicote mundial a mercadorias relacionadas à saga (exceto, é claro, os livros, pois a guerra era contra as empresas e não contra a própria série ou Rowling). Por fim, quando o estúdio finalmente reconheceu estar com uma abordagem errada – descrita pelo vice-presidente da *Warner* como uma reação jurídica “ingênua” – Harry Potter passou por uma reestruturação de marketing que, para ser efetiva, precisava levar em conta a imensa e articulada base de fãs, jovem e participativa, que tinha desejos de se envolver com a série em diversas apropriações.

Outro exemplo do poder de articulação e da força de resistência do *fandom*, foi o *Muggles for Harry Potter*, organização anti-censura formada por adolescentes estudantes em cidades americanas que Harry Potter havia sido banido das bibliotecas dos colégios – sob pedido de alguns pais que alegavam incitação a bruxaria, magia negra, ocultismo, referências à alquimia, entre outros. As crianças, apoiadas por seus pais e unidas com organizações de livrarias, editoras, bibliotecários, professores e escritores, circularam abaixo-assinados, organizaram comícios e participaram de reuniões com as diretorias da escola e governantes locais. A campanha reuniu mais de 18 mil pessoas, levando as escolas a retirar as restrições impostas ao livro. A organização ainda atua, lutando contra tentativas fundamentalistas de proibição e defendendo a liberdade de expressão nos Estados Unidos. Anelli (2011) aponta que esses movimentos iniciais foram essenciais para a conquista do espaço do *fandom* e transformam diretamente o relacionamento dos produtores com os fãs, apontando novas atitudes mercadológicas depois também adotadas com outros produtos culturais.

²⁷ Informações do mundo ficcional que estão apresentadas nos livros, filmes, *games* oficiais ou qualquer outro produto liberado ou produzido pela autora, pressupostas como “verdadeiras” dentro desse universo. Seu oposto é o *fanon*, informações, histórias ou suposições criadas por fãs que não necessariamente tem suporte nos conteúdos oficiais.

Todas essas práticas apontam como o envolvimento dos fãs com fóruns, RPGs e *fanfictions* permitem às pessoas criarem laços com a obra e com as comunidades, desenvolvendo neste hábito, além de um novo paradigma mercadológico dos produtos culturais, novas formas de relacionamento. O próximo capítulo vai apresentar os conceitos teóricos que transpassam assuntos aqui levantados e aprofundam os estudos da cultura fã e do *fandom* na era da convergência midiática.

3 “ACCIO”²⁸: OS FÃS E O *FANDOM*

Muitas pessoas assistem a shows, colecionam gravações, apreciam o cinema e assistem televisão. Quase todo mundo ama uma estrela em particular ou programa da TV. Seja a fascinação por Sting ou *Spiderman*, Marilyn ou *Twilight*, quase todo mundo se auto identifica como um fã em algum sentido (DUFFETT, 2013, p. 14)²⁹.

O objetivo deste capítulo é apresentar as variações do conceito de fã e as características do *fandom*³⁰ no cenário de convergência midiática. Para isso, primeiramente será feita uma contextualização dos conceitos a partir de breve resgate histórico dos termos. Retornar a imagem marginalizada do fã é fundamental para a compreensão do desenvolvimento desta cultura. Num segundo momento, a imagem do fã que os autores buscaram construir com seus estudos é atualizada dentro das dinâmicas estabelecidas pelas novas mídias.

“Fã” é um termo já incorporado no vocabulário contemporâneo, assim como sua figura está completamente inserida no consumo de produtos culturais cotidianos. Jenkins (1992) e Hills (2002) introduzem seus estudos afirmando que todos sabem o que é um fã. De fato, o contato e exposição constante aos mais diversos grupos de fãs tornou o conceito algo aceitável e até admirável, em certos casos, no convívio popular. Gray, Sandvoss e Harrington (2007, p. 9) defendem que “a maioria das pessoas é fã de alguma coisa, ou se não, eles são próximos a alguém que é”³¹. Porém, ao verificar os estudos realizados no início da década de 1990, é nítido que não muitos anos atrás o fã ocupava posições marginais no sistema midiático, sendo também estereotipado na sociedade e contestado em fatores psicológicos. Apesar destes traços negativos terem sido em grande parte atenuados ao longo dos anos, principalmente após o *boom* da internet, formular uma descrição definitiva ainda é um desafio. Saber o que é um fã não simplifica este termo complexo que abrange pessoas, gostos e atitudes distintas; prova disso é que não há consenso na área de qual seria uma síntese do que é, afinal, ser fã.

²⁸ No universo fictício de Harry Potter, *Accio* é um feitiço de convocação, utilizado para trazer itens à distância para as mãos do bruxo. Foi utilizado porque este capítulo busca trazer para perto os conceitos dos autores.

²⁹ No original: *Many people attend concerts, collect recordings, enjoy the cinema and watch television. Almost everyone loves a particular star or TV show. Whether the fascination is with Sting or Spiderman, Marilyn or Twilight, almost everyone self-identifies as a fan in some sense.*

³⁰ Este trabalho considera a expressão *fandom* como um sinônimo para o conjunto da comunidade de fãs de um determinado produto cultural.

³¹ No original: *Most people are fans of something. If not, they are bound to know someone who is.*

3.1 A Evolução da Imagem do Fã

No início da década de 1990, diferentes autores começavam a dedicar pesquisas para o fenômeno da cultura fã, várias destas como argumento que visava desassociar os adjetivos negativos atribuídos durante o século XX. Esta onda de estudos teve forte inspiração no modelo de apropriação cultural de Certeau (1994), que fez uma distinção entre os produtores, com suas poderosas estratégias e habilidades de mercado, e os consumidores, que não teriam espaço adequado e desenvolviam apenas táticas para se apropriar dos conteúdos. Este segundo seria como um grupo de caçadores, que buscava nos produtos seus próprios interesses para então colocar em prática sua criatividade. O modelo de Certeau (1994), entretanto, se mostrou muito rígido, já que negava a possibilidade do consumidor ocupar o centro da produção e estabelecer, para outros fãs, novas relações de apropriação (HILLS, 2002, p. 12).

Jenkins (1992) resgata a morfologia do termo:

Fã é uma forma abreviada da palavra "fanático", que tem suas raízes na palavra latina "fanaticus". No seu sentido mais literal, "fanaticus" simplesmente significava "de ou pertencente ao templo, um servo do tempo, um devoto", mas ele rapidamente assumiu conotações mais negativas. [...] Com sua evolução, o termo "fanático" passou a se referir a certas formas excessivas de crença religiosa e adoração a qualquer "entusiasmo excessivo e equivocado", geralmente evocado em críticas a crenças políticas opostas, e depois, mais geralmente, à loucura (p. 12).

O estereótipo do fã como figura socialmente desajustada e de emocional instável é rejeitada pelo autor, assim como a caracterização dos fãs como “doidos” obcecados por celebridades e objetos colecionáveis, ou frustrados em relacionamentos que tinham questionado seu êxito pessoal, beleza (para as mulheres) ou vida sexual (para os homens). Jenkins (1992) ainda critica a visão de “consumidores desatentos”, já que este público seria produtor ativo e participativo. Ao propor o termo “*textual poachers*”, algo que seria traduzido como “caçadores de textos”, o autor desconstruía o estereótipo e apresentava o fã como integrante de comunidades marginais produtivas e criativas (JENKINS, 1992). Nesta visão, ser fã estaria mais próximo a um coletivo que unia esforços para defender sua cultura, que encontra no *fandom* o espaço de resistência onde pode expressar sua criatividade. Para Duffett (2013), a publicação se tornou uma “bíblia” para os estudos de fãs posteriores ao tratar respeitosamente do assunto, indo além das noções de *fandom* como uma obsessão mental para revelar a complexidade e diversidade da cultura de fãs.

Jenson (1992, p. 13) apontou que havia “pouquíssima literatura que explore o *fandom* como cultura normal e cotidiana ou fenômeno social”. Ele descreve que para a sociedade o fã

representava dois papéis: o solitário, que sofre de uma “doença de isolamento”, ou o integrante de uma multidão histórica, portador de uma “doença contagiosa” (p. 13). Em ambos os casos, o fã seria alguém irracional e alienado, facilmente influenciável pela mídia, sociedade narcisista, música hipnótica, entre outros. Nenhum desses descreve realmente as formas que o *fandom* se manifesta na vida contemporânea.

A crítica da modernidade e teoria social, considerando a sociedade massiva, homogênea e atomizada, não desenvolvia suposições sobre a psicologia individual. No entanto, esta crítica entendia que um ser “incompleto e fragmentado” seria produto de uma sociedade “incompleta e fragmentada” – o que implicaria uma conexão entre condições sociais e psicológicas do indivíduo. Na literatura sobre fãs, o comportamento do fã era definido como uma forma de compensação psicológica pelas carências da vida moderna (JENSON, 1992).

Ser um fã, *Schinkel* e outros sugerem, é uma tentativa de viver vicariamente, através das vidas notórias dos famosos. *Fandom* é concebido como uma tentativa crônica de compensar uma falta de autonomia pessoal, ausência de comunidade, identidade incompleta, falta de poder ou falta de reconhecimento (JENSON, 1992, p. 17)³².

O fã era, erroneamente, apresentado como alguém de baixa autoestima, poucas conexões sociais e, em geral, de uma “existência monótona” (JENSON, 1992). A relação entre fã e celebridade seria um subterfúgio do indivíduo, que frustrado por não atingir suas relações sociais desejadas, via no objeto de admiração a realização daquilo que não conseguia alcançar na sociedade moderna. Para o autor, boa parte desta conotação pejorativa ocorria porque, na visão das classes mais altas, a afinidade dos *fandoms* se associava a produtos da “baixa cultura” – o que em sua origem seria, nas palavras do autor, “incrivelmente desrespeitoso e extraordinariamente insultuoso” (1992, p. 23).

Fiske (1992) aborda o *fandom* enquanto parte da cultura popular em sociedades industriais, processo no qual produtos de entretenimento de produção e distribuição em massa se tornam parte da cultura de certo grupo de pessoas.

Fandom é tipicamente associado com as formas culturais denegridas pelo sistema de valores dominante - música pop, romances, quadrinhos, estrelas de Hollywood. É, portanto, associado com os gostos culturais de associações subordinadas de pessoas, particularmente com aqueles sem poder por qualquer combinação de sexo, idade, classe e raça (FISKE, 1992, p. 30).

³² No original: *To be a fan, Schickel and others imply, is to attempt to live vicariously, through the perceived lives of the famous. Fandom is conceived of as a chronic attempt to compensate for a perceived personal lack of autonomy, absence of community, incomplete identity, lack of power and lack of recognition.*

Neste contexto, integrar um *fandom* seria uma forma de distinção social. As diferenças na esfera cultural se manifestam nas posições sociais dos que são parte de certa comunidade e também dos que não são, e ambos os lados reforçam esses limites. Os próprios fãs tendem a apontar que existem características necessárias para “cruzar a linha” e se tornar um verdadeiro admirador (FISKE, 1992). Na perspectiva do fã, ele está separado do restante da audiência por ter uma conexão com o objeto cultural que os outros, em geral, não possuem (CAVICCHI, 1998). Neste contexto de grupos confrontantes, se assumir como público "comum" seria um conceito de oposição idealizada às características do estereótipo de fã, enquanto o não fã se distinguia para assumir caráter de pouco influenciável, crítico, admirador de cultura valiosa, maduro e, em geral, socialmente aceito (DUFFETT, 2013).

Grossberg (1992) se mostra contrário à tentativa de caracterizar que tipo de pessoa se torna fã. Para o autor, seguindo esse modelo, geralmente se assume que a pessoa está ligada a segmentos menos críticos da população. Outras visões críticas ainda assumem o fã como um eterno adolescente que está “aproveitando a vida com seu *fandom* sem ter responsabilidades e sem vontade de crescer” (p. 50). Todos estes grupos, então, estariam sendo distraídos da "cultura verdadeira" e de preocupações sociais, mobilizados para renderem lucros. O autor discorda que “fãs são simplesmente incapazes de reconhecer que a cultura que eles gostam está na verdade sendo usada para enganá-los e explorá-los” (GROSSBERG, 1992, p. 51).

Jenkins (2009), entusiasta do papel do fã no que chama de “fenômeno revolucionário no modo de encarar a produção de conteúdo no mundo” (p. 38), enfatiza que é possível verificar que alguns comportamentos apontam para uma linha de localização atual do fã dentro do sistema midiático. Engajamento, ativismo, experimentação, compartilhamento, produção, participação, entre outros, são hoje palavras-chave recorrentes nestes novos estudos, que mostram não só a movimentação destas comunidades da margem para o centro dos processos, mas também uma tomada de poder dos *fandoms* frente às mídias tradicionais (JENKINS, 2009).

Duffett (2013) considera o *fandom* nos dias de hoje como um “fenômeno social largamente associado com sociedades capitalistas modernas, mídia eletrônica, cultura de massas e execução pública” (p. 18).

O termo fã agora cobre uma ampla gama de pessoas comuns que se envolvem de maneira emocional positiva com cultura popular. Este engajamento pode assumir forma de uma conexão com o texto, imagem, *performance* ou assinatura criativa de

uma figura pública. Ele pode incluir amor por um produto cultural específico ou gênero (DUFFETT, 2013, p. 32)³³.

Duffett (2013) prossegue em sua definição de fã no cenário atual:

Um fã é uma pessoa com convicção emocional positiva e relativamente profunda sobre alguém ou algo famoso, normalmente expressada através do reconhecimento sobre estilo ou criatividade. A pessoa é também alguém orientado à exploração e a participação em práticas de fãs. Fãs encontraram sua identidade envolvidos com os prazeres conectados à cultura popular (DUFFETT, 2013, p. 31)³⁴.

É claro na definição de Duffett (2013) a incorporação de aspectos positivos que não carregam a carga estereotipada cujas abordagens de Jenson (1992) e Fiske (1992) combatiam. Esta visão “otimista” do fã, partilhada por Jenkins (2009), considera que na cultura da convergência o fator que faz efetivamente uma pessoa se tornar um fã não é o fato de somente acompanhar regularmente algum produto cultural, e sim a tradução deste relacionamento em uma experiência social, compartilhando sentimentos e pensamentos com outras pessoas, ingressando assim em uma comunidade de fãs que compartilham interesses em comum.

3.1.1 Identificação e Pertencimento

Hinerman (1992) em seu texto sobre a adoração à figura de Elvis Presley busca em autores da psicologia um quadro teórico para entender o envolvimento do fã com seu objeto de admiração, principalmente, para as atividades imaginativas onde se fantasia em relação a este – como “Elvis não morreu”. O autor apresenta a definição de Laplanche e Pontalis (1973) para fantasia:

Cena imaginária onde o sujeito é o protagonista, representando a realização de um desejo (em última análise, um desejo inconsciente) de forma distorcida para uma maior ou menor extensão por processos defensivos. *Phantasy* ocorre de vários modos diferentes: fantasias conscientes ou devaneios, fantasias inconscientes, ou fantasias primárias (LAPLANCHE; PONTAILS, 1973 *apud* HINERMAN, 1992, p. 110)^{35 36}.

³³ No original: *The term fan now covers a wide range of ordinary people who positive emotional engagement with popular culture. That engagement may take the form of a connection with the text, image, performance or creative signature of a public figure. It might include love for a particular cultural form or genre.*

³⁴ No original: *A fan is a person with relatively deep, positive emotional conviction about someone or something famous, usually expressed through a recognition of style or creativity. He/she is also a person driven to explore and participate in fannish practicies. Fans find their identities wrapped up with the pleasures connected to popular culture.*

³⁵ No original: *Imaginary scene in which the subject is a protagonist, representing the fulfillment of a wish (in the last analysis, an unconscious wish) in a manner that is distorted to a greater or lesser extent by defensive processes. Phantasy has a number of different modes: conscious phantasies or daydreams, unconscious phantasies [...], and primal phantasies.*

Os interesses culturais seriam, seguindo este raciocínio, complementares aos conflitos pessoais de cada um, que encontram na fantasia uma mediação para expressar coisas para além da racional. É importante destacar que essa afirmação não é comprovação da caricatura de fã apontada por Jenson (1992) de alguém emocionalmente instável que busca no *fandom* a compensação psicológica³⁷. Justamente o oposto: a experiência cultural se apresenta como um espaço potencial entre indivíduo e ambiente.

“A experiência artística nos coloca em sintonia com a fantasia alheia, ela amplia horizontes aos quais podemos chegar com o uso da própria imaginação e abre a possibilidade de questionar a realidade, tanto a pessoal quanto a coletiva.” (CORSO; CORSO, 2011, p. 20).

Neste sentido, a fantasia surge como orientador de fenômenos sociais, que pode ocupar mesma função que o mito cumpria na Grécia Antiga ou que os contos-de-fadas desempenham na vida infantil. Os mitos, além de reunir a sabedoria acumulada a ser transmitida pela cultura, expressava na sociedade uma maneira de pensar, um conjunto de visões de mundo. Através deles se respondiam as dúvidas do indivíduo. A ficção se aproxima, de maneiras diferentes, deste lugar que o mito ocupava, fornecendo identidade de grupo e oferecendo um modo de “estar no mundo e decifrá-lo” (CORSO; CORSO, 2011, p. 22). A narrativa ficcional é uma das referências de pertencimento a uma comunidade ou geração, é o que manifesta uma identidade compartilhada. Sob este ponto de vista, o *fandom* não é um subterfúgio para as relações sociais dos fãs, e sim o reconhecimento, através de um produto cultural, de aflições, ambições e desejos – só acessados pela fantasia, muitas vezes – que um grupo de pessoas tem em comum.

A nossa vontade de partilhar faz com que certa popularidade na ficção seja alimentada pelo próprio sucesso. Depois que algo ultrapassou certo grau de repercussão e popularidade, funciona também como um meio estabelecido de compartilhamento de uma fantasia. [...] A cultura pop acaba sendo uma das possibilidades para que uma geração tenha assuntos e personagens comuns para poder conversar, se posicionar, se identificar, enfim, pensar juntos (CORSO; CORSO; 2011, p. 22).

Silveira (2010) aborda a proposta de Maffesoli (2004) na qual o autor utiliza a expressão "totens" para designar produtos, objetos ou ídolos em torno dos quais as pessoas se reúnem, se identificam e se relacionam.

³⁶ Na psicanálise, os estudos de Freud sobre ficção renderam ensaios como *Escritores Criativos e Devaneio*, de 1908, onde o autor buscava compreender as fontes de inspiração de onde eram retirados esses materiais que, depois, davam origem a fantasias. Ele traça um paralelo entre o brincar infantil e o fantasiar: “a obra literária, como o devaneio, é uma continuação, ou um substituto, do que foi o brincar infantil” (FREUD, 1908)

A afetividade move os sentimentos que unem os sujeitos dentro de um substrato cultural, que é modificado pelo imaginário do grupo, abrindo novas possibilidades de relação. Maffesoli (2004) afirma que quem define a durabilidade das relações estabelecidas é o totem, o ídolo do grupo, pois são eles que suscitam no sujeitos a necessidade de comunhão (SILVEIRA, 2010, p. 83).

O sujeito pós-moderno busca na experiência comum sua vida social. A comunicação determina a relação entre os sujeitos e os grupos, utilizando o "supérfluo" - um filme, série de TV, uma banda - como fator agregador. Esses pontos de referência resgatam o sentido tribal da sociedade, onde sentimentos compartilhados se efetuam em torno de um totem. Dentro da sociedade, os grupos se reúnem por proximidades em experiências vividas ou ideologia. Nesta visão sociológica, o sujeito se constitui através do outro e da identificação. Isso decorre do tribalismo, da necessidade de buscar o semelhante para compartilhar sentimentos, emoções e interesses - é existir através do outro (MAFFESOLI, 2004).

Tomando este ponto de vista, Silveira (2010) propõe que os fãs formam grupos de sujeitos que se identificam entre si por possuírem interesses em comum e se relacionam em torno destes totens. As afinidades culturais, portanto, agem como uma “cola social” que une os grupos. Se ao mesmo tempo estas expressam aflições internas e aspirações pessoais, elas ainda orientam os sujeitos a encontrar em seus pares o sentimento de identidade compartilhada. No fantasiar contido na ficção, exercido pelo fã – quando se insere no mundo imaginário de um livro, quando escreve uma *fanfiction*, quando dá vida aos personagens como *cosplay* –, é onde está localizada esta conexão. Neste aspecto, o fandom acolhe as emoções em comum e concede ao fã o sentimento de pertencimento.

Na análise de processos de identificação, Duffett (2013) evidencia que o *fandom* é sempre em parte privado e em parte coletivo. Ele atua como expressão da identidade social e pessoal no contexto da cultura midiática, sendo uma dimensão compartilhada da personalidade. “O *fandom* midiático é o reconhecimento de uma conexão emocional, positiva, pessoal e relativamente profunda, com elementos mediados da cultura popular” (HILLS, 2013, p. 15). Entretanto, Duffett (2013) faz uma ressalva: quando o *fandom* é analisado como processo somente individual, as investigações psicológicas podem não fazer sentido. Os conceitos da psicanálise permitem sim avaliar a mente de indivíduos, mas podem ser aplicados de modo equivocado resultando em generalizações. O *fandom* é um fenômeno sociocultural relacionado a elementos que estão somente indiretamente conectados às profundezas da mente. Esses elementos, práticas ou identificações sociais, fazem conexão “entre o privado e o público, o individual e o coletivo” (DUFFETT, 2013, p. 140).

3.2 A Era da Convergência: o fã criador

A *Web 2.0* marca uma importante transformação da internet como plataforma e coloca o usuário no cerne da produção e moderação de conteúdo. O suporte permite à comunidade de fãs se organizarem em grande escala. As interações sociais relativas às mudanças introduzidas pelas novas mídias dão início a um processo em diferentes esferas que não somente a tecnológica, definido como convergência:

Palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. Algumas das ideias comuns expressas por este termo incluem o fluxo de conteúdos através de várias plataformas de mídia, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento das mídias, e o comportamento migratório da audiência, que vai a quase qualquer lugar em busca das experiências de entretenimento que deseja. Talvez, num conceito mais amplo, a convergência se refira a uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente (JENKINS, 2009, p. 377).

Para o autor a convergência é um processo contínuo, uma série de relações entre diferentes sistemas de mídia que resulta para o indivíduo em uma nova forma de se relacionar com a informação. Com esse novo paradigma, os fãs começam a criar diferentes conexões entre si, assim deixando pra trás a posição marginal nos sistemas de produção de conteúdo.

A transição dos *fandoms* para a Internet ocorreu com força a partir do começo da década de 1990. Antes disso, as interações entre os fãs eram baseadas nos relacionamentos face-a-face ou na troca de informações através de cartas, fanzines ou ainda por telefone. Os fã-clubes tinham sede física e os membros dos grupos tinham seus encontros e conversas limitados às possibilidades de reunião, no caso de convenções de fãs. [...] Inicialmente, os fãs têm hoje uma facilidade muito maior de procurar aspectos dos conteúdos que lhes interessam, que sejam mais próximos da sua realidade ou façam mais sentido para eles de forma subjetiva. [...] O contato entre os fãs, do mesmo modo, é fortemente facilitado pelas redes digitais através de ferramentas como fóruns, listas de discussão, chats, comunicadores instantâneos e até mesmo blogs coletivos (SILVEIRA, 2010, p. 87).

Duffett (2013) atribui a rapidez deste processo à facilidade que os fãs possuem, como *early adopters*, em compartilhar informações:

Fãs têm usado a internet desde seus primeiros dias, jogando *games* interativos em grupos multi-usuários ou debatendo seus programas favoritos em quadros de mensagem, salas de bate-papo ou fóruns. Por anos, eles também criaram páginas de fãs, postando *fanfictions* e estabelecendo “santuários” virtuais para seus heróis. Como *early adopters*, os fãs rapidamente compartilharam informações através de novas plataformas de mídia social (DUFFETT, 2013, p. 27)³⁸.

³⁸ No original: *Fans had been using the internet since its earliest days, playing interactive games in multi-user groups or debating their favorite shows on bulletin boards, chat rooms and forums. For years, they had also*

Os *fandoms* encontraram no ambiente digital um espaço potencial para articulação de ideias e possibilidade de trocas. A transição midiática permitiu aos fãs participar amplamente na produção cultural amadora – envolvendo apropriação e recriação das temáticas que admiravam. O processo de criação compartilhada atingiu então seu auge na *web*, onde as pessoas assumem o controle da mídia. O fã adota papel de consumidor dedicado e conquista posição de especialista no seu nicho. As empresas, ainda com suas estratégias de marketing flutuando entre um mercado tradicional e a realidade das novas mídias, assumem uma conduta diferente com o público e dão ao *fandom* novo status. “Ao invés de ridicularizado, o público fã agora é aclamado e apoiado pela indústria cultural, pelo menos enquanto suas atividades não desviem de princípios da lógica capitalista e reconheçam as empresas como proprietários legais do objeto” (GRAY; SANDVOSS; HARRINGTON, 2007, p. 10).

Porém, nem todas essas relações se mostram tão harmoniosas. Jenkins (2009) descreve que as transformações culturais acontecem ao mesmo tempo em que batalhas jurídicas e fusões empresariais montam um cenário midiático complexo, uma “alarmante concentração de propriedade dos grandes meios de comunicação comerciais, com um pequeno punhado de conglomerados dominando todos os setores da indústria de entretenimento” (p. 46). Algumas vezes a convergência corporativa e a alternativa criam relações benéficas tanto para produtores de mídia quanto para seus consumidores, entretanto quando os interesses diferem, as grandes empresas acabam enfrentando consumidores ativos, públicos e “barulhentos” – que ainda recém-poderosos estão perplexos sobre a quantidade e a forma que podem participar (JENKINS, 2009). Existiriam então dois tipos de empresas: as cooperativistas, que são aquelas que consideram os fãs colaboradores e dão a eles importância no processo de produção, e as proibicionistas, que pretendem regularizar, criminalizar e controlar a participação dos fãs. Estas empresas são as que processam *webmasters* por seus sites e usuários por baixarem conteúdo (JENKINS, 2009).

Diversas franquias levaram anos para se adaptar a dinâmica da era da convergência. *Star Wars* teve sua relação com a comunidade de fãs várias vezes abalada nas últimas décadas devido a sua produção. A *Lucasfilm*³⁹ atravessou diversos momentos com o *fandom* da saga. Logo no início da década de 70, por exemplo, incentivou ativamente as *fanfictions*, oferecendo apoio de análise e consultoria. Na década seguinte, a empresa já emitia alertas

created fan pages, posted fantasy fiction and set up virtual "shrines" for their heroes. As early adopters, media fans rapidly shared information through new social media platforms.

³⁹ Empresa produtora de filmes criada por George Lucas em 1971 que produziu os seis *Star Wars*.

para produções de conteúdos inadequados e não permitia qualquer obtenção de lucro a partir desses materiais. Com a internet, nos anos 1990, a questão ressurgiu e, no ano 2000, a *Lucasfilm* ofereceu aos fãs espaço gratuito na *web* com conteúdos exclusivos para seus sites, com a condição que todo o material ali criado se tornasse propriedade intelectual do estúdio, o que gerou campanha entre os fãs para a não adesão ao portal. Harry Potter também teve seus fãs envolvidos em problemas jurídicos quando a *Warner Bros*, detentora dos direitos da série a partir de 2001, estabeleceu uma política de avaliar domínios que utilizassem termos protegidos por direitos autorais ou marca registrada. Neste caso, o estúdio poderia oferecer ou não a permissão para os *websites* utilizarem seus nomes, podendo fechar as páginas se considerasse seu conteúdo inapropriado. A comunidade reagiu imediatamente contra os processos jurídicos – muitos direcionados a adolescentes e crianças – com a organização de abaixo-assinado que reivindicava para os fãs o direito da liberdade com seus conteúdos, já que foram eles os responsáveis por fazer do livro um fenômeno mundial (JENKINS, 2009).

Para Grossberg (1992), o relacionamento entre público e produto é, em sua maioria, produtivo. O objeto cultural não se dá de forma independente, dentro de si mesmo, ele só ganha sentido quando as pessoas o conectam a sua experiência, necessidade e desejos: “Textos não definem previamente como eles serão usados ou que funções eles podem ter” (GROSSBERG, 1992, p. 53). A tecnologia permitiu aos fãs o domínio de ferramentas de gravação, áudio, vídeo e divulgação, fazendo com que as linhas textuais sejam refeitas e remixadas a partir da sua própria interpretação. O autor ressalta que entre o produto cultural e seu público, não existe poder de domínio que determine, de nenhum dos lados, o relacionamento. O público não está sendo controlado - ele é um elemento ativo, o que também não significa dizer que está no controle. Trata-se de uma relação onde os dois são continuamente refeitos, em sua identidade e efetividade, sempre readequado sua posição conforme os diferentes contextos.

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, de figurinos, de *fanzines*, e hoje, de cinema digital. Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno. Nada disso é novo. O que mudou foi a visibilidade da cultura dos fãs. A *web* proporciona um poderoso canal de distribuição para a produção cultural amadora (JENKINS, 2009, p. 188).

Se na cultura tradicional havia uma divisão entre produtores e consumidores, as transformações midiáticas permitem ao público contribuir ativamente através de sua participação. “Na cultura da convergência, todos são participantes – embora os participantes

possam ter diferentes graus de status e influência” (JENKINS, 2009). A cultura dos fãs foi por muito tempo definida como inferior à cultura da indústria tradicional e suas práticas subjugadas conforme lógicas de um mercado midiático onde a apropriação alternativa não recebia espaço ou apoio para o desenvolvimento de uma criatividade cultural. A internet trouxe esses fãs criadores para o centro do processo e permitiu uma reflexão quanto à circulação, produção de conteúdo colaborativo.

Para Duffett (2013, p. 27), o “estouro da bolha ponto com” representou o início de uma fase em que a internet assumiu seu papel pleno ao lado de outras mídias. A rápida difusão dos serviços de banda larga no início da década de 2000 foi uma das mudanças mais rápidas e significantes na história das tecnologias da comunicação. As transformações causadas levaram a uma espécie de “alinhamento paralelo”, onde outras mídias gradualmente adotaram novas práticas em busca das exigências de uma audiência cada vez mais participativa e experiente (DUFFETT, 2013).

Jenkins (2009) argumenta que o ciberespaço tornou o *fandom* mais visível, mais *mainstream* e mais normal; para Duffett (2013) a internet foi um “ponto de virada no desenvolvimento do *fandom* como uma experiência social compartilhada” (p. 28).

3.2.1 Participação e Conhecimento

Como apontado no tópico anterior, o momento de transição midiática (Jenkins, 2009) representa novas relações entre a audiência e as mídias. Se na cultura tradicional havia uma divisão entre produtores e consumidores, as transformações midiáticas permitiram ao público contribuir ativamente através de sua participação. Os fãs não estão apenas interagindo com as mídias e respondendo aos estímulos da indústria cultural, eles assumiram, com o recente domínio da tecnologia digital, o papel de participantes efetivos da produção. Jenkins (2009) estabelece uma distinção entre interatividade e participação:

“A interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao feedback do consumidor. Pode-se imaginar os diferentes graus de interatividade possibilitados por diferentes tecnologias da comunicação, desde a televisão, que nos permite mudar de canal, até *videogames*, que podem permitir aos usuários interferir na representação de realidade. [...] A participação, por outro lado, é moldada pelos protocolos culturais e sociais. [...] A participação é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores de mídia e mais controlada pelos consumidores de mídia” (p. 190).

Para Amaral e Duarte (2008, p. 270), “a internet permitiu o acesso a milhões de indivíduos e a possibilidade de eles participarem não apenas como meros leitores, mas como

atores da comunicação mediada por computador”. A formação das primeiras redes sociais foi essencial no processo de surgimento as primeiras comunidades de fãs, já que elas permitiram conectar membros de interesse comum em diversos grupos.

A capacidade que as comunidades virtuais tem de reunir a expertise combinada de seus membros é descrita por Pierre Lévy (2011) como “inteligência coletiva”. A organização de coletivos forma “comunidades de conhecimento” que dão poder ao grupo:

O que é a inteligência coletiva? É uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências. [...] A base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas, e não o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas. [...] Ninguém sabe tudo, todos sabem alguma coisa, todo o saber está na humanidade. Não existe nenhum reservatório de conhecimento transcendente, e o saber não é nada além do que o que as pessoas sabem (LÉVY, 2011, p. 28).

Em comunidades não podemos entender o conhecimento como apenas “conhecimento compartilhado”, já que é impossível somente uma pessoa dominar toda informação e habilidades que o agrupamento desenvolve. Ao invés disso temos a inteligência coletiva, que seria, portanto, a soma das informações que cada membro individualmente retém (LÉVY, 2011).

Jenkins (2009) descreve que a nova cultura de conhecimento, apontada por Lévy (2011), é concomitante as transformações das comunidades sociais, que antes fixadas à geografia e localização, rompem este paradigma e surgem agora em novas formas.

“[...] essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais e empreendimentos intelectuais comuns. Os membros podem mudar de um grupo a outro, à medida que mudam seus interesses, e podem pertencer a mais de uma comunidade ao mesmo tempo. As comunidades, entretanto, são mantidas por meio da produção mútua e troca recíproca de conhecimento” (JENKINS, 2009, p. 57).

A participação ativa nestes ambientes leva ao domínio intelectual, através da construção que se faz entre experiências pessoais e relações com a obra escrita (JENKINS, 2009). O autor ainda afirma a importância das práticas de fãs para a valorização do aprendizado, onde jovens desenvolvem novas formas de transmitir conhecimento uns aos outros, e sem qualquer controle ou obrigação. “Crianças estão ensinando crianças o que elas precisam saber para se tornarem participantes plenas da cultura da convergência” (JENKINS, 2009, p. 249).

4 “PRIOR INCANTATO”⁴⁰: APROXIMAÇÕES DO OBJETO EMPÍRICO

O objetivo deste capítulo é apresentar os procedimentos metodológicos adotados nesta monografia: um estudo de caso com aplicação de técnicas de observação e entrevista. Para definição teórica desta prática foram utilizados autores que descrevem a origem e orientam como realizar pesquisa qualitativa, entre eles Goldenberg (2007) e Diniz (1999). Num segundo momento, será apresentado o objeto empírico de estudo e os detalhes da coleta de dados, descrevendo o processo e o uso das técnicas previamente apontadas.

4.1 Procedimentos Metodológicos

Segundo Goldenberg (2007), o estudo de caso é uma abordagem metodológica que busca analisar em profundidade, através da coleta de informações detalhadas por diferentes técnicas de pesquisa, a totalidade de um fenômeno e descrever sua complexidade.

O termo estudo de caso vem de uma tradição de pesquisa médica e psicológica, na qual se refere a uma análise detalhada de um caso individual que explica a dinâmica e a patologia de uma doença dada. Este método supõe que se pode adquirir conhecimento do fenômeno estudado a partir da exploração intensa de um único caso (GOLDENBERG, 2007, p. 33).

As técnicas de investigação aplicadas para estudos de caso tem suas bases também em outros campos teóricos. A observação participante, por exemplo, têm origem na pesquisa antropológica de sociedades primitivas. Nesta prática, a imersão no objeto permite uma “penetração na realidade social” que a análise estatística não consegue atingir (GOLDENBERG, 2007).

Boudon (1988 *apud* DINIZ, 1999) defende que, além de aplicação mais fácil, rápida e econômica, o estudo de caso como procedimento investigativo possibilita maior acuidade na observação dos fatos, através de uma proximidade da realidade que não acontece quando se aplicam somente recursos quantitativos. Por sua vez, Diniz (1999), apesar de aceitar a natureza qualitativa do estudo de caso, enuncia que não há um impedimento para o uso de processos quantitativos. A autora afirma que “o uso de técnicas de medida e de controle na descrição de variáveis pode trazer elementos novos à compreensão e explicação que se faz da realidade social” (p. 47). Considera, portanto, que questionários e entrevista podem ser

⁴⁰ *Prior Incantato* é, no mundo de Harry Potter, um feitiço que quando lançado sobre uma varinha revela o último encanto que ela realizou. Utilizado aqui para se referir à revelação dos procedimentos da pesquisa.

técnicas auxiliares quando combinadas com levantamentos estatísticos, dados numéricos e gráficos – auxiliando o pesquisador a investigar mais detalhadamente a realidade.

Martins (2008) aponta a importância de enunciar o protocolo que orientou o estudo: apresentação da base teórica, proposições que orientam a investigação, planejamento do desenvolvimento do estudo, descrição da coleta de dados e trabalhos de campo e de todo o conjunto de questões que mostram a necessidade da pesquisa. O autor também destaca que um estudo de caso deve oferecer descrições, interpretações e explicações que chamem atenção pelo “ineditismo” (2008, p. 2). Estas características ganham relevância devido ao caráter exploratório deste tipo de pesquisa. Diniz (1999) também aborda este fator, pois, para ela, o estudo de caso deve “promover uma ruptura do senso comum, através de um processo de compreensão dos elementos mais significativos, investigados com profundidade” (p. 46).

O estudo de caso é um método para descrever e explicar a vida social (YOUNG, 1960 *apud* DINIZ, 1999). O uso deste método possibilita investigar tanto uma única pessoa quanto uma “entidade de ação coletiva” e seus aspectos sociais e culturais. Por fim, a escolha do estudo de caso, bem como da plataforma teórica, deve permitir a racionalização e explicação dos fenômenos observados, conduzindo a enunciados universais – o pesquisador aproxima-se da realidade e, recorrendo a quadros teóricos, realiza sua reconstrução (DINIZ, 1999, p. 51).

Boutin, Goyette e Lessard-Hébert (2005) se baseiam nos estudos de De Bruyne (1975) para traçar um paralelo entre as técnicas aplicadas nas ciências humanas. Quando confrontado com estudo multicaso de comparação, experimentação (em terreno ou laboratório) e modelo simulado, o estudo de caso tem seu campo de investigação definido como: “o menos construído, portanto o mais real; o menos delimitado, portanto o mais aberto; o menos manipulável, portanto o menos controlado” (BOUTIN; GOYETTE; LESSARD-HÉBERT; 2005, p. 169). É possível destacar que estas características são, ao mesmo tempo, positivas para o estudo e também agentes dificultantes. Um objeto menos controlado e mais amplo, que não possui seus limites definidos por si só, representa realizar uma abstração “científica construída” em função do fenômeno a ser investigado (GOLDENBERG, 2007). Neste caso, cabe ao pesquisador traçar a delimitação deste objeto para compreendê-lo em sua totalidade e unidade sem ignorar particularidades relevantes. Por sua vez, a característica de investigação “mais real” e “menos manipulável” garante que o estudo de caso seja uma abordagem adequada para formular conceitos que explicitem a realidade através do confronto da base teórica com observação e análise.

A técnica de observação, segundo Oliveira (2007), pode acontecer de forma direta e de forma participante. A primeira, também chamada de “observação estruturada ou sistemática”

pressupõe um planejamento da coleta de dados, ou seja, uma definição prévia de controle ou tabela onde o pesquisador fará os registros das observações relativas aos comportamentos das pessoas. Já a observação participante é realizada “através do contato direto do pesquisador com o fenômeno observado a fim de obter informações sobre a realidade dos atores sociais em seu próprio contexto” (OLIVEIRA, 2007, p. 87). Aqui, o pesquisador interage com o contexto, estabelecendo uma relação direta com o grupo e acompanhando-o em situações informais. A observação participante pode ser ainda natural, quando o observador é parte integrante do grupo, ou artificial, quando o pesquisador se integra no grupo com o objetivo de realizar o estudo (OLIVEIRA, 2007).

A entrevista é instrumento de pesquisa que permite a interação entre pesquisador e entrevistado e a obtenção de descrições detalhadas sobre o que se está pesquisando (OLIVEIRA, 2007, p. 93). Oliveira (2007) recomenda que um roteiro seja elaborado em tópicos semiestruturados para garantir o mesmo padrão de aplicação entre diferentes fontes.

Visando minimizar as possíveis falhas de cada técnica, a combinação de observação e entrevista neste estudo mostra-se relevante não só para complementar informações, mas também, sendo este um estudo sob a visão da cultura da convergência, para estudar e comparar as manifestações *online* e *offline* do *fandom*.

4.2 Objeto de Estudo e Aplicação das Técnicas

Com o intuito de observar a manifestação dos conceitos teóricos e considerações relativas ao *fandom*, o estudo de caso proposto consistia, primeiramente, somente na análise da comunidade Armada Hogwarts. A partir do entendimento dessa comunidade seria então desenvolvida a análise dos diferentes momentos de articulação dos fãs. Entretanto, durante a etapa de coleta de dados, após a diminuição das atividades deste fã-clube, foi apontado que uma parte dos membros se reuniu em uma nova organização, denominada Herdeiros de Sonserina. Visando uma melhor compreensão dos processos das comunidades de fãs de Harry Potter, englobar ambas no estudo de caso se mostrou essencial.

A organização dos membros da Armada Hogwarts se deu, em um primeiro momento, em uma comunidade no site *Orkut*; num segundo através de página própria da Armada; e, por fim, através de perfil nos sites *Twitter* e *Facebook*. A coleta das informações foi realizada nos registros das atividades realizadas pelo grupo entre 2008 e 2012, disponíveis principalmente nas trocas de mensagens na comunidade do site *Orkut* (rede de maior fluxo de conteúdo do fã-clube), e analisados através de observação. A seleção dos tópicos e mensagens que serão em

seguida apresentados se deu pelos seguintes critérios: relevância das temáticas para observação das interações entre os membros e postagens que mais geraram respostas do grupo. Observando as redes sociais em que a Armada Hogwarts e Herdeiros de Sonserina possuem perfil, foram contabilizados dados quanto a número de membros e interações⁴¹:

Tabela 1 – Redes sociais da *Armada Hogwarts*

| ARMADA HOGWARTS | | | |
|------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| REDE SOCIAL | CRIAÇÃO DA PÁG. | PARTICIPANTES | CONTEÚDO |
| <i>Orkut</i> | 09 de fevereiro de 2008 | 4.230 membros | 79 tópicos de discussão |
| <i>Orkut - Perfil</i> | Fevereiro de 2008 | 745 amigos ⁴² | Não disponível. |
| <i>Twitter</i> | 26 de outubro de 2009 | 6.871 seguidores | 2.985 <i>tweets</i> |
| <i>Facebook</i> | 28 de junho de 2011 | 2.958 curtidas | 21 postagens |

Fonte: dados da pesquisa.

Tabela 2 – Redes sociais da *Herdeiros de Sonserina*

| HERDEIROS DE SONSERINA | | | |
|-------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|
| REDE SOCIAL | CRIAÇÃO DA PÁG. | PARTICIPANTES | CONTEÚDO |
| <i>Orkut</i> | 11 de Outubro de 2010 | 102 membros | 8 tópicos de discussão |
| <i>Twitter</i> | 26 de julho de 2010 | 239 seguidores | 595 <i>tweets</i> |
| <i>Facebook - Perfil</i> | 05 de Maio de 2012 | 714 amigos | 351 postagens ⁴³ |

Fonte: dados da pesquisa.

Para a Herdeiros da Sonserina, comunidade ativa e que atualmente centraliza a produção de eventos de Harry Potter no estado, foi aplicada a técnica de entrevista semi-estruturada com duas organizadoras do grupo, que estavam presentes na observação participante realizada e se disponibilizaram a participar da pesquisa. O roteiro teve suas perguntas elaboradas visando a compreensão de detalhes quanto realização dos encontros, as diferenças entre os primeiros eventos e os atuais, a visão da organização quanto a momentos de maior ou menor movimento no fã-club e o levantamento das formas de participação nos

⁴¹ Dados contabilizados até o dia 15 de novembro de 2013.

⁴² Pagina se trata de um perfil de usuário, portanto o número de participantes é o número de amigos adicionados.

⁴³ Total de interações que aparecem na linha do tempo do perfil, contando postagens do próprio perfil, mensagens direcionadas de outros usuários e marcações.

mesmos. A transcrição completa desta entrevista estará apresentada nos apêndices deste trabalho. Foi tentando o contato com dois organizadores da Armada Hogwarts e com os perfis *online* ativos do grupo, porém não houve retorno para realização de entrevista também com esta comunidade. Isso justifica a análise mais aprofundada da Armada Hogwarts através das redes sociais.

As entrevistadas, é válido observar, responderam as questões vestidas com seus *cosplays*. A idade delas é de 21 e 25 anos. Seus relatos entusiasmados pela série transpareceram que além de organizadoras empenhadas dentro de um fã-clube, são, em primeiro lugar, fãs completamente apaixonadas. Uma delas possui o brasão de Hogwarts tatuado nas costas e a palavra “always” no pulso, em referência à fala de seu personagem preferido na série na cena que ela descreve como parte favorita dos livros.

Foi realizada uma observação participante no encontro de fãs realizado no dia 17 de novembro de 2013 na 59ª Feira do Livro de Porto Alegre. Cinco organizadores estavam presentes, se revezando no comando das atividades, além de realizarem uma pequena decoração temática para a sala. O público presente foi variante nas três horas de duração: no começo eram cerca de 15 pessoas na sala, a maioria deles adolescentes ou crianças acompanhadas por seus pais. Das quase 30 que estiveram presentes durante a realização do primeiro quiz, metade delas permaneceu quando a segunda atividade foi iniciada, uma gincana que envolvia escrita de passagens da história e encenação. Os participantes presentes não eram membros do fã-clube, a maioria deles estava tendo o primeiro contato com a Herdeiros. O relato desta observação está nos apêndices desta pesquisa.

5 ‘EXPECTO PATRONUM’⁴⁴: O DESENVOLVIMENTO DAS COMUNIDADES

No capítulo inicial, o *fandom* de Harry Potter foi apresentado enquanto fenômeno cultural. Os dados apresentados são base para a compreensão dos fãs da saga; eles explicitam a abrangência que a série atingiu e como a participação ativa das comunidades foi essencial para isso. Ao longo dos anos, as relações dos fãs se construíram com formas de articulação e engajamento que evoluíram junto com o desenrolar da saga. O estudo de caso, a partir da análise das comunidades de fãs Armada Hogwarts e Herdeiros da Sonserina, permite observar a manifestação destes processos e entender a natureza destas articulações.

Primeiramente, os eventos realizados pelas comunidades serão classificados em quatro grupos (tabelas 3 e 4). Desta forma, é possível uma melhor visualização de dois efeitos: a variação no número de eventos produzidos de acordo com os anos e como cada tipo de evento repercute nessas alterações. Os encontros de fãs referem-se à reuniões próprias do fã-clubes para debate e outras atividades de confraternização. A segunda categoria contabiliza os estandes e salas organizados pelo fã-clubes em eventos multitemáticos⁴⁵, como convenções de fãs de *anime* e exposições literárias. Em eventos esportivos estão numeradas as atividades relativas a prática de “esportes bruxos” adaptados pelos fã-clubes. A última categoria, de eventos especiais, se refere à organização de eventos próprios (de porte maior), envolvendo convenções, bailes e viagens. Em seis anos, a Armada Hogwarts produziu um total de 42 eventos; já a Herdeiros de Sonserina realizou 58 eventos em quatro anos de existência.

Tabela 3 – Resumo dos eventos da *Armada Hogwarts*

| ARMADA HOGWARTS | | | | | | |
|---------------------------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| ANO | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Encontro de fãs | 5 | 3 | 2 | 4 | - | - |
| Sala em eventos temáticos | 5 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| Eventos esportivos | 3 | 2 | 1 | 3 | - | - |
| Eventos especiais | - | 3 | - | 1 | 1 | - |
| TOTAL | 13 | 11 | 5 | 9 | 2 | 2 |

Fonte: dados da pesquisa.

⁴⁴ *Expecto Patronum* é um feitiço que conjura uma proteção formada por energias positivas, materializado na forma de um animal. Utilizado aqui pois este capítulo visa materializar as ideias observadas durante o estudo.

⁴⁵ Os eventos desta categoria, como *AnimeXtreme*, *Anime World*, *ComicCon RS*, são encontros multitemáticos que reúnem atrações voltadas à área do entretenimento jovem, relacionadas a produtos da cultura pop mundial.

Tabela 4 – Resumo dos eventos da *Herdeiros de Sonserina*

| HERDEIROS DE SONSERINA | | | | |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ANO | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Encontro de fãs | 10 | 13 | 8 | 10 |
| Sala em eventos temáticos | 1 | 4 | 6 | 13 |
| Eventos esportivos | - | 1 | - | - |
| Eventos especiais | - | - | 1 | - |
| TOTAL | 11 | 9 | 15 | 23 |

Fonte: dados da pesquisa.

Tomando esta primeira análise como base, a proposta que se faz então é compreender as comunidades estruturalmente, localizando cada etapa de articulação e o período em que ocorreu. Estes diferentes momentos podem ser delimitados através de critérios como número de eventos realizados, estrutura dos mesmos, comparação do total de participantes, e, principalmente, os relatos de membros sobre os encontros e seus sentimentos em relação ao fã-clubes. São considerados pertinentes a esta pesquisa os seguintes períodos: a formação das comunidades de fã; a popularização entre os admiradores; o período de ápice das interações; e, por fim, a renovação das atividades. Estes serão interpretados nas comunidades estudadas, Armada Hogwarts e Herdeiros de Sonserina.

Finalmente, importa considerar que as etapas propostas não tem como propósito encerrar todas as particularidades e complexidades envolvidas nos processos de formação das comunidades; são apenas conjuntos sugeridos para uma visão estrutural geral do seu desenvolvimento. Os momentos apontados são, pela observação realizada, etapas fluidas, com transições sutis que ocorrem como forma de sucessão natural. Em certos períodos, a agitação maior dos fãs é uma tendência para todo o *fandom*; em outros pode ser vista como resposta à organização de atividade por cada grupo. Se para Duffett (2013) o *fandom* é um fenômeno em parte privado e em parte coletivo, as relações das próprias comunidades também repetem este padrão: cada fã-clubes tem sua dinâmica interna de desenvolvimento, enquanto ao mesmo tempo integram um estado geral e externo compartilhado por todos agrupamentos de fãs de um produto específico.

5.1 Formação da Comunidade de Fãs

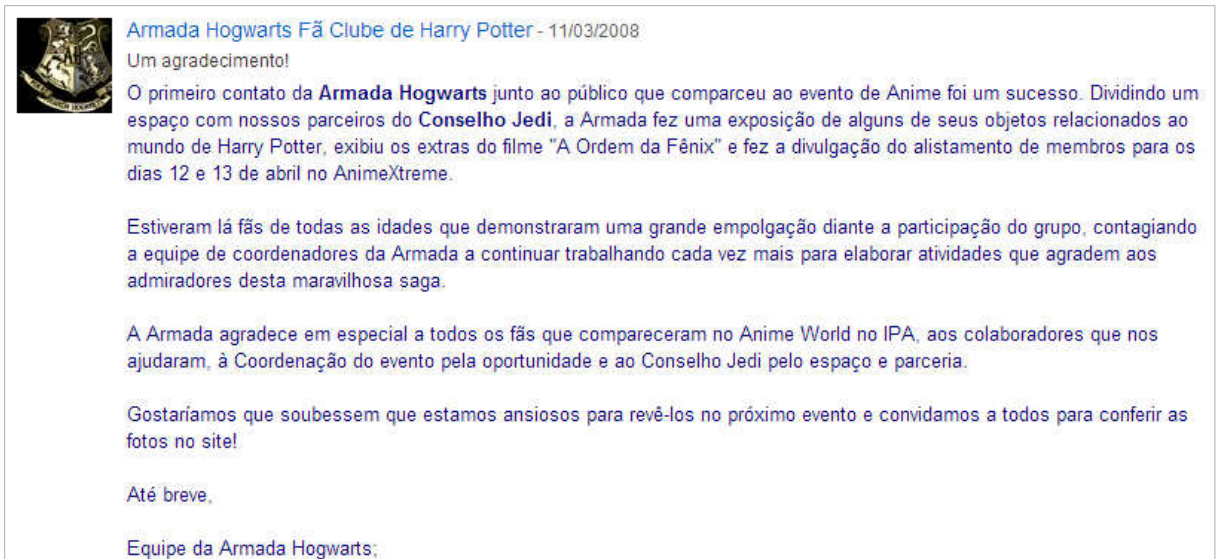
No cenário mundial, o surgimento das primeiras organizações de fãs em Harry Potter foi quase instantâneo ao lançamento dos primeiros livros. Os registros das primeiras comunidades *online* apontam para 1999 e 2000 como período-chave, onde fãs se reuniram em grupos primitivos que deram origem às atividades no *fandom* e depois se tornaram nomes essenciais dentro desta cultura fã.

Das comunidades analisadas, a Armada Hogwarts foi a primeira a surgir: março de 2008. Quando os eventos começarem a ser realizados, o último livro da série havia sido publicado em português há apenas quatro meses. O primeiro encontro foi no *Anime World*, realizado no Centro Universitário IPA, em Porto Alegre, juntamente ao Conselho Jedi RS. A Armada foi fundada por dois membros – um deles já era envolvido em outras atividades fãs.

Querem saber quando eu tive a ideia, quando convenci a Vicky ou quando a gente definiu q seríamos um fã clube de grande abrangência? Bom... em meados de 2007 a Vicky estava morando em Londres. Como ela fez coisas extraordinárias por lá, como conversar com a própria J. K. na festa do filme A Ordem da Fênix, eu comecei a estruturar a ideia de termos um grupo de amigos para dividir nossos gostos e paixões por Harry Potter. Eu já havia criado o Conselho Jedi RS em 1999, então tinha alguma noção de como lidar com fãs. Quando a Vicky voltou para o Brasil, comecei a conversar com ela sobre o assunto. No início ela não curtiu a ideia, afinal ela mesma já tinha se decepcionado com esse lance de fã clube. Dizia que as pessoas não são unidas e só querem aparecer. Mas não me dei por vencido. Comecei a mostrar os lados positivos e o que traria de bom para todos os fãs de Porto Alegre. Em fevereiro a convenci de que poderíamos ter uma sala no evento *Anime World*, que aconteceria nos dias 08 e 09 de março de 2008. Criamos, então, um perfil e comunidade no *Orkut* com o nome Armada Hogwarts (que eu havia escolhido desde 2007). Antes do evento, nós compramos um domínio na internet e a primeira versão do site da Armada foi ao ar no dia 18 de fevereiro de 2008. [...] No *Anime World* nós fizemos um teste pra ver se havia realmente chances de a Armada dar certo. Houve bastante gente que apareceu por lá e demonstrou seu interesse em participar do grupo. Então no *AnimeXtreme* que aconteceu um mês depois, nós iniciamos o cadastramento oficial de fãs (Comentário de Lucas, fundador do fã-clube, na comunidade do *Orkut* da Armada Hogwarts)

O sentimento motivador para os fãs que criam o grupo é o mesmo daqueles que se engajam na participação: de ter um grupo para dividir a paixão por Harry Potter. Esta fascinação compartilhada pelos universos ficcionais inspira novas formas de produção cultural. Para Jenkins (2009) os fãs representam o segmento mais ativo dos públicos, que insiste em se tornar participante pleno. Eles encontram na *web* um poderoso canal de distribuição para a produção cultural amadora, onde podem organizar suas práticas (JENKINS, 2009).

Depois do primeiro evento, a Armada Hogwarts agradeceu os público e destacou a empolgação dos fãs em participarem do novo grupo (Figura 2):



Armada Hogwarts Fã Clube de Harry Potter - 11/03/2008

Um agradecimento!

O primeiro contato da **Armada Hogwarts** junto ao público que compareceu ao evento de Anime foi um sucesso. Dividindo um espaço com nossos parceiros do **Conselho Jedi**, a Armada fez uma exposição de alguns de seus objetos relacionados ao mundo de Harry Potter, exibiu os extras do filme "A Ordem da Fênix" e fez a divulgação do alistamento de membros para os dias 12 e 13 de abril no AnimeXtreme.

Estiveram lá fãs de todas as idades que demonstraram uma grande empolgação diante a participação do grupo, contagiando a equipe de coordenadores da Armada a continuar trabalhando cada vez mais para elaborar atividades que agradem aos admiradores desta maravilhosa saga.

A Armada agradece em especial a todos os fãs que compareceram no Anime World no IPA, aos colaboradores que nos ajudaram, à Coordenação do evento pela oportunidade e ao Conselho Jedi pelo espaço e parceria.

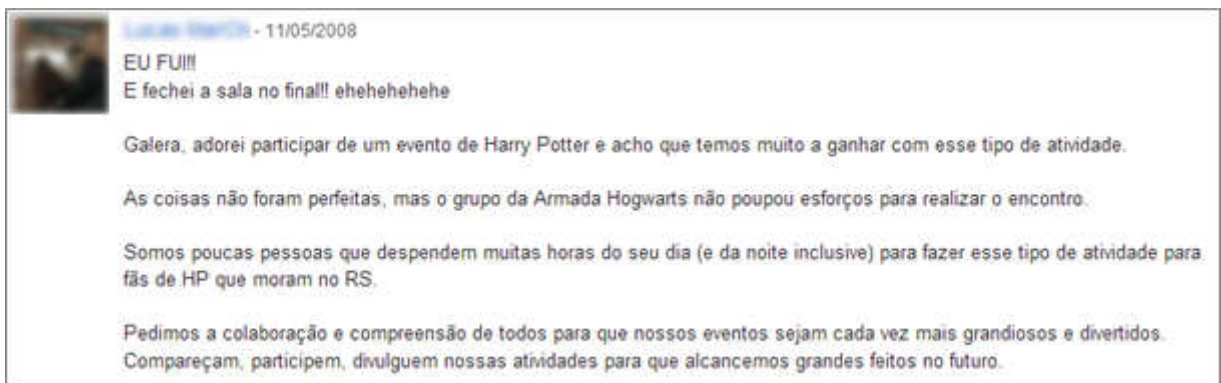
Gostaríamos que soubessem que estamos ansiosos para revê-los no próximo evento e convidamos a todos para conferir as fotos no site!

Até breve,

Equipe da Armada Hogwarts;

Figura 2 - Tópico de agradecimento da Armada Hogwarts no *Orkut*

O tópico teve cinco respostas, onde os membros da comunidade apenas perguntavam sobre fotos do evento e questionavam a data do próximo, demonstrando interesse em participar. As primeiras mensagens que os fãs expressam suas opiniões sobre a comunidade estavam no tópico "EP (10/05/2008) - quem foi?", se referindo ao primeiro encontro oficial, realizado na Livraria Cultura em 10 de maio de 2008, onde o fã-clube Armada Hogwarts foi oficialmente apresentado para o público, com informações para inscrições de membros, realização de jogos com perguntas relacionadas a serie e detalhes sobre os próximos eventos. Foram no total 21 respostas, a maioria delas dizendo "Eu fui" (Figura 3) e comentando acontecimentos engraçados e/ou curiosos. Após relatos, alguns membros responderam também lamentando não estarem presentes e se mobilizando para ir ao próximo encontro.



Lucas Almeida - 11/05/2008

EU FUI!!
E fechei a sala no final!! ehehehehehe

Galera, adorei participar de um evento de Harry Potter e acho que temos muito a ganhar com esse tipo de atividade.

As coisas não foram perfeitas, mas o grupo da Armada Hogwarts não poupou esforços para realizar o encontro.

Somos poucas pessoas que dispõem muitas horas do seu dia (e da noite inclusive) para fazer esse tipo de atividade para fãs de HP que moram no RS.

Pedimos a colaboração e compreensão de todos para que nossos eventos sejam cada vez mais grandiosos e divertidos. Compareçam, participem, divulguem nossas atividades para que alcancemos grandes feitos no futuro.

Figura 3 - Resposta de um dos organizadores da Armada Hogwarts no *Orkut*

No momento inicial de estabelecimento do fã-clube, poucos membros participavam; o que pode ser constatado porque era o mesmo grupo de usuários, entre cinco e dez pessoas, que interagiu regularmente nas discussões *online*. Entre os elogios mais recorrentes, estava o reconhecimento da importância de um fã-clube no estado, revelando então a necessidade dos fãs em estarem engajados em atividades relacionadas a Harry Potter. Para Duffett (2013) o fã encontra sua identificação quando envolvido com os prazeres conectados à cultura popular. A ausência de um grupo estruturado e que centralizasse encontros no Rio Grande do Sul dificultava a expressão das práticas criativas que se desenvolvem junto ao sentimento de admiração e reconhecimento. O surgimento da Armada acolheu a carência de produções locais dos fãs e também de pertencimento a um grupo de pessoas que compartilham um hábito em comum. Na figura 4, um dos novos membros fala sobre a importância de ser recebido pelos integrantes do grupo.

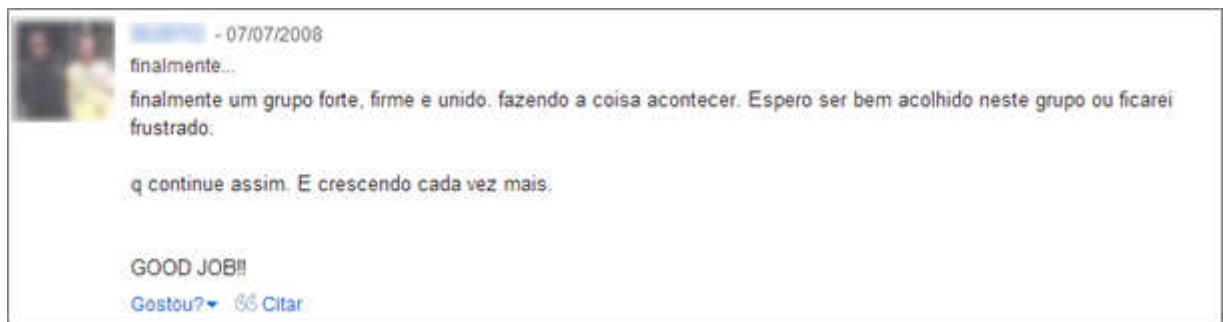


Figura 4 - Resposta de um membro da Armada Hogwarts no *Orkut*

O fã-clube Herdeiros de Sonserina surgiu em 2010, com a mesma motivação: necessidade de ter encontros com outros fãs para compartilhar assuntos relativos a Harry Potter. Em entrevista, as organizadoras contaram que o grupo foi fundado por membros que participavam anteriormente da Armada Hogwarts, mas que sentiam falta de mais atividades.

A Herdeiros surgiu em 2010, em Abril, foi quando a gente fechou a parceria com a Saraiva, eles cederam o espaço gratuito onde a gente faz os encontros até hoje todos os meses. Surgiu quando o outro fã-clube de Harry acabou, então as fundadoras decidiram fazer o fã-clube delas pra suprir a necessidade de não ter encontros pra ir. Eu entrei quatro meses depois que o fã-clube foi fundado (Priscila, Herdeiros de Sonserina).

O primeiro encontro da Herdeiros de Sonserina aconteceu em 17 de Março de 2010, na Livraria Saraiva do Barra Shopping Sul, que disponibiliza até hoje espaço para a realização das atividades, gratuitamente. A parceria com a livraria, que também divulga os encontros nos

seus almanaques mensais – que as organizadoras citaram nas entrevistas como uma das mais importantes ferramentas para agregar novos participantes no início do fã-club e divulgar os seus eventos – ilustra o conceito de Jenkins (2009) de empresas que cooperam com as atividades dos fãs, demonstrando uma maneira simples da indústria cultural incorporar esses grupos no papel de colaboradores. Aconteceram ainda no mesmo ano mais nove encontros; o grupo se encontrava regularmente no último sábado de cada mês, cada um deles com um tema específico da série no qual as atividades eram baseadas, prática que ainda é exercida pelo fã-club nos mesmos moldes. Além destes, foram realizados dois encontros especiais naquele ano: um para o *Halloween*, em 31 de outubro, e outro para a estreia do filme “Harry Potter e as Relíquias da Morte – Parte 1”, no dia 20 de novembro.

A Gladis, que é a fundadora, resolveu criar um fã-club pra juntar os fãs, se divertir mesmo. Os primeiros sete encontros foram cada um com tema de um livro, e a partir disso se criavam atividades, *quiz*, gincana, jogo de mímica, leitura de livros, etc. Era bem legal, o pessoal gostava bastante, e assim foi surgindo. No começo vinha bem pouca gente, iam dez pessoas, às vezes quinze, no máximo (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

Assim como na Armada Hogwarts, o grupo inicial de participantes era reduzido. O contato destes se deu através de relações dentro da rede de pessoas já conhecidas no *fandom*, que divulgavam a Herdeiros de Sonserina convidando amigos para participar:

Meu primeiro contato mesmo foi no outro fã-club que eu entrei, a Armada Hogwarts, que até agora se desfez, e foi onde eu conheci a Priscila. Depois ela que me falou que tinha um outro fã-club e daí eu falei: beleza, vamos! [...] A Armada eu conheci pela internet. Na época tinha um chat de MSN, aqueles grupos de mensagens, então a gente se combinava por ali pra ir nos eventos (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

Entre os relatos observados, é possível verificar que as redes digitais facilitam os contatos entre os fãs para formarem suas comunidades e articularem atividades. Silveira (2010) aponta que com as ferramentas atuais, fãs conseguem encontrar os conteúdos que lhes interessam e que sejam mais próximos da sua realidade. Na *web*, as interações passam a ser menos dependentes de fatores físicos e a troca de informações mais fluida. Anelli (2007) afirma que os agrupamentos *online* em redes sociais formaram, entre os fãs de Harry Potter, uma teia que capturava admiradores e os conectava – o que podemos comprovar observando como relações de amizade estão fortemente presentes no surgimento da Armada Hogwarts e da Herdeiros de Sonserina.

5.2 Popularização da Comunidade de Fãs

Os fã-clubes começaram a ganhar força e visibilidade com seus encontros após realizar atividades em eventos de maior porte, que reuniam fãs de diversos produtos culturais: os eventos multitemáticos. Nestes ambientes as práticas como o *cosplay*, RPG e atividades de produção dos fãs já estavam popularizadas. Na Figura 5, fãs comentam sua experiência ao participar desses eventos. Em suas falas podemos identificar que os fãs circulam pelas diversas bancas que compõe o evento, e com esse comportamento acabam entrando em contato com o fã-clubes e conhecendo melhor suas atividades. O segundo comentário também destaca a sensação de acolhimento e pertencimento de um dos membros, que se declara orgulhoso por fazer parte do fã-clubes.

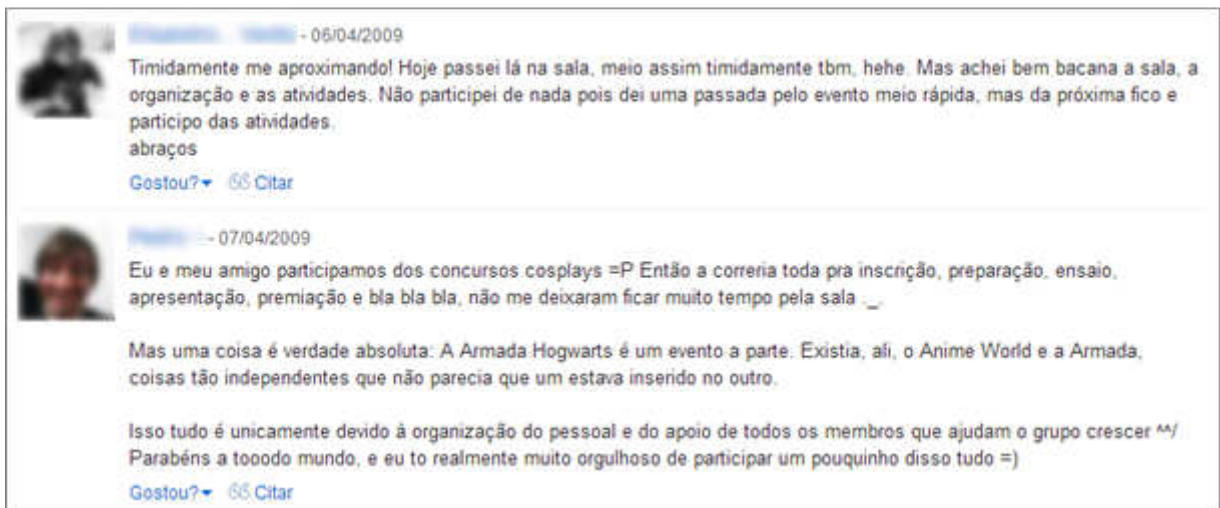


Figura 5 – Comentários de membros no *Orkut* sobre a Armada Hogwarts no evento *AnimeXtreme*

Além dos fãs já frequentadores de eventos multitemáticos, a presença do fã-clubes também introduz seus próprios membros neste ambiente. Ambas as comunidades possuem registros de fãs que declararam comparecer aos locais somente pra visitar a sala dedicada a Harry Potter, como apresentado nas figuras 6 e 7.



Figura 6 – Fã comenta no *Twitter* a ida ao *AnimeXtreme* para acompanhar a Armada Hogwarts



Figura 7 – Fã comenta no *Twitter* a ida ao *AnimeXtreme* para acompanhar a Herdeiros de Sonserina

A primeira participação de sala temática pela Herdeiros foi ainda em 2010, no mês de setembro, quando montaram um estande no *AnimeFan*. O *AnimeXtreme* ocorreu nos dias 14 e 15 de maio de 2011, nesta data o fã-clube montou sala com decoração baseada no tema "Câmara Secreta", realizando atividades para fãs de gincanas e *quiz* com prêmios da série.

Quando a gente participou a primeira vez do *AnimeXtreme*, que é o maior evento multitemático do Rio Grande do Sul, foi o momento que mais sócios apareceram, e consequentemente mais pessoas passaram a ir nos eventos da Saraiva (Priscila, Herdeiros de Sonserina).

Realizar múltiplos eventos, às vezes tendo uma semana de intervalo entre eles, não dividiu o público entre ir aos encontros regulares ou comparecer às salas temáticas, pelo contrário; quanto mais coisas o fã-clube produzia, mais os membros compareciam regularmente. Além disso, como forma de divulgação, estes eventos de maior porte ofereceram visibilidade e circulação de uma grande quantidade de pessoas que não tinham conhecimento do grupo. A adesão de novos membros significou uma ampliação no perfil destes, sobretudo na idade:

Um dia a gente chegou lá [na Saraiva] e faltou cadeira [...] tinha gente em pé, tinha gente pra fora da sala. Foi muito legal quando começaram a chegar as crianças, porque a gente viu a confiança que estavam depositando na gente lá dentro. Os pais deixavam os filhos lá, a gente se responsabiliza, tudo direitinho. A gente teve até que começar a fazer algumas atividades mais infantis porque antes era um público jovem, e foi bem legal quando começou a surgir mais gente. No início até algumas pessoas chegavam perguntando "é a sala da Armada Hogwarts?". Agora o pessoal já sabe que é a Herdeiros, eles vão no site procurar no evento se a Herdeiros vai estar lá, sabem que somos nós. A gente sempre tenta ter ideias diferentes pra colocar nas salas, dentro da temática de Harry Potter (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

Na Armada Hogwarts, o desenvolvimento de encontros criativos ajudou a popularizar o fã-clube, aumentando a movimentação também na comunidade *online*. O tópico do evento "Jogo-treino entre os times inscritos para a 1ª Copa de *Quadribol* Terrestre" teve um total de 104 respostas que comentavam a organização do evento e a diversão dos fãs em participar. O

“*Quadribol* Terrestre” desenvolvido pela Armada Hogwarts era uma adaptação do esporte praticado no universo bruxo por equipes de seis jogadores.

Esta atividade lúdica permite exemplificar os estudos de Corso e Corso (2011) que abordam como o uso da imaginação, enquanto fenômeno particular do indivíduo, possibilita acessar um ambiente coletivo. Aqui, a ficção e o uso da fantasia funcionam como ferramentas de reconhecimento das identidades compartilhadas. Um dos membros declara que o fã-clubes dá a “oportunidade de se sentir mais perto desse universo fantástico” (Figura 8).

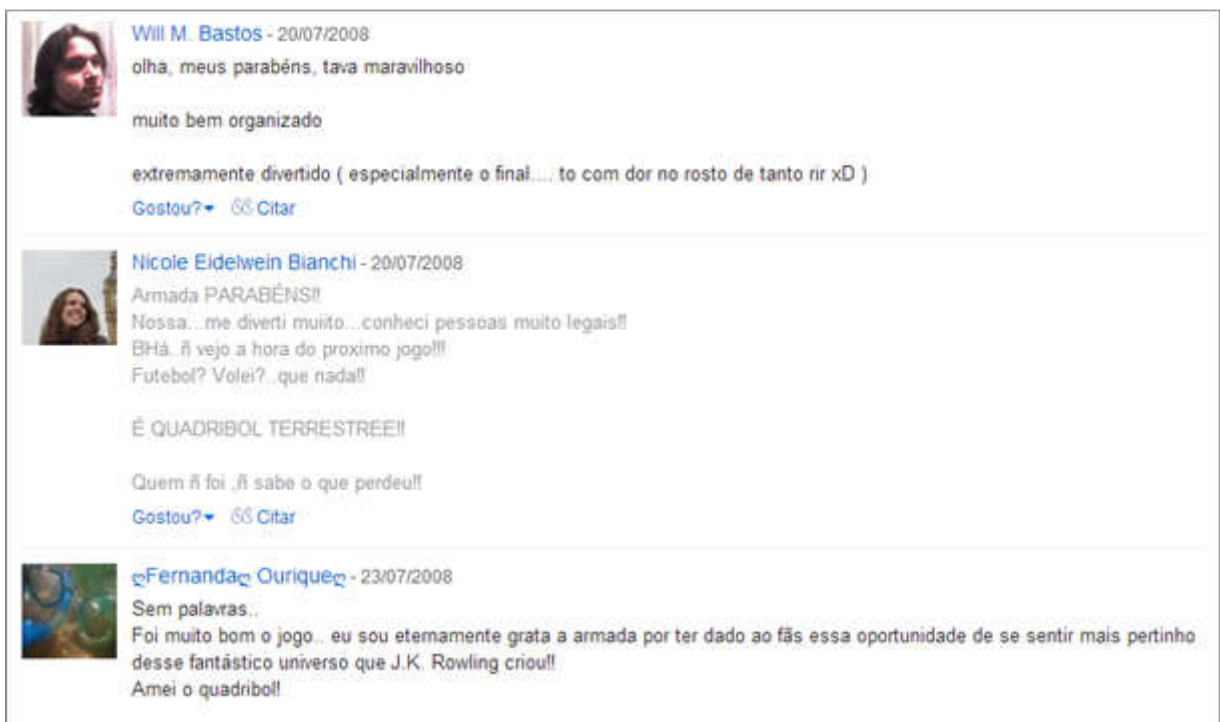


Figura 8 – Comentários de membros sobre evento da Armada Hogwarts no site *Orkut*

Após o jogo-treino, a “1ª Copa de *Quadribol* Terrestre” foi realizada em 14 de dezembro de 2008, em um ginásio esportivo de Porto Alegre, com seis times de 10 jogadores e produção de uniformes exclusivos para cada equipe. O tópico com nome “Campo de Batalha” reunia os comentários dos participantes; teve 114 respostas de brincadeiras, provocações entre os competidores e elogios dos fãs. A Copa foi noticiada pela imprensa, que destacou seu caráter de inovação no Brasil e do crescimento do “esporte” internacionalmente⁴⁶. A partir desse momento, os encontros da Armada conquistavam cada vez mais um público maior, elevando o fã-clubes para os mais importantes e ativos do país na

⁴⁶ Fãs adaptam regras para jogar *Quadribol*, esporte preferido da série Harry Potter. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2011/08/fas-adaptam-regras-para-jogar-quadribol-esporte-preferido-da-serie-harry-potter-3426071.html>>. Acesso em: 18 nov. 2013.

temática Harry Potter. Nas redes sociais, fãs de outros estados questionavam se a Armada faria eventos fora do Rio Grande do Sul ou lamentavam morar em locais afastados.

O depoimento de um participante (Figura 9) destaca como o encontro dos fãs foi válido pelo envolvimento entre as pessoas, valorizando o sentimento de grupo e afirmando que sentia como se eles fossem amigos há anos. Pela observação dos comentários dos membros, se comprova que as afinidades culturais aqui agem como uma atração social imediata.

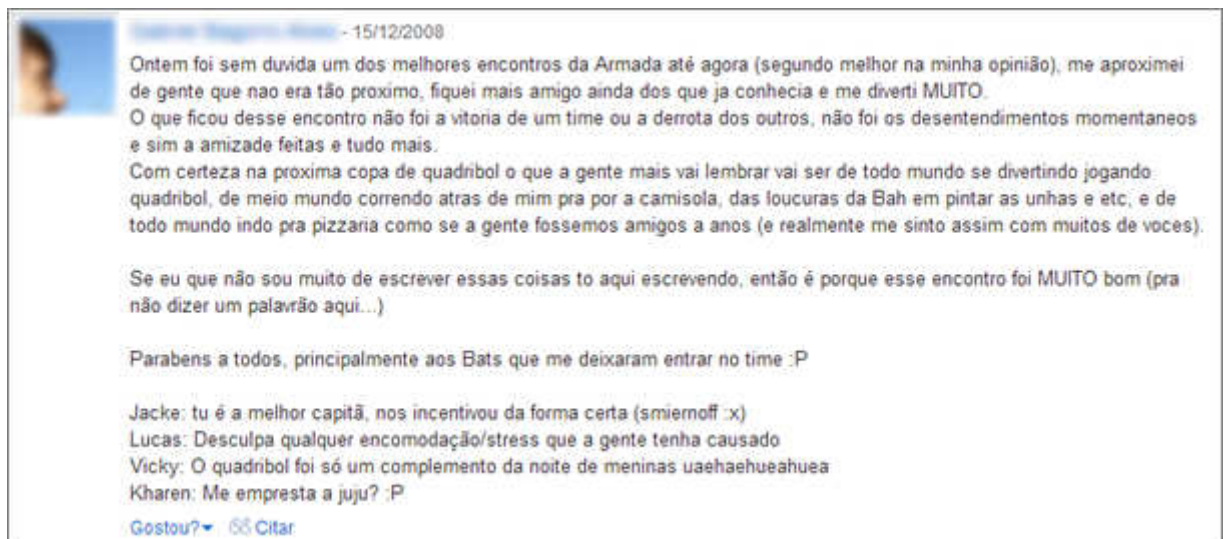


Figura 9 – Membro comenta evento da Armada Hogwarts no *Orkut*

Em entrevista, a organizadora da Herdeiros de Sonserina destaca este mesmo sentimento de amizade que se cria nos grupos, descrevendo o fã-clubes como uma “família”.

A gente cria praticamente uma família. Esse é o diferencial da Herdeiros, todos são tratados muito bem, todos podem dar palpite, a gente usa nos outros encontros... A gente acabou montando não um fã-clubes, mas uma família, que tem em comum o mesmo amor pela saga (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

Observar estas manifestações de relacionamentos a partir das atividades do fã-clubes vai ao encontro do que afirma Silveira (2010) de que os sujeitos formam grupos através de seus interesses em comum, se relacionando em torno do que Maffesoli (2004) chama de totens. No caso destas comunidades, o totem é o universo ficcional de Harry Potter. Como ponto de referência, compartilhar esta cultura resgata para os membros o sentido tribal da sociedade, no qual indivíduos se reúnem por proximidades nas experiências vividas.

5.3 Ápice nas Interações da Comunidade de Fãs

Os lançamentos de livros e filmes se configuraram como os maiores acontecimentos agitadores do *fandom* de Harry Potter. O engajamento dos fãs, portanto, acabou acompanhando a curva dramática da série; ou seja, o ponto ápice das manifestações fãs estava ligado ao clímax da ficção. O ano de 2007 foi de agitação intensa: o lançamento do último livro acompanhado pelo lançamento do quinto filme, que ocorreu no mesmo mês, estimulou a participação de mais pessoas nas práticas fãs mundialmente. Para a Armada Hogwarts e a Herdeiros de Sonserina, o efeito dos lançamentos como ativadores teve seu maior impacto em 2010 e 2011, anos de estreia da parte um e dois do último filme da série.

[...] quando a gente começou a fazer outros eventos e também quando chegou perto da parte um do Relíquias da Morte [o filme], aí começou a bombar. Pessoal queria saber o que podia fazer antes do filme, o que fazer depois do filme, onde a gente pode usar o cosplay, como a gente faz pra comprar coisas [...]. Nessa época que começou a encher mesmo, e aí como o pessoal gostou, eles acabaram ficando. (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

Em 2010 foi o ano em que a Herdeiros de Sonserina mais realizou encontros próprios, sendo treze durante o ano. O efeito durou: os eventos realizados pelo fã-clubes continuaram aumentando, em quantidade total e número de participantes. Em 2012 foram 15 eventos, incluindo a realização de um Baile de Inverno; em 2013 esse número aumentou para 23, com dez encontros mensais e treze participações em eventos externos, entre eles a Feira do Livro de Porto Alegre. Os encontros na Livraria Saraiva, que no início registravam cerca de 10 participantes, agora reúnem entre 25 e 30 pessoas, em média. As organizadoras destacam que os membros são frequentadores regulares e que trazem novos participantes para o grupo.

Agora a gente diz que a gente tem um público fiel, porque são sempre as mesmas carinhas que aparecem, só vão aparecendo novas. Sempre vai aumentando porque um às vezes leva um amigo que gosta, que leva depois um amigo de um amigo, que traz outras pessoas, e assim vai trazendo mais gente (Caroline, Herdeiros de Sonserina)

Quando questionado em qual momento dos apresentados nessa pesquisa a Herdeiros poderia se encaixar, uma das entrevistadas afirma que, pela movimentação atual, o fã-clubes está num momento ápice de suas atividades – mesmo sem nenhum “ativador” como novo filme ou livro:

No momento, faz um bom tempo que estamos nesse período de ápice. A gente não para, a gente tá em vários eventos, a gente é convidado pra diversas coisas. Já fizemos eventos em todo o interior do estado, só não fomos ainda pra fora do Rio do Grande do Sul porque não era viável levar tanta gente, porque a gente vai todo mundo junto! Ou leva todos ou não leva ninguém. Então a gente tá no ápice, a gente acabou de sair de um evento e daqui a duas semanas já temos outros. Já tem planejamento de evento pra abril [de 2014] que a gente tá dentro também... (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

Alguns dos eventos produzidos pelo fã-clubes foram vinculados a *Warner Bros*, como o lançamento de “Harry Potter e as Relíquias da Morte – Parte 2” em DVD. Nesta parceria, a empresa ofereceu os materiais de divulgação, como banners e cartazes, que os fãs utilizaram para decoração dos espaços, e estrutura de equipamento, como tela de projeção. O contato foi realizado pela *Warner*, que procurou a organização da Herdeiros de Sonserina, em um processo no qual a indústria cultural passa a incluir o fã e aclamar suas atividades (GRAY; HARRINGTON; SANDVOSS, 2007). O reposicionamento da postura da *Warner Bros* já havia sido destacado nos estudos de Jenkins (2009), após os casos de processos jurídicos para domínios registrados – fato que na época abalou o relacionamento dos fãs com os estúdios. O apoio atual da empresa representa, para o fã-clubes, o reconhecimento do grupo enquanto equipe organizada que proporciona experiências aos fãs. Este só pode ser atingido pela responsabilidade e dedicação, sendo resultado da credibilidade alcançada com os eventos realizados pela comunidade fã.

Na Armada Hogwarts o êxito aconteceu um ano antes, em 2009. Neste período foram produzidos no total de onze eventos, entre eles: duas Copas de *Quadribol* Terrestre, em novembro e dezembro; o Baile de Inverno, em agosto; a Semana *Potteriana*, em novembro; e a Pottercon, realizada em julho.

A *PotterCon*⁴⁷ foi o maior evento próprio de fãs de Harry Potter realizado no estado. Reuniu mais de cinco mil visitantes no dia 19 de julho de 2009⁴⁸. As atividades iniciaram às 10h e se estenderam até as 19h. Foram realizados concursos de *cosplay* em categoria infantil e adulta, concurso de *fanart*, *fanfiction*, campeonato de *Quadribol* virtual, sorteio de brindes e uma gincana com cinco provas que aconteceu durante todo o evento, na qual 100 participantes precisavam desvendar desafios. O engajamento do público nas ações foi destacado por um dos membros do fã-clubes como ponto importante para o sucesso do evento (Figura 10).

⁴⁷ Termo que significa “Convenção Potteriana”, evento realizado por fãs em vários países do mundo

⁴⁸ Fãs de Harry Potter participam de encontro temático na Capital. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/noticia/2009/07/fas-de-harry-potter-participam-de-encontro-tematico-na-capital-2585536.html>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

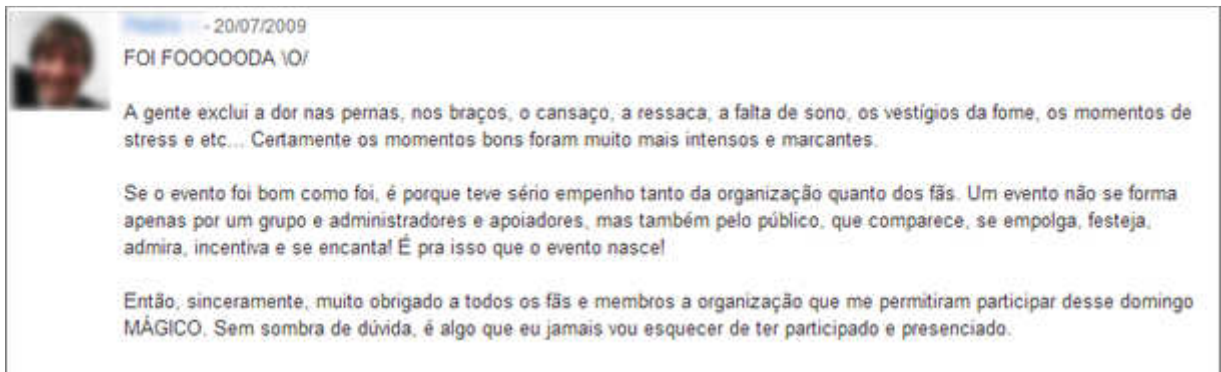


Figura 10 – Membro comenta a *PotterCon* no *Orkut*

O fã-clube Armada Hogwarts havia produzido ainda, no final de 2008, um *fan filme* intitulado “The Tale Of The Three Brothers”⁴⁹, inspirado em um dos contos da série. Dirigido pelos dois fundadores, a produção teve auxílio dos membros do fã-clube, que formavam o elenco e equipe de edição, filmagem e sonorização. Ao todo foram cerca de 10 fãs envolvidos na criação do filme. Os vídeos foram divulgados em diversos portais sobre a série, nacionais e internacionais, e contabilizam oito mil visualizações no *YouTube*. Conforme Grossberg (1992) os objetos culturais ganham sentido quando os fãs conectam suas experiências e desejos na produção. A Armada Hogwarts agregou ao *fandom* de Harry Potter novos significados através da realização de eventos e “remixagens” a partir do texto da série, como o “Quadribol Terrestre” ou os filmes amadores. As interpretações foram acolhidas com entusiasmo pela comunidade e exaltadas como grandes celebrações à obra.

5.4 Redução das Atividades Comunidade de Fãs

Sem os lançamentos ativadores, a comunidade de Harry Potter poderia deixar de ter seus grandes momentos de reunião e manifestação dos fãs, assim diminuindo sua atividade. Entretanto, os fã-clubes observados revelaram que as comunidades podem continuar plenamente ativas ou ainda até mais produtivas que no período anterior. O final da saga provocou, na verdade, um aumento de interesse pelo tema: com o *buzz* gerado, novos leitores passaram a ler a série, e procuraram os fã-clubes para suprir a falta de novidades no *cânon*.

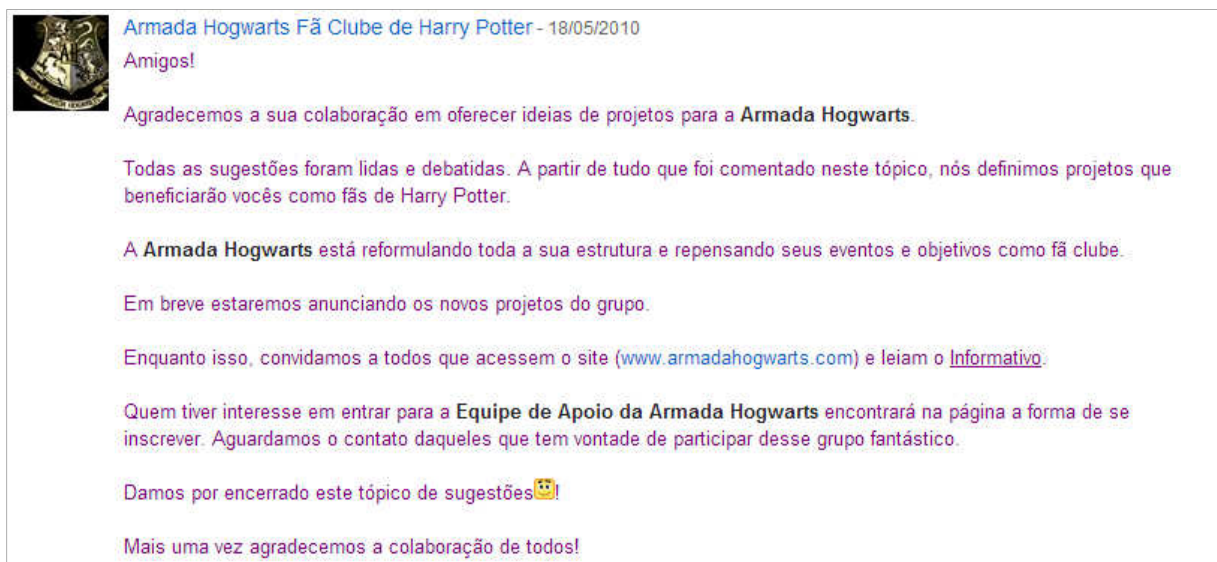
Tinha muita coisa pra fazer, muitas pessoas procurando as atividades. E também depois do último filme, pela falta de ter uma nova coisa pra esperar da série, alguns fãs ficaram meio desesperados... [...] Acho que por ter acabado a série a gente teve

⁴⁹ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=CH9s5nYsRxA>> e <<http://www.youtube.com/watch?v=bQQJTjCb-Yg>>. Acesso em: 16 nov. 2013.

mais movimento. Depois do último filme o pessoal ficou mais carente de Harry, queriam falar mais do assunto, participar mais... (Priscila, Herdeiros de Sonserina).

A intensa organização de eventos em 2013 pela Herdeiros de Sonserina, ano que o número de eventos foi maior do que em todos os outros, comprovam que o fim da série não significa a desarticulação do *fandom*. A Armada Hogwarts teve uma queda brusca em suas atividades após 2010; a princípio, o fator pressuposto seria a falta de novidades como ativador para estimular os fãs. Porém, uma aproximação do objeto permitiu ver que a Armada tivesse seu declínio após a ida dos seus dois fundadores para o exterior. Morando longe, estes não estavam mais à frente da organização de encontros, que ficaram sob responsabilidade de outros membros do fã-clube.

No ano seguinte, em 2011, com Harry Potter em extrema evidência na mídia devido a exibição do último filme, o fã-clube teve uma retomada nas suas atividades, realizando nove encontros. Contudo, o fôlego não foi suficiente; logo após, a Armada voltou a reduzir sua organização de eventos. Na Figura 11, o tópico “Armada Revolutions” em que a organização pedia aos fãs para oferecerem ideias de novos projetos e convidava novos integrantes para a equipe de apoio.



Armada Hogwarts Fã Clube de Harry Potter - 18/05/2010
Amigos!

Agradecemos a sua colaboração em oferecer ideias de projetos para a **Armada Hogwarts**.

Todas as sugestões foram lidas e debatidas. A partir de tudo que foi comentado neste tópico, nós definimos projetos que beneficiarão vocês como fãs de Harry Potter.

A **Armada Hogwarts** está reformulando toda a sua estrutura e repensando seus eventos e objetivos como fã clube.

Em breve estaremos anunciando os novos projetos do grupo.

Enquanto isso, convidamos a todos que acessem o site (www.armadahogwarts.com) e leiam o [Informativo](#).

Quem tiver interesse em entrar para a **Equipe de Apoio da Armada Hogwarts** encontrará na página a forma de se inscrever. Aguardamos o contato daqueles que tem vontade de participar desse grupo fantástico.

Damos por encerrado este tópico de sugestões 😊!

Mais uma vez agradecemos a colaboração de todos!

Figura 11 – Armada Hogwarts solicita no *Orkut* a colaboração dos membros para novos projetos

Nas entrevistas com as organizadoras da Herdeiros de Sonserina, que também já participaram da Armada Hogwarts, elas comentam que tiveram motivações pessoais para deixarem de ir aos encontros deste grupo:

Os encontros da Armada, pra mim, eram assim: eles montavam um ótimo cenário, vários itens de colecionador, os melhores cosplays, mas não tinha quase interação com o grupo. Tinha uma panelinha, tanto que eu saí do fã-clube por causa disso... [...] Eu não passei nem um ano na Armada e acabei saindo, deu bastante bate-boca, eu falei tudo que pensava e que não aguentava mais. Muita gente saiu por causa disso. [...] Os fundadores se mudaram pra fora e o pessoal que ficou aqui não conseguiu segurar os fãs. Boa parte das pessoas que participaram primeiramente da Herdeiros eram da Armada. Então as pessoas comentam que a gente é totalmente diferente, eu me sinto bem melhor aqui do que lá (Caroline, Herdeiros de Sonserina)

Na observação participante feita durante o evento da Herdeiros na Feira do Livro, foi possível comprovar que em todas as atividades os fãs eram convidados a participar, ir para o palco, se envolver com mundo de Harry Potter. No final do encontro quando o grupo era mais reduzido, a coordenadora das atividades ainda questionava os presentes que tipo de atividade, dentre os materiais previamente preparados, eles preferiam executar naquele momento.

Eu fui em vários eventos da Armada, eu até conheci a Herdeiros por uma amiga de lá. A principal diferença que eu vejo é que a gente foca muito em todas as pessoas participarem, e os eventos da Armada não eram tão dinâmicos assim, os encontros. Era um grupo que participava e os outros ficavam só assistindo, e na Herdeiros todo mundo participa. A principal diferença é essa (Priscila, Herdeiros de Sonserina).

O fã de Harry Potter, como destacado em diversos pontos deste estudo, é altamente engajado: participação é um direito que eles reivindicam exercer sempre que podem. Jenkins (2009) enunciou que na cultura da convergência todos os membros são participantes, embora eles possam ter graus diferentes de status e influência. Para os membros que se afastaram da Armada Hogwarts e formaram a Herdeiros de Sonserina, ter pouca influência nas atividades ou apenas assistir se configurava como experiência negativa para o fã.

A Armada Hogwarts entrou em diminuição de atividades não pela falta de interesse do público de se engajar nos eventos – já que essa é característica latente dos *potterheads* – mas pela ausência de participação dos próprios organizadores como grupo presente. O fã-clube entrou em hiato da realização de encontros, embora as páginas continuassem ativas, onde os fãs esporadicamente enviam mensagens questionando sobre a agenda atual. Alguns recebem retornos evasivos e pouco conclusivos quanto a organização do fã-clube, apenas indicando que novos anúncios seriam feitos “em breve”, porém sem tempo determinado nestes comentários (figura 12). Outras perguntas permaneceram no mural, mas sem obter respostas.



Figura 12 – Fãs questionam à organização da Armada Hogwarts no *Facebook*

A Armada ainda operou durante um tempo como loja *online*, vendendo produtos oficiais da série importados para o Brasil por encomenda, porém este serviço foi agora interrompido. Em 2013, ano de menor articulação do fã-clubes, foram realizadas apenas dois encontros pelo grupo, que foram participações em eventos de terceiros.

5.4.1 Rivalidades entre Fã-clubes

A saída de um grupo de integrantes a Armada Hogwarts para formar a Herdeiros de Sonserina, seja pela redução das atividades do primeiro ou por discordâncias da forma de atuação, significa, de certa forma, uma divisão do grupo fã local. Como integrantes que assumem a identidade de pertencimento a um dos grupos, os membros podem incentivar a competição entre as comunidades. Quando questionada sobre a existência do sentimento de rivalidade em relação a Armada Hogwarts, a organizadora da Herdeiros confirma:

Tem, por parte de algumas pessoas sim... Quando o fã-clubes surgiu a gente ouviu muita coisa, gente dizendo que o pessoal falava mal do outro fã-clubes nos encontros... Mas a rivalidade é mais por parte dos outros fãs, a gente da organização não se preocupa tanto. Os organizadores da Armada já foram em eventos nossos... (Priscila, Herdeiros de Sonserina).

A organizadora ainda citou na entrevista que nas vezes que os dois fã-clubes estiveram presentes em um mesmo evento multitemático, ela visitou a sala da Armada Hogwarts. A observação *online* não revelou uma competitividade ou disputa direta entre os grupos, entretanto é possível ressaltar que a definição da própria comunidade incorpora aspectos de rejeição das práticas do outro, como fator definitivo de diferenciação:

O Herdeiros de Sonserina é totalmente diferente da Armada Hogwarts. Não to dizendo que é melhor ou que é pior, eu sinto que é totalmente diferente e eu me sinto bem aqui, como eu não me sentia nos eventos da Armada. E muita gente que participava vai te confirmar isso, tanto que agora o fã-clube tá se desfazendo, não tem quase ninguém (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

A única postagem em redes sociais das comunidades estudadas em que uma faz citação à outra foi em outubro de 2012, quando a Armada Hogwarts e a Herdeiros de Sonserina apoiaram o Projeto Potter em Orfanatos RS (Figura 13). Apesar da iniciativa, em nenhum momento é descrito que ambas atuaram juntas; apenas coletaram doações separadamente em seus próprios encontros e direcionam ao projeto.



Figura 13 – Armada Hogwarts divulga no *Facebook* projeto realizado com a Herdeiros de Sonserina

Comunidades fãs locais podem conviver cada uma com sua base de membros sem se sobreporem, porém no estudo de caso realizado, o grupo Herdeiros de Sonserina parece surgir como continuidade das práticas da Armada Hogwarts – por isso mesmo seus membros tendem a reforçar a diferenciação como forma de se distanciar do outro grupo e incorporar uma identidade própria, descolada de qualquer imagem de “substituta”.

5.5 Renovação do *Fandom* e Manutenção dos Fã-clubes

O *fandom* se caracteriza como fenômeno a partir do engajamento e produção ativa dos fãs. Quando essas características não se fazem presentes, não há comunidade de fãs. Como sucessão lógica da diminuição dos eventos, um período de desarticulação poderia resultar então na inatividade dos grupos. Entretanto, para as fãs e organizadoras da Herdeiros de Sonserina, ainda que um fã-clubes acabe, haverá outro grupo ativo para agregar as práticas fãs, a exemplo de outras sagas de sucesso mundial:

Mesmo que a gente fique velho, sempre vai ter alguém pra continuar. Pode não ser no nosso fã-clubes, pode ser outro, alguém pode sair daqui e criar outro. Nunca vai acabar... Até hoje não tem fã-clubes de Star Wars? De Senhor dos Anéis, depois de todos esses anos? Harry Potter é assim também. Vai ser mais uma dessas sagas que vai durar pra sempre. Sempre vai ter um fã de Harry Potter. "Always!" (Caroline, Herdeiros de Sonserina)

Assim como alguns participantes migraram da Armada Hogwarts para a Herdeiros de Sonserina, os fãs podem deixar de se reunir em um grupo específico, mas encontrar em outro uma continuidade para abrigar suas práticas. Ainda que a base de fãs atual eventualmente se disperse, novos participantes são constantemente atraídos a ingressar na comunidade. A entrada destes novos leitores na base de fãs é apontada pela entrevistada como o caminho para a renovação constante dos fã-clubes. Assim como os primeiros leitores de Harry Potter se reconheceram na série ao compartilhar pontos de identificação a história, uma próxima geração de leitores representa espaço potencial para o prolongamento do fenômeno.

Eu fui fã desde os onze anos. Eu era uma criança quando o fenômeno surgiu, aí todos esses anos depois eu tive uma filha, e agora eu passo pra ela. Tem irmãos que passam pro irmãozinho mais novo pra ele começar a ler, às vezes a criança pega gosto. Muita gente mais velha passa pros mais novos. Sempre vai ter um fã, independente da idade, ou se pegou desde o começo ou não. Como a própria J.K. disse: não precisa ser desde o começo pra ser amor. Muita gente pegou pela metade... Tem gente que conheceu pela biblioteca do colégio, pega na escola o expresso de Hogwarts e vai parar lá. E nunca mais deixa. Então sempre vai ter um fã de Harry Potter, independente da idade. E no fã-clubes tudo depende de organização. Se a gente não tiver nada planejado, a gente perde credibilidade, deixa de ser chamado, deixa de ter tanto reconhecimento e status nos eventos. Aí as pessoas começam a cansar de ir, por não ter organização, divulgação... Como a gente se organiza muito bem e faz tudo que é possível, as pessoas gostam. A gente pretende continuar, pra onde for! Enquanto tiver um fã de Harry Potter a gente vai estar aqui. (Caroline, Herdeiros de Sonserina)

A fala de Caroline, em diversos pontos, faz referência à importância das crianças e jovens neste processo de manutenção dos fãs-clubes. Os relatos pessoais dos participantes e também a observação participante permitiram verificar que as faixas etárias mais novas são muito mais suscetíveis a ingressar nas comunidades de fãs de Harry Potter. Em outro ponto da entrevista, a organizadora destaca como o aumento da participação de crianças levou a Herdeiros de Sonserina a criar atividades mais infantis para contemplar também este público. Ao realizar leituras coletivas, gincanas de escrita de cenas ou interpretação de passagens do livro, o grupo atua no âmbito da aprendizagem que Jenkins (2009) apresenta como novas formas de educação que os *fandoms* exploram. Os jovens, tanto da Armada quanto da Herdeiros, desenvolveram através da série formas de transmitir conhecimento aos outros fãs, assumindo posição de participantes plenos da cultura da convergência (JENKINS, 2009).

5.5.1 Divulgação de fã para fã

As entrevistas e a observação *online* permitiram verificar que os participantes das comunidades de fãs frequentemente chegam aos fãs-clubes através de amigos. Membros tem o costume de levar pessoas próximas para participar de novos eventos, ou de avisar a conhecidos que admiram o produto cultural em questão. As organizadoras são conscientes do poder de disseminação que os próprios membros possuem para ampliar os participantes nos eventos através de suas redes de contatos:

A gente faz muita coisa no boca a boca, porque cada um falava pros seus amigos que ia ter encontro, que já contavam pra outros amigos, e assim vai indo. A gente fala nos eventos sobre as próximas coisas que vamos fazer, e as pessoas já querem participar, mesmo que não esteja divulgado na internet. Às vezes, alguém fala que tem um amigo que não é tão fã que vai participar, e aí esse não tão fã de repente já tá dentro de outros eventos da Herdeiros... (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

Priscila, organizadora da Herdeiros, declara que “tem muita gente que só viu os filmes e agora começou a ler, gente que apresenta pros amigos que ainda não leram”. O fãs-clubes se mostra totalmente aberto a receber pessoas que nunca leram os livros e começam a explorar o universo agora. Durante o evento onde foi feita a observação participante, nenhum dos integrantes das atividades era membro do fãs-clubes, estavam tendo seu primeiro contato naquele dia. As dinâmicas preparadas eram específicas também para o público presente: o primeiro quiz era referente ao primeiro livro da série e de caráter introdutório, incluindo então os que começaram a leitura há pouco tempo.

Às vezes em um evento tem gente que sabe nada, não conhece direito a série, e aí aparece no outro evento falando que leu o primeiro livro. Hoje por exemplo, esses que participaram da gincana, a gente não conhece ninguém! Veio gente que participa sempre pra dar uma olhada, mas posso te dizer que esse grupo de pessoas que ficou até o fim, no próximo encontro vai estar lá. Então a gente consegue, além de chamar pessoas pro fã-clubes, chamar pessoas pro lado Harry Potter da força.... (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

Os fã-clubes funcionam, portanto, como pontos de acesso à franquia, sendo os fãs os grandes divulgadores dela. Os fãs ficam satisfeitos em trazer novos leitores para a saga e enxergam a expansão do *fandom* de maneira extremamente positiva. Admiradores de Harry Potter são, como Duffett (2013) ressalta, pessoas de conexão emocional positiva e profunda com a cultura que se engajam. Este envolvimento assume diversas formas: desde o membro que comenta os eventos nas redes sociais ao organizador que assume o papel de propagador, buscando contagiar pessoas e angariar mais participantes.

5.5.2 Fãs engajados em outros *fandoms*

Fãs envolvidos em fã-clubes, sobretudo sua na organização destes, tem potencial para se engajarem também em comunidades de outros produtos culturais. Os fundadores da Armada Hogwarts, por exemplo, estiveram envolvidos na criação do Conselho Jedi RS, de Star Wars. Priscila, da Herdeiros de Sonserina, acredita que muitos fãs de Harry Potter, após o final da série, continuam envolvidos mas buscam também literatura nova. Existe uma movimentação dos membros de um grupo a outro, conforme os interesses se alteram, e estes podem ainda permanecer a mais de uma comunidade ao mesmo tempo (JENKINS, 2009).

Supernatural que eu gosto bastante, mas eu não sou da coordenação, sou só membro. Vou nos eventos as vezes, já fiz cosplay, participai da sala deles no último *AnimeXtreme*... .. Mas antes ajudei a montar toda sala de Harry Potter (Caroline, Herdeiros de Sonserina).

A participação em eventos multitemáticos, frequentado por milhares de fãs de cultura popular em geral, levam aos participantes de um fã-clubes a circular por outros semelhantes. Estas observações vão em direção da definição de Duffett (2013) do fã na era da convergência como aquele que se envolve positivamente e de diversas maneiras com a cultura popular, orientado à exploração e a participação em práticas de fãs. O engajamento pode também estar associado a não só a um produto específico, mas a um gênero (DUFFETT, 2013). A partir das

entrevistas é possível identificar que outras ficções fantásticas atraem integrantes do *fandom* de Harry Potter:

A gente tem um fã-clube de Jogos Vorazes, que é uma coisa nova, e como a gente participa de outros eventos de *anime* que tem fãs de *Doctor Who*, *Supernatural*... eu acabo participando das séries que eu gosto (Priscila, Herdeiros de Sonserina).

A influência da participação e circulação nos ambientes de fãs também se reflete nas referências de comparação utilizadas pelas entrevistadas quando falavam do fenômeno de Harry Potter. Ao citar eventos de lançamento ou a possibilidade do fim do *fandom*, as duas organizadoras buscaram exemplos em outras sagas de sucesso e repercussão reconhecida como símbolos da cultura fã, entre eles *Star Wars* e *Senhor dos Anéis*. Quando questionadas sobre a quais dos novos produtos culturais Harry Potter é comparado, surgem mais obras de literatura fantástica infanto-juvenil: *Crepúsculo*, *Percy Jackson* e *Jogos Vozares*.

5.5.3 As comunidades fã como representante dos produtores

Participantes das atividades da Herdeiros de Sonserina e Armada Hogwarts frequentemente recorrem aos fã-clubes para esclarecimentos sobre conteúdos oficiais, enxergando a comunidade num status de “representante do produtores”. O *fandom* assume a responsabilidade de continuar executando os encontros, pois os membros cobram a organização de eventos e querem estar ativamente envolvidos nas práticas e em contato com a equipe coordenadora:

Eles cobram da gente datas de evento, quando vai acontecer o próximo Baile de Inverno, se a gente vai ter sala em tal lugar, qual vai ser a tema... Se a colocar a agenda inteira do ano eles agradecem pra poder participar de todos! Eles tão ficando cada vez mais ativos, ainda mais agora com o *Facebook* que eles tem nosso contato não só na *fan page*, então eles cobram mais (Priscila, Herdeiros de Sonserina).

A exemplo disso, a figura 14 retrata a interação entre fã e a equipe organizadora.



Figura 14 – Mensagem publicada por fã na página da Armada Hogwarts no *Facebook*

Da mesma forma que os fãs se caracterizam como público ativo nos eventos que os fãs-clubes realizam, eles se tornam um público mais exigente que deseja estar sempre incluído e informado. Este comportamento é reflexo de um *fandom* que por anos conviveu em clima especulativo, ansioso por estreias e tentando descobrir detalhes sobre os futuros livros. Os fãs de Harry Potter constituíram uma comunidade *online* que não somente queria, mas exigia participar; esta atitude demonstra que as transformações culturais advindas das novas mídias formam uma audiência cada vez mais participativa e experiente (DUFFETT, 2013).

Para Caroline, o fãs-clubes representa ainda compensar o espaço de relacionamento entre o fã e a série, assim suprimindo o saudosimso dos fãs em participar de grandes lançamentos ou vestirem seus *cosplays* de bruxo.

O pessoal fala bastante que tem saudade de ir pra fila do cinema, que podiam ser relançados os filmes, que ela podia escrever outro livro... Como acabou, o fãs-clubes é a única maneira que a gente tem de se encontrar com fãs, de usar o *cosplay*, de sair de varinha na mão na rua... As pessoas vão pra lá pra ficar dentro do universo de Harry Potter que eles não tem mais fora. Tem gente que fala que adora os encontros que é como se tivesse um Harry Potter novo, sendo fã é ótimo ouvir isso de um outro fã. (Caroline, Herdeiros de Sonserina)

Estas manifestações nostálgicas demonstram o quanto a experiência de participar dos universos ficcionais é uma das referências de pertencimento a uma geração, como destacam os estudos de Corso e Corso (2011) sobre o uso da imaginação para se inserir em realidades coletivas. Sob o aspecto dos estudos de Silveira (2010) e Maffesoli (2004), fica claro que não somente a série Harry Potter como um todo pode ser entendida como totem de uma geração, mas como a atuação em práticas de fãs em geral é, para estes participantes dos fãs-clubes, o reconhecimento de suas identidades.

6 “NOX”⁵⁰: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo monográfico surgiu com a motivação de compreender os fãs na era da convergência. **Pessoalmente**, a experiência de estudar manifestações de pessoas que compartilham a admiração por uma saga literária e se dedicam a este universo de maneira apaixonada foi sempre fator motivador. Durante as observações, a alegria e satisfação, tanto dos organizadores quanto dos participantes de fã-clubes, permitiu entender que estudar os fãs é, sobretudo, estudar paixões pessoais dos indivíduos – que quando se tornam coletivas ganham força e florescem nas mais diversas práticas. Observar empiricamente as teorias estudadas ainda se mostra como experiência essencial para a construção do conhecimento acadêmico na área de comunicação, lidando com fenômenos sociais complexos que permitem diversas reflexões quanto ao papel do comunicólogo frente às transformações midiáticas.

O objetivo proposto para a pesquisa foi de entender como se dá o engajamento das comunidades de fãs de Harry Potter em cada uma das etapas do *fandom*. Como objetivos específicos, esta análise procurava identificar a evolução da participação dos fãs da saga nas comunidades gaúchas Armada Hogwarts e Herdeiros de Sonserina; e observar a dinâmica das comunidades nos períodos de articulação e reformulação do *fandom*.

O levantamento bibliográfico reuniu considerações sobre a evolução da imagem do fã, abandonando a figura estereotipada de indivíduo psicologicamente instável para assumir o papel de participante pleno nas mídias que se engaja positivamente com cultura popular. Ainda sobre possíveis compensações pessoais que as atividades de fãs representariam, os autores buscados permitiram a compreensão de que as comunidades atuam no pertencimento, encontrando na fantasia um espaço potencial para realizar conexões a partir de afinidades culturais. Os estudos sobre as transformações midiáticas pelas novas tecnologias, por fim, ajudaram a entender como a cultura da convergência inseriu o fã no centro dos processos de produção e potencializou suas atividades, dando visibilidade ao *fandom*.

Apesar do avanço dos estudos de fãs na comunicação, a maior parte da bibliografia consultada não estava disponível em português; o que, em partes, dificulta a realização da pesquisa. Um dos trabalhos de maior valor para compreender a saga Harry Potter no capítulo de descrição do fenômeno foi um livro que nasceu dos relatos de uma fã, que se envolveu de diversas maneiras no *fandom*, sobre a série⁵¹

⁵⁰ No universo fictício de Harry Potter, *Nox* é o contra-feitiço de *Lumus* que encerra a luz criada pela varinha.

⁵¹ ANELLI, Melissa. Harry e Seus Fãs. São Paulo: Editora Rocco, 2011.

O método de estudo de caso se mostrou como uma abordagem eficaz para atingir os objetivos propostos e captar a essência das comunidades e das relações entre os fãs. As técnicas aplicadas foram: observação dos perfis em redes sociais mantidos pela Armada Hogwarts e as interações dos seus membros; observação participante em um evento da Herdeiros de Sonserina; e entrevista semi-estruturada realizada com duas organizadoras deste segundo fã-clubes. A combinação destes dados permitiu identificar pontos em comum na formação, popularização, ápice e renovação das comunidades apontadas.

Na formação das comunidades, a necessidade dos fãs em ter um grupo para dividir seus interesses surge como fator motivador inicial; além de admirar a obra, eles querem estar engajados em atividades relacionadas ao produto cultural. Novos grupos surgem quando os próprios fãs identificam a ausência de um fã-clubes estruturado que centralize encontros numa região específica. Além disso, formar um fã-clubes significa acolher os fãs em um espaço que estes possam manifestar suas produções e exercer o sentimento de pertencer a um grupo.

A popularização das comunidades ocorre tão logo os próprios membros começam a disseminar as informações sobre encontros para suas próprias redes de contatos admiradores da mesma obra. A participação em eventos multitemáticos de grande porte também é essencial para dar visibilidade aos encontros nas comunidades estudadas; ao ter contato com o fã-clubes nestes espaços, alguns fãs que não tem conhecimento do grupo passam a participar regularmente de suas atividades. Esta circulação de pessoas em espaços que reúnem fãs de diversos produtos culturais diferentes permite observar que aqueles que já praticam atividades de fãs em um objeto midiático específico tendem a se envolver também em novos universos fantásticos com facilidade.

O momento de ápice das movimentações em grupos de fãs está alinhado aos lançamentos ou acontecimentos ativadores do produto cultural que eles seguem. Quando Harry Potter se aproximou da estreia de seu último filme nos cinemas, mais pessoas passaram a procurar atividades dos fã-clubes – e permaneceram participando depois. A comunidade de fãs é, neste momento, reconhecida e aclamada pela indústria cultural, e empresas passam a oferecer apoio às produções. Ainda como efeito da intensidade maior nas interações, a criatividade dos fãs também é exercitada e confere novos sentidos à série; fãs conectam suas experiências inovadoras e criam suas próprias interpretações textuais, que são, em sua maioria, acolhidas com entusiasmo pelo restante do *fandom*.

A redução de atividades, não é provocada pelo encerramento da saga – este encerramento, como descrito na etapa anterior, causou um aumento de interesse pelo tema. Durante a análise das comunidades foi possível perceber que o engajamento é característica

latente entre os fãs de Harry Potter, que não deixaram de participar e se envolver com a série. A diminuição das atividades de um fã-clubes, portanto, seria fruto da ausência da participação dos próprios organizadores como grupo presente. Quando o fã-clubes permanece ativo e produzindo encontros, a resposta dos membros é continuar participando e se integrando ainda mais, como as entrevistas com a Herdeiros de Sonserina demonstraram.

Existe ainda um processo de renovação dos *fandoms*: após o final da série, mesmo que alguns fãs se desarticulem dos grupos, novos participantes na base de fãs assumem a posição de dar continuidade às atividades. Entre esses, estariam crianças que só conheceram a série depois do seu fim ou jovens que acessaram o universo de leituras fantásticas a partir de outras novas franquias e agora chegam a Harry Potter. Os fã-clubes atuam como pontos de acesso à saga para novos fãs, divulgando suas atividades sempre que possível. Por fim, a pesquisa permite enunciar que os responsáveis pelo sucesso e prolongamento das franquias são seus fãs.

Este estudo permitiu verificar ainda outros resultados que podem ser base para futuras pesquisas, destacam-se entre estes: a facilidade de circulação de fãs já ativos em um *fandom* para participar de outros, as disputas e rivalidades entre fã-clubes de um mesmo produto cultural e o deslocamento do *fandom* para a posição de representante dos produtores, no qual os fãs recorrem para suprir a falta de novos lançamentos ou esclarecer dúvidas.

Estudar as comunidades sob um aspecto estrutural fornece base para estudos comparados entre *fandoms* e ajuda a fazer correlações mais gerais a respeito da formação destas culturas e dos comportamentos dos consumidores nestes processos. Para o mercado, é possível considerar que pesquisas de fãs contribuem para o desenvolvimento mais adequado de estratégias de marketing em novas produções, que podem se apropriar dos aprendizados de empresas que foram pioneiras nas relações entre fã e produto para, então, gerar novas formas de parceria e colaboração na indústria cultural.

Finalmente, importa destacar que assim como a *web* foi plataforma essencial para que o *fandom* se desenvolvesse, as iniciativas dos fãs descritas ao longo desta pesquisa são de extrema importância para a revolução digital das novas mídias. Fãs são inovadores e sua tomada de poder é um fenômeno que transforma o funcionamento midiático e desenvolve novos paradigmas para compreender a comunicação.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana, DUARTE, Renata. A subcultura cosplay no Orkut: comunicação e sociabilidade online e offline. In: BORELLI, Silvia, FREIRE FILHO, João. **Culturas juvenis do século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008.
- ANELLI, Melissa. **Harry e Seus Fãs**. São Paulo: Editora Rocco, 2011.
- BOUTIN, Gérald, GOYETTE, Gabriel, LESSARD-HÉBERT, Michelle. **Investigação qualitativa: fundamentos e prática**. Lisboa: Instituto PIAGET, 2005.
- BORELLI, Silvia Helena Simões. Cenário juvenis, adultescências, juvenilizações: a propósito de Harry Potter. In: BORELLI, Silvia, FREIRE FILHO, João. **Culturas juvenis do século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008.
- BORELLI, Silvia Helena Simões. **Harry Potter: conexões midiáticas, produção e circulação, cenários urbanos e juvenis**. In: XXX Congresso de Ciências da Comunicação. Santos, 2007.
- CAVICCHI, Daniel. **Tramps Like Us: musical and meaning among springsteen fans**. Oxford: Oxford University Press, 1998.
- CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- CORSO, Diana; CORSO, Mario. **A Psicanálise na Terra do Nunca: Ensaio sobre a fantasia**. Porto Alegre: Artmedia Editora, 2011.
- DINIZ, Tânia Maria Ramos Godói. O Estudo de caso: suas implicações metodológicas na pesquisa em serviço social. In: MARTINELLI, M. L. **Pesquisa Qualitativa: um instigante desafio**. São Paulo: Veras Editora, 1999.
- DUFFETT, Mark. **Understanding Fandom: an introduction to the study of media fan culture**. London: Bloomsbury, 2013.
- FISKE, John. The Cultural Economy of Fandom. In: LEWIS, L. **The Adoring Audience: fan culture and popular media**. London: Routledge, 1992.
- FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- GOLDENBERG, Miriam. **A Arte de Pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. São Paulo: Ed. Record, 2007.
- GRAY, Jonathan, SANDVOSS, Cornel, HARRINGTON, C. Lee. **Fandom: identities and communities in a mediated world**. New York: NYU Press, 2007.
- GROSSBERG, Lawrence. Is There a Fan in the House? The Affective Sensibility of Fandom. In: LEWIS, L. **The Adoring Audience: fan culture and popular media**. London: Routledge, 1992.

HILLS, Matt. **Fan Cultures**. New York: Routledge, 2002.

HILLS, Matt. Foreword: What if? - Reimagining Fandom. In: DUFFETT, M. **Understanding Fandom**: an introduction to the study of media fan culture. London: Bloomsbury, 2013.

HINERMAN, Stephen. 'I'll Be Here With You': fans, fantasy and the figure of Elvis. In: LEWIS, L. **The Adoring Audience**: fan culture and popular media. London: Routledge, 1992

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

JENKINS, Henry. **Textual Poachers**: television fans & participatory culture. New York: Routledge, 1992.

JENSON, Joly. Fandom as Pathology: the consequences of characterization. In: LEWIS, L. **The Adoring Audience**: fan culture and popular media. London: Routledge, 1992.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 7.ed São Paulo: Loyola, 2011.

MAFFESOLI, Michel. **Notas sobre a pós-modernidade**: o lugar faz o elo. Rio de Janeiro: Atlântica, 2004.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Estudo de Caso**: uma estratégia de pesquisa. São Paulo: Ed. Atlas, 2008.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **As práticas do fã**: identidade, consumo e produção midiática. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROWLING, Joanne Kathleen. Prefácio. In: ANELLI, Melissa. **Harry e Seus Fãs**. São Paulo: Editora Rocco, 2011.

SILVEIRA, Stefanie Carlan da. **A cultura da convergência e os fãs de Star Wars**: um estudo sobre o Conselho Jedi RS. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

SITES CONSULTADOS

BANCO DE PERIÓDICOS DA CAPES. Disponível em: <<http://www.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em: 15 ago. 2013.

BLOG HARRY, A HISTORY. Disponível em: <<http://www.harryahistory.com/>> Acesso em: 10 out. 2013.

BLOGS HARRY E SEUS FÃS. Disponível em: <<http://harryeseusfasolivro.wordpress.com/>>. Acesso em: 20 out. 2013.

BOX OFFICE MOJO. Disponível em: <<http://www.boxofficemojo.com/>>. Acesso em: 30 out. 2013.

COMUNIDADE DA ARMADA HOGWARTS NO ORKUT. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=44785464>>. Acesso em 12 ago. 2013.

COMUNIDADE DA HERDEIROS DE SONSERINA NO ORKUT. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=107232412>>. Acesso em 13 out. 2013.

FANFICTION.NET. Disponível em: <<http://www.fanfiction.net>>. Acesso em: 20 set. 2013.

FLOREIOS E BORRÕES. Disponível em <<http://fanfic.potterish.com/>>. Acesso em: 30 out. 2013.

INTERNET SOCIETY. Disponível em: <<http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/short-history-internet>>. Acesso em: 30 out. 2013.

PERFIL DA ARMADA HOGWARTS NO FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ArmadaHogwarts>>. Acesso em 12 ago. 2013.

PERFIL DA ARMADA HOGWARTS NO TWITTER. Disponível em: <<http://twitter.com/armadahogwarts>>. Acesso em 12 ago. 2013.

PERFIL DA HERDEIROS DE SONSERINA NO FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/HerdeirosdeSonserina>>. Acesso em 13 out. 2013.

PERFIL DA HERDEIROS DE SONSERINA NO TWITTER. Disponível em: <<http://twitter.com/herdesonserina>>. Acesso em 13 out. 2013.

POTTERISH. Disponível em: <<http://potterish.com/>>. Acesso em: 29 out. 2013.

RPG HOGWARTS. Disponível em: <<http://www.rpghogwarts.org>>. Acesso em: 30 out. 2013.

SITE BBC NEWS. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/>>. Acesso em: 20 set. 2013.

SITE DA ARMADA HOGWARTS. Disponível em: <www.armadahogwarts.com/armada>. Acesso em: 25 set. 2013.

SITE DA EDITORA BLOOMSBURY. Disponível em: <<http://harrypotter.bloomsbury.com>>. Acesso em: 21 set. 2013.

SITE DA EDITORA SCHOLASTIC. Disponível em: <<http://harrypotter.scholastic.com>>. Acesso em: 21 set. 2013.

SITE DA NIMBUS 2003. Disponível em <<http://www.hp2003.org/>>. Acesso em: 29 out. 2013.

SITE DE J.K. ROWLING. Disponível em: <<http://www.jkrowling.com/>>. Acesso em: 30 out. 2013.

SITE DO WIZARDING WORLD OF HARRY POTTER. Disponível em: <<https://www.universalorlando.com/harrypotter/>>. Acesso em: 20 out. 2013.

THE GUARDIAN. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/>>. Acesso em: 29 out. 2013.

THE NEW YORK TIMES. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/>>. Acesso em 20 out. 2013

WEB ARCHIVE. Disponível em: <<http://archive.org/web/>>. Acesso em: 25 set. 2013.

YOUTUBE. Disponível em: <<http://www.youtube.com/>>. Acesso em: 16 nov. 2013.

ZERO HORA. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/>>. Acesso em: 18 nov. 2013.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – Relato sobre a observação participante

Local: Sala do Pensamento, 59ª Feira do Livro de Porto Alegre

Data: 18 de novembro de 2013, 17 horas

Eram 16h45 quando quatro meninas com roupas pretas e cabelos coloridos chegaram ao espaço da Sala do Pensamento, um espaço de pouco destaque na Feira do Livro, que possivelmente só é procurado pelos que sabem onde está localizado ou pela consulta prévia programação. Rapidamente, elas decoraram o espaço com panos verdes (cor da casa de Hogwarts que dá nome ao fã-club), livros da série, bonecos e outros objetos relacionados – tudo levado para o local em malas. A sala era um espaço relativamente grande, com disposição de 100 cadeiras como auditório e palco, além de equipamentos de som.

Após terminarem a decoração, as quatro meninas – Gládis, sua filha, Priscila e Caroline (conhecida no grupo como “Mione”, em relação à personagem Hermione da série) – vestiram suas roupas de *cosplay* e empunharam varinhas. Juntaram-se ainda Rafinha, que ajudou durante todas as atividades, e Ítalo, que fotografou o evento. O público chegou aos poucos. Às 17h cerca de 15 pessoas estavam na sala, sendo o grupo formado por adolescentes e algumas crianças acompanhadas por seus pais. A primeira atividade era um quiz de perguntas sobre o livro “Harry Potter e a Pedra Filosofal”, com cerca de 30 questões. Ao final, os membros com mais acertos recebiam brindes da equipe. Meia-hora depois a sala já registrava um público de quase 30 pessoas acompanhando o jogo.

A atividade seguinte foi uma gincana, em que os convidados foram separados em dois grupos, permanecendo 15 pessoas participando. Foram realizadas sete diferentes tarefas, que envolviam encenação e escrita de passagens para explicar acontecimentos da trama. As crianças principalmente foram as mais ativas nessa dinâmica. A terceira atividade foi uma leitura em grupo de “O Conto de Beedle, o Bardo”, para a qual cerca de 10 pessoas permaneceram. Após a leitura, foi realizado mais um quiz, agora sobre este livro citado. Cinco fãs ainda permaneceram no local participando de outro quiz até às 20h, horário de encerramento do evento.

Foi possível observar que este evento foi destinado a um público que não frequenta os encontros regulares da Herdeiros de Sonserina, apesar de algumas pessoas conhecidas da organização visitarem o ambiente brevemente durante a tarde. Ao final, os participantes ainda se mostraram interessados em conhecer mais do fã-club e declararam que pretendem participar de próximos encontros.

APÊNDICE 2 – Roteiro base das entrevistas

TEMÁTICA 1: HARRY POTTER

- Solicitar breve apresentação com nome, idade, quando se tornou fã de Harry Potter.
- Você lembra como foi o primeiro contato com outros fãs?
- Onde ocorreu?
- O que mais motiva a se envolver com atividades fãs de Harry Potter?
- Você participa de comunidades de fãs de outra série ou filme?
- Caso sim, como esta comunidade é diferente da comunidade fã de Harry Potter?

TEMÁTICA 2: HERDEIROS DE SONSERINA

Parte 1: Surgimento da comunidade

- Quando e como surgiu a Herdeiros de Sonserina?
- Como eram os primeiros encontros?
- Onde ocorriam?
- Quantas pessoas participavam, em média?

Parte 2: Popularização

- Em que momento o fã-clubes começou a se tornar popular?
- Como a organização da equipe da Herdeiros era estruturada?
- Existia uma divulgação do fã-clubes para novos fãs?
- Houve algum período que foi de maior movimentação no fã-clubes comparado a outros? Qual?

Parte 3: Após o final da série

- Após do final da série, o número de eventos e participantes permaneceu o mesmo?
- Qual a média de participantes atuais dos encontros?
- Em relação à forma de participar, os membros do fã-clubes são menos ou mais ativos se compararmos os primeiros encontros aos atuais?
- Existe sentimento de nostalgia nos encontros atuais?
- Seria possível existir a Herdeiros sem organização via internet?

TEMÁTICA 3: ARMADA HOGWARTS

- Você conheceu a Armada Hogwarts?
- Participava desta comunidade antes de participar da Herdeiros de Sonserina?
- Qual a diferença entre os encontros da Armada e os da Herdeiros?
- Como você se sente em relação ao fim do fã-clubes?

FINALIZAÇÃO

- Na minha pesquisa há uma divisão das comunidades em quatro momentos: surgimento, popularização, ápice ou declínio. Na sua opinião, é possível encaixar a Herdeiros atualmente em alguma delas? Por que?

APÊNDICE 3 – Entrevista com Caroline, organizadora da Herdeiros de Sonserina

Gostaria que tu começasse se apresentando e falando como começou a ler Harry Potter.

Meu nome é Caroline, eu tenho 25 anos e eu comecei a ler Harry Potter por “acidente” eu digo. Eu tinha 11 anos e a minha professora de filosofia, que eu vou ser grata pro resto da vida, ela tinha uma menina da minha idade, na época, e o pai dessa menina morava no exterior. Então a menina comprou os livros lá e trouxe pro Brasil, e um dia a minha professora comentou sobre essa história de um menino que dormia debaixo da escada e eu achei: menino que dorme embaixo da escada, como assim? Tem uma cicatriz? E ela também não sabia explicar direito. Mas aí a menina lia e depois me emprestava os livros, então eu acabei primeiro lendo Harry Potter em inglês e depois comecei em português. Então eu li com onze anos, e depois foi só “ladeira abaixo”, como eu digo (risos). Foi ficando, eu fui comprando mais livros, comprando edição de colecionador, comprando varinhas, uniforme...

Eu fui em 2010, no lançamento de Relíquias da Morte, correspondente do site Potterianos aqui em Porto Alegre pra cobertura da pre-estreia. Em 2008 no Enigma do Príncipe eu fui a primeira da fila no cinema! Eu comprei o ingresso uns 3 meses antes, um dos primeiros, e no dia da pré-estreia, que era 0h01 de quinta pra sexta, eu cheguei as 10h da manhã quando abriu o shopping, só tinha eu lá. Faltei aula, faltei tudo pra ficar lá de manhã. Eu fiquei 15 horas em pé na fila, não almocei pra não sair, não jantei... saí duas vezes só pra ir no banheiro. As pessoas começaram a chegar lá pelo meio dia, chegava gente, chegava gente... A fila fazia voltas, foi uma sensação maravilhosa! Acabei fazendo amizades que eu mantenho até hoje! Fui a primeira a entrar no cinema, foi uma experiência bem legal, eu estava de capa, de uniforme completo, varinha... Tirei varias fotos com pessoas. Era uma diversão ficar ali, discutir o livro, trocar figurinha...

Eu sou casada há 12 anos, e meu marido também é fã, não tanto quanto eu, “fã xiita” eu costumo dizer (risos), mas ele gosta também, ele me acompanha, a maior parte das coisas que eu tenho de Harry Potter ele que me deu de presente.

Em 2011, no último filme, eu já estava na Herdeiros participando há um ano, e aí a Gladis me ligou pra falar que a gente foi convidado pela Warner pra uma première, o único fã-clube a ter isso. A gente assistiu no cinema às nove da noite, antes das outras sessões, fomos os primeiros... Ganhamos refrigerante, pipoca, chocolate, brindes de Harry Potter, porta-fone, caneta. Tudo oferecido pela Warner. Eu lembro que eu quase passei mal no cinema, porque

eu sou muito fã do Snape, o Alan Ricman é maravilhoso, eu chorava demais, achei que ia ter uma crise asmática! Depois do filme eu ainda fui pra outro cinema que eu tinha ingresso, cheguei lá chorando, faltando 5 minutos pra começar o filme e assisti de novo. O cinema estava super lotado, eles deixaram entrar mais gente que podia, tinha gente nas escadas, a escada cheia! Eu jamais vi aquilo em outro filme, nem Senhor dos Anéis... Eu sai do cinema era quase quatro horas da manhã. No outro dia eu e minha amiga durante aula a gente pensava que acabou e chorava, chorava...

Nossa, tu é realmente muito fã!! (risos)

Sou, muito! Em 2011, uma semana antes do último filme, eu tatuei o brasão de Hogwarts nas costas. E uma semana depois do filme eu tatuei o pulso com “Always”, do Snape... Porque é meu personagem favorito, minha fala favorita, minha parte do livro favorita. É muito perfeito, é muito amor ali dentro. E vai vir mais, do outro lado eu vou tatuar minha casa Sonserina. Então praticamente todo meu corpo vai ser com tatuagens relacionadas a Harry Potter.

Como foi teu primeiro contato com outros fãs de Harry Potter?

Meu primeiro contato com outros fãs demorou bastante pra acontecer, porque como eu peguei bem no comecinho não era todo mundo que conhecia. Então quando eu achava alguém ficava aquela coisa, descia uma luzinha! Meu primeiro contato mesmo foi no outro fã-clube que eu entrei, a Armada Hogwarts, que até agora se desfez, e foi onde eu conheci a Priscila. Depois ela que me falou que tinha um outro fã-clube e daí eu falei: beleza, vamos!

E onde tu conheceu a Armada Hogwarts?

A Armada eu conheci pela internet. Na época tinha um chat de MSN, aqueles grupos de mensagens, então a gente se combinava por ali pra ir nos eventos.

Tu participa de outros fã-clubes?

Outros fã-clubes não, só Harry Potter. Ah, só de *Supernatural* que eu gosto bastante, mas eu não sou da coordenação, sou só membro. Vou nos eventos as vezes, já fiz cosplay, participai da sala deles no último *AnimeXtreme*... Mas antes ajudei a montar toda sala de Harry Potter! É bem cansativo, mas é legal, vale a pena!

Falando agora um pouco sobre a Herdeiros de Sonserina, como foi que surgiu o grupo?

Foi em 2010... A Gládis, que é a fundadora, resolveu criar um fã-clube pra juntar os fãs, se divertir mesmo. Os primeiros sete encontros foram cada um com tema de um livro, e a partir disso se criavam atividades, quiz, gincana, jogo de mímica, leitura de livros, etc. Era bem legal, o pessoal gostava bastante, e assim foi surgindo. No começo vinha bem pouca gente, iam dez pessoas, às vezes quinze, no máximo. A gente até tirava cadeiras porque brincava que ia sobrar... Um dia a gente chegou lá e faltou cadeira.

Quando foi isso?

Ano passado, acho. Faltou cadeira, tinha gente em pé, tinha gente pra fora da sala. Foi muito legal quando começaram a chegar as crianças, porque a gente viu a confiança que estavam depositando na gente lá dentro. Os pais deixavam os filhos lá, a gente se responsabiliza, tudo direitinho. A gente teve até que começar a fazer algumas atividades mais infantis porque antes era um público jovem, e foi bem legal quando começou a surgir mais gente. No início até algumas pessoas chegavam perguntando “é a sala da Armada Hogwarts?”. Agora o pessoal já sabe que é a Herdeiros de Sonserina, eles vão no site procurar no evento se a Herdeiros vai estar lá, sabem que somos nós. A gente sempre tenta ter ideias diferentes pra colocar nas salas, dentro da temática de Harry Potter. Ano passado a gente fez também o primeiro Baile de Inverno e teve bastante retorno.

Neste momento, a filha da entrevistada, que acompanha os encontros do grupo, faz uma interrupção para mostrar um livro para a mãe.

Ela também é fã?

Quando eu fiquei grávida eu queria botar o nome dela de Hermione, mas o meu marido não deixou! (risos) Mas agora eu leio pra ela os livros, ela já tá bem nesse mundo, joga os jogos, participa dos encontros...

Quando as crianças procuram o fã-clube, são elas que ficam sabendo dos encontros?

Normalmente os pais vêm no folheto da Saraiva, é sempre divulgado ali, e daí as crianças falam “mãe é Harry Potter, eu quero ir!”. As vezes eles nem sabem o que é, mas o Harry Potter chama atenção. Então elas vão lá, olham como é e acabam gostando. Tem um menino que sempre volta, ele faz cosplay de Harry Potter, apesar de dizer que é da Sonserina... ele deve ter uns sete, oito anos no máximo. É muito divertido.

Em que momento popularizou o fã-clube?

Foi quando a gente começou a fazer outros eventos e também quando chegou perto da parte um do Relíquias da Morte [o filme], aí começou a bombar. Pessoal queria saber o que podia fazer antes do filme, o que fazer depois do filme, onde a gente pode usar o cosplay, como a gente faz pra comprar coisas, porque a gente produz coisas de Harry Potter pra vender. Bottons, camisetas, almofadas... Produtos ligados a série. A gente faz por encomenda, a Gládis faz as capas, essas que a gente tá usando foi ela que fez, ela costura. Nessa época que começou a encher mesmo, e aí como o pessoal gostou eles acabaram ficando. Agora a gente diz que a gente tem um público fiel, porque são sempre as mesmas carinhas que aparecem, só vão aparecendo novas. Sempre vai aumentando, porque um às vezes leva um amigo que gosto, que leva depois um amigo de um amigo, que traz outras pessoas, e assim vai trazendo mais gente.

Vocês fazem divulgação?

A gente tem página no *Facebook*, site... Então todo evento que a gente faz a gente divulga lá, divulga no *Twitter*, no *Instagram*, a gente tem todas as redes sociais, pra abranger todos os grupos.

E a gente faz muita coisa vinculada com a *Warner*. O lançamento do último DVD foi em parceria com nós, tinha uma decoração enorme, banners, balões, telão... Normalmente esse material de divulgação deles volta, mas a gente negociou e ficamos com eles.

Quem fez o contato com quem?

Eles, eles nos procuraram. Pra ver como tava o status do fã-clube entre os fãs no estado...

E quando é um evento mais aberto, assim como a Feira do Livro, é diferente dos encontros na Saraiva?

A gente tenta planejar uma coisa que atraia o grupo de fãs e consiga também angariar outros. Às vezes em um evento tem gente que sabe nada, não conhece direito a série, e aí aparece no outro evento falando que leu o primeiro livro. Hoje por exemplo, esses que participaram da gincana a gente não conhece ninguém! Veio gente que participa sempre pra dar uma olhada, mas posso te dizer que esse grupo de pessoas que ficou até o fim, no próximo encontro vai estar lá. Então a gente consegue, além de chamar pessoas pro fã-clube, chamar pessoas pro lado Harry Potter da força.... Tem gente que acaba gostando, porque as vezes eles tinham uma

visão deturpada do que é, pensam que é muito infantil... Eu sinceramente não acho Harry Potter com uma temática infantil. Tem muita coisa ali ligada a sentimentos a decisões que uma criança não vai compreender. Não que crianças não possam ler, mas eu não acho a temática infantil, elas vão pegar a história por cima. Tem coisas que eu só entendi relendo, nas milhares de vezes que reli os livros...

Tu tem a conta de quantas vezes foram?

Eu perdi a conta, mas o Ordem da Fênix eu sei que li 19 vezes. O Relíquias da Morte eu realmente perdi a conta, não lembro... Mas eu realmente acredito que tem como pegar pessoas que não conhecem pra fazer parte do fã-clube. E a gente forma casais dentro do grupo, gente que se conhece lá e tá junto até hoje (risos). A gente cria praticamente uma família. Esse é o diferencial da Herdeiros, todos são tratados muito bem, todos podem dar palpite, a gente usa nos outros encontros... A gente acabou montando não um fã-clube, mas uma família, que tem em comum o mesmo amor pela saga.

Como é a organização da equipe?

Todos os membros mais antigos, eu, a Pri, a Rafinha que é nossa elfa-doméstica, a Gládis que é fundadora, a filha dela, o Ítalo que estava fotografando e o Nic que não pode vir hoje. Esses foram os primeiros membros do fã-clube e são esses os coordenadores. Aí pra cada evento a gente se divide pra não se sobrecarregar. No dia antes do evento a gente tá lá juntos colocando coisas, prendendo cartaz, arrumando decoração... A gente faz tudo junto e acaba ficando uma família.

Em qual momento do fã-clube os eventos eram mais movimentados?

Foi na época dos filmes do Relíquias da Morte, parte dois principalmente, enchiam os eventos. Pessoal participava muito, a gente ficava rouco até de falar alto, começamos a usar microfone porque era muito gente! Isso foi muito legal.

E essas pessoas continuaram participando depois?

A grande maioria sim. E eles nos procuram nos outros eventos pra participar, comprar coisas. Eles continuam indo.

Nos encontros da Saraiva, quantas pessoas em média participam atualmente?

Uma média de 25, 30 pessoas na sala. Todo último sábado de cada mês... Normalmente são as mesmas pessoas, mas quase sempre tem alguém novo.

E em relação as primeiros encontros, os fãs estão mais ativos?

Sim, bem mais. O pessoal foi pegando o jeito com o tempo, no começo as pessoas tinham mais vergonha de responder, participar das cenas... Mas como a gente foi deixando as pessoas bem à vontade, agora todo mundo vai, as pessoas perderam a vergonha, eles fazem mímica, fazem grupo, é muito divertido.

Pelo fim da série, existe um sentimento de nostalgia nos encontros?

Muita nostalgia! O pessoal fala bastante que tem saudade de ir pra fila do cinema, que podiam ser relançados os filmes, que ela podia escrever outro livro... Como acabou, o fã-clube é a única maneira que a gente tem de se encontrar com fãs, de usar o cosplay, de sair de varinha na mão na rua... As pessoas vão pra lá pra ficar dentro do universo de Harry Potter que eles não tem mais fora. Tem gente que fala que adora os encontros que é como se tivesse um Harry Potter novo, sendo fã é ótimo ouvir isso de um outro fã.

Na tua opinião a Herdeiros conseguiria se organizar sem a internet?

Olha, eu acredito que sim. A gente faz muita coisa no boca a boca, porque cada um fala pros seus amigos que vai ter encontro, que já contam pra outros amigos, e assim vai indo. A gente fala nos eventos sobre as próximas coisas que vamos fazer, e as pessoas já querem participar, mesmo que não esteja divulgado na internet. As vezes alguém fala que tem um amigo que não é tão fã que vai participar, e aí esse não tão fã já tá dentro dos outros eventos da Herdeiros...

Falando sobre a Armada Hogwarts, tu falou que participava desse grupo antes. Existe alguma diferença entre os encontros da Herdeiros e da Armada Hogwarts?

Totalmente. É totalmente diferente. Os encontros da Armada, pra mim, eram assim: eles montavam um ótimo cenário, vários itens de colecionador, os melhores cosplays, mas não tinha quase interação com o grupo. Tinha uma “panelinha”, tanto que eu saí do fã-clube por causa disso... A menina que criou o fã-clube ela é extremamente rica, então ela tem dinheiro pra viajar pro parque de Harry Potter, comprar as coisas. Mas a gente precisa entender que nem todo mundo no fã-clube tem isso, e a pessoa quer se divertir igual. Ninguém quer ficar

assistindo vídeos de outro no parque... Não é uma exposição pra se mostrar. Eu não passei nem um ano na Armada e acabei saindo, deu bastante bate-boca, eu falei tudo que pensava e que não aguentava mais. Muita gente saiu por causa disso. O Herdeiros de Sonserina é totalmente diferente da Armada Hogwarts. Não to dizendo que é melhor ou que é pior, eu sinto que é totalmente diferente e eu me sinto bem aqui, como eu não me sentia nos eventos da Armada. E muita gente que participava vai te confirmar isso, tanto que agora o fã-clube tá se desfazendo, não tem quase ninguém... Os fundadores se mudaram pra fora e o pessoal que ficou aqui não conseguiu segurar os fãs. Boa parte das pessoas que participaram primeiramente da Herdeiros eram da Armada... Então as pessoas comentam que a gente é totalmente diferente, e eu me sinto bem melhor aqui dentro do que lá.

Tu acredita que o *fandom* de Harry Potter pode acabar um dia?

Não. Jamais! Mesmo que a gente fique velho, sempre vai ter um pra continuar. Pode não ser no nosso fã-clube, pode ser outro, alguém pode sair daqui e criar outro. Nunca vai acabar... Até hoje não tem fã-clube de Star Wars? De Senhor dos Anéis, depois de todos esses anos? Harry Potter é assim também. Vai ser mais uma dessas sagas que vai durar pra sempre. Sempre vai ter um fã de Harry Potter. “Always!” (risos).

Em qual momento a Herdeiros pode ser classificada: formação, popularização, ápice, declínio ou inativo, onde você encaixaria?

No momento, faz um bom tempo que estamos nesse período de ápice. A gente não para, a gente tá em vários eventos, a gente é convidado pra diversar coisas, já fizemos eventos em todo o interior do estado, só não fomos ainda pra fora do Rio do Grande do Sul porque não era viável levar tanta gente, porque a gente vai todo mundo junto! Ou leva todos ou não leva ninguém. Então a gente tá no ápice, a gente acabou de sair de um evento e daqui a duas semanas já temos outros. Já tem planejamento de evento pra Abril que a gente tá dentro também...

O *fandom* continua crescendo, tu diria?

Eu fui fã desde os onze anos. Eu era uma criança quando o fenômeno surgiu, aí todos esses anos depois eu tive uma filha, e agora eu passo pra ela. Tem irmãos que passam pro irmãozinho mais novo pra ele começar a ler, às vezes a criança pega gosto. Muita gente mais velha passa pros mais novos. Sempre vai ter um fã, independente da idade, ou se pegou desde o começou ou não. Como a própria J.K. disse: não precisa ser desde o começo pra ser amor.

Muita gente pegou pela metade... Tem gente que conheceu pela biblioteca do colégio, pega na escola o expresso de Hogwarts e vai parar lá. E nunca mais deixa. Então sempre vai ter um fã de Harry Potter, independente da idade. E no fã-clube tudo depende de organização. Se a gente não tiver nada planejado, a gente perde credibilidade, deixa de ser chamado, deixa de ter tanto reconhecimento e status nos eventos. Aí as pessoas começam a cansar de ir, por não ter organização, divulgação... Como a gente se organiza muito bem e faz tudo que é possível, as pessoas gostam. A gente pretende continuar, pra onde for! Enquanto tiver um fã de Harry Potter a gente vai estar aqui.

APÊNDICE 4 – Entrevista com Priscila, organizadora da Herdeiros de Sonserina

Primeiramente, gostaria que tu fizesse uma apresentação tua e contasse como se tornou fã de Harry Potter.

Meu nome é Priscila e eu tenho 21 anos. Eu conheci Harry Potter no lançamento do quinto filme, antes achava meio bobo, meio infantil... mas eu li o livro antes da pré estreia e achei que tinha muita coisa faltando, aí comecei a reler todos os livros e me envolvi mais ainda.

Tu lembra como foi teu primeiro contato com outros fãs?

Foi em outro fã-clubes de Harry Potter e foi um amigo meu que me avisou que tinha encontro de fãs, é o primeiro fã-clubes que teve, não lembro o nome agora, alguma coisa como Encontros Potterianos.... Eram encontros no Iguatemi, há bastante tempo. Eu comecei a ir no ano seguinte.

Tu participava das reuniões?

Eu só fui no primeiro encontro, elas fizeram o convite pelo *Orkut* na época, e um amigo meu me passou, aí eu fui.

O que te motivava a ir nos encontros?

Por ser fã e não conhecer muita gente na minha idade que lia Harry, meus amigos não liam muito, e era divertido falar sobre uma coisa que eu gostava muito.

Além de Harry Potter tu já participou de outras comunidades de fãs?

A gente tem um fã-clubes de Jogos Vorazes, que é uma coisa nova, e como a gente participa de outros eventos de *anime* que tem fãs de *Doctor Who*, *Supernatural*... eu acabo participando das séries que eu gosto.

Tu também organiza eles?

Não, só participo.

Qual a diferença entre participar destes fã-clubes e participar do fã-clube de Harry Potter?

É que o de Harry, como a gente organiza, a gente faz muita coisa pensando nos fãs, no que eles querem, e as vezes acho que alguns outros fã-clubes não vão tanto por esse lado. Nossa preocupação maior como fã-clube são os fãs, se eles tão gostando, se o retorno está sendo positivo. E eu não vejo tanto isso nos outros fã-clubes, posso estar enganada por não ser da organização...

Agora falando sobre a Herdeiros de Sonserina, pode me contar sobre o surgimento do fã-clube?

A Herdeiros surgiu em 2010, em Abril, foi quando a gente fechou a parceria com a Saraiva, eles cederam o espaço gratuito onde a gente faz os encontros até hoje todos os meses. Surgiu quando o outro fã-clube de Harry acabou, então as duas fundadoras decidiram fazer o fã-clube delas pra suprir a necessidade de não ter encontros pra ir. Eu entrei quatro meses depois que o fã-clube foi fundado.

Como eram os primeiros encontros?

Tinha bem menos gente, se tinham 10 pessoas no encontro era muito! A gente conseguia conversar mais, tinha mais facilidade, mas fora isso não tem muita diferença... O tipo de atividades continua o mesmo. Depois dos primeiros 5 meses a gente começou a participar de coisas externas, não só na Saraiva, como eventos de *anime*. No segundo ano a gente fez já a Feira do Livro.

Qual a diferença dos encontros na Saraiva pra esses externos?

Não chega a ser tão diferente porque Harry Potter tem um público muito fiel, muita gente que vai nos encontros da Saraiva e fica sabendo dos eventos de *anime* resolve ir. Tem gente que vai só por nossa causa, então acaba não sendo tão diferente, a única coisa é que a gente não organiza o evento inteiro, a gente fica subordinado a direção do evento.

Em que momento a Herdeiros começou a se popularizar mais?

Quando a gente participou a primeira vez do *AnimeXtreme*, que é o maior evento multitemático do Rio Grande do Sul, foi o momento que mais sócios apareceram, e consequentemente mais pessoas passaram a ir nos eventos da Saraiva.

Quantos sócios são atualmente?

Agora a gente não faz mais cadastros, mas a última contagem no último ano eram 150. Agora já deve ser mais que o dobro. Tem as pessoas que não fizeram cadastro mas iam sempre...

Como é a organização da equipe do fã-clube?

São duas pessoas que organizam as atividades, preparam os eventos e os produtos que a gente vende, mas a gente tem oito pessoas que participam também. No total são umas 10 envolvidas.

Como é a divulgação dos eventos?

A gente faz divulgação pelo *Facebook*, pelas redes sociais do fã-clube. Antes a gente atualizava mais o site, colocava as informações lá, agora tá fora do ar, estamos brigando com nosso *webmaster*... (risos). A gente conversa muito pelo *Facebook*, a gente é muito receptivo com as pessoas, elas adicionam nosso perfil pessoal, a gente conversa bastante.

E as atividades são criadas como?

A série é muito rica, a gente relê os livros varias vezes, a gente se encontra pra montar as atividades. Todos os organizadores tem liberdade de trazer ideia, porque os encontros sempre tem temas definidos, então a gente trabalha o tema proposto pra basear as atividades. É sempre temático.

Qual foi o momento que os fã-clube esteve mais movimentado?

O lançamento do último filme. Tinha muita coisa pra fazer, muitas pessoas procurando as atividades. E também depois do último filme pela falta de ter uma noiva coisa pra esperar da série alguns fãs ficaram meio desesperados.... Também quando a gente fez o Baile de Inverno, em novembro do ano passado. Quando a gente vendia os convites os encontros lotavam, nos *animes* as pessoas iam procurar convite pro Baile. Foram os dois momentos com mais participação.

Mesmo com o fim da série o movimento continuava o mesmo?

Acho que por ter acabado a série a gente teve mais movimento. Depois do último filme o pessoal ficou mais carente de Harry, queriam falar mais do assunto, participar mais...

Essa carência continua hoje?

Ah, agora tem muita literatura nova. As pessoas tão lendo muito outras coisas, mas mesmo assim a procura dos fãs continua enorme. Os encontros tem bastante gente, os *animes* também.

Existe rivalidade com alguma dessas literaturas novas? Fã de Harry Potter pode ler outra coisa menos...?

Crepúsculo o pessoal pega muito no pé ainda. Mas eu li todos os livros de Crepúsculo... (risos).

E algum mais a favor?

Jogos Vorazes e Percy Jackson.

Entrevistada interrompe para responder uma pergunta de um dos fãs que participava das atividades, relativo à uma das tramas paralelas do livro, resposta que tem na ponta da língua.

Atualmente quando vocês realizam encontros, quantas pessoas participam?

Na Saraiva umas 30 pessoas... Quando é sala temática a gente não tem uma noção, cada evento de *anime* tem seu público específico. O *AnimeXtreme* teve 10 mil pessoas visitando em cada dia, outros tem 500 pessoas... A gente faz eventos grandes e pequenos, qualquer lugar que nos convidam a gente vai.

Nesse tipo de evento os membros vão só pra sala?

Tem os dos públicos, aquelas pessoas que passam e “ah é Harry Potter, eu gosto” e visitam, ou tem um amigo que gosta e compram alguma coisa pra ele, pedem contato pra avisar que tem. E tem aqueles que vão até o evento só porque sabem que vai ter a sala.

Tu considera que o grupo total de fãs de Harry Potter está aumentando também ou só a Herdeiros que está mais popular?

É difícil dizer... agora o fã-clubes tem muito mais visibilidade do que no começo, pelo número de eventos que a gente faz. Mas acho que o número de fãs de Harry Potter também tá aumentando, muita gente que era muito novo, gente que só viu os filmes e agora começou a

ler, gente que apresenta pros amigos, ou que começaram a ler Percy Jackson ou Jogos Vorazes e chegaram em Harry... Os dois estão crescendo ainda.

Qual a idade das pessoas que participam?

Nos encontros da Saraiva a faixa etária costuma ser de 14 a 20 anos... Mas tem as pessoas mais velhas que vão nos encontros, o próprio pessoal da organização.

Os membros do fã-clubes são ativos nos encontros?

São, bastante. Eles cobram da gente datas de evento, quando vai acontecer o próximo Baile de Inverno, se a gente vai ter sala em tal lugar, qual vai ser a tema... Se a colocar a agenda inteira do ano eles agradecem pra poder participar de todos! Eles tão ficando cada vez mais ativos, ainda mais agora com o *Facebook* que eles tem nosso contato não só na fan page, então eles cobram mais. Mas é divertido, é ótimo!

A Herdeiros existiria sem a organização via internet?

Acho que sim... porque no começo do fã-clubes a nossa divulgação, além de site, era principalmente os almanaques da Saraiva. Nossos encontros saiam mensalmente no almanaque, muita gente vinha por causa disso. Acho que internet ajuda muito agora, mas seria possível...

Tu conheceu o fã-clubes Armada Hogwarts?

Conheci, eu participava como fã.

Existe diferença entre os encontros que a Armada fazia e os que a Herdeiros faz agora?

Sim, bastante. Eu fui em vários eventos da Armada, eu até conheci a Herdeiros por uma amiga de lá. A principal diferença que eu vejo é que a gente foca muito em todas as pessoas participarem, e os eventos da Armada não eram tão dinâmicos assim, os encontros. Era um grupo que participava e os outros ficavam só assistindo, e na Herdeiros todo mundo participa. A principal diferença é essa.

Existe alguma rivalidade com eles?

Tem, por parte de algumas pessoas sim... Quando o fã-clubes surgiu a gente ouviu muita coisa, gente dizendo que o pessoal falava mal do outro fã-clubes nos encontros... Mas é mais por

parte dos outros fãs, a gente da organização não se preocupa tanto. Os organizadores da Armada já foram em eventos nossos...

Em qual momento a Herdeiros pode ser classificada: formação, popularização, ápice, declínio ou terminada, onde você encaixaria?

Acho que a gente tem muito pra crescer ainda, eu não sei... Acho que a gente tá num ponto que tem muito pra crescer, mas se não conseguir manter o que tá acontecendo, a organização não se direcionar bem e ver as prioridades, pode acabar rápido. Mas eu não conseguiria encaixar.

E o *fandom* de Harry Potter pode acabar um dia?

Não, acho que ele tem tudo pra ser como Star Wars, Star Trek, os fãs vão ser fiéis, a gente vai brigar por Harry Potter (risos). Até porque tão vindo mais filmes agora, então...

APÊNDICE 5 – Modelo do Termo de Autorização para Entrevista



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

A U T O R I Z A Ç Ã O

Eu, (nome do entrevistado/a)....., abaixo- assinado, autorizo Gabriel Ibarra Zanella estudante de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, a utilizar as informações por mim prestadas, para a elaboração de seu Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título “Harry Potter e a ‘Ordem’ dos Fãs: um estudo sobre a articulação do *fandom* na era da convergência” e está sendo orientado pela Prof^a. Dr^a. Nilda Aparecida Jacks.

Porto Alegre, de de 20..... .

Assinatura do entrevistado