



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DOMÉSTICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CONSUMO, COTIDIANO E
DESENVOLVIMENTO SOCIAL**

MARIA THEREZA DOS ANJOS CARNEIRO LEÃO

**Identidade e *Fandom*:
Análise de Práticas Sociais de Fãs de Harry Potter**

Recife
2019

MARIA THEREZA DOS ANJOS CARNEIRO LEÃO

**Identidade e *Fandom*:
Análise de Práticas Sociais de Fãs de Harry Potter**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social, da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE).

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Machado
Martins

Coorientadora: Prof. Dra. Flávia Zimmerle
da Nóbrega Costa

RECIFE

2019

DEDICATÓRIA

Ao meu companheiro de vida e maior apoiador, Lucas Pires. Sem seu apoio essa dissertação nunca teria sido possível, até porque foi conversando contigo que eu me encontrei nesse tema e enxerguei meu lado fã. Obrigada por sempre acreditar em mim, principalmente quando eu não conseguia. Deu certo!

AGRADECIMENTOS

Esta pesquisa não seria possível sem o apoio da minha família. Então agradeço imensamente aos meus avós, Lourdes e Fausto, por terem sempre sido meus alicerces desde a infância. Às minhas tias, Pati, Cila, Dada e Conceição, que foram (e sempre serão) as fadas madrinhas na história da minha vida. Obrigada pela compreensão e paciência durante todo o período em que estive envolvida nesse projeto, assim como todo o apoio em tudo que já fiz na minha vida. À minha prima-irmã, Beatriz, que sempre me encorajou a seguir em frente.

Gostaria de agradecer aos meus pais, Ana e Fernando, que sempre me incentivaram a ler, e, inclusive, compartilharam meu gosto pelas histórias de Harry Potter.

Aos meus padrinhos mágicos do mestrado, Marcelo e Flávia, que foram muito mais do que orientadores, foram verdadeiros anjos. Marcelo, a você toda minha admiração, tanto pela pessoa doce e gentil que você é, quanto pelo profissional que me guiou nesse processo. Isso sem falar nas aulas mais incríveis que já tive o prazer de assistir. Obrigada pelo privilégio de lhe ter no meu time. Flávia, obrigada por “segurar minha mão” durante esse trajeto, fosse respondendo as minhas dúvidas mais absurdas ou simplesmente conversando comigo sobre Harry Potter. Obrigada pelos diversos diálogos e todo o apoio que você me ofereceu, na dissertação e na vida.

À minha linda turma de mestrândinhos pelos muitos debates incríveis, os diversos almoços no RU e o “grupo de apoio” do Whatsapp. Vocês tornaram essa jornada bem mais divertida, mesmo nos momentos mais desesperadores.

Aos professores do mestrado, que iluminaram o caminho dessa pesquisa e sempre nos incentivaram a pensar criticamente. Aos inúmeros professores que ajudaram a moldar o meu “eu”.

Aos meus amigos, nerds queridos, que sempre mostraram interesse por minha dissertação, me dando carinho e incentivos.

À J.K. Rowling por ter colocado mais magia no mundo, transformando a vida de muita gente, inclusive a minha.

RESUMO

Em uma sociedade cujo consumo é determinante para a identidade do sujeito, bem como sua integração social, é fundamental identificar e estudar os elementos que promovem esses processos de construção individual e seus resultados nas relações interpessoais dentro de determinados contextos. Grupos de fãs têm se estabelecido ao longo dos anos em diversas áreas e seguido as tendências da marca nas mais diferentes plataformas, sob o efeito da convergência midiática. Um dos produtos amplamente propagado pela indústria cultural é a saga *Harry Potter*, que começou com uma série de livros e acabou tomando proporções globais, o que a consolidou como franquia. Nesta dissertação, apresentamos uma análise sobre o fenômeno *Harry Potter* sob a óptica do consumo cultural, com ênfase no consumo simbólico, com vistas à compreensão das formações identitárias que surgem do ato de “ser fã”, associadas ao pertencimento do sujeito a uma comunidade, o *fandom*, e às questões morais exploradas pela saga, que podem influenciar nas práticas sociais do indivíduo. Nesse contexto globalizado e de grande desenvolvimento tecnológico em que estamos vivendo, dimensões elementares das sociedades, como as noções de tempo e espaço, têm sido reconfiguradas. Essa mudança ocorre por intermédio das relações sociais, que têm sido cada vez mais moldadas por tecnologias digitais. Dessa forma, optamos por realizar uma análise netnográfica, no *Facebook*, com bases na Sociolinguística Interacional. Os dados resultantes da análise nos permitiram gerar trincas de significação, que representam as relações entre os atos de fala (comentários), as funções que eles geraram e os aspectos linguísticos, de visão êmica e de definição do “eu”, assegurando, assim, a compreensão do fenômeno investigado.

PALAVRAS-CHAVES: Harry Potter, Fandom, Consumo Simbólico, Consumo Cultural, Identidade, Redes Sociais Digitais

LINHA DE PESQUISA: Culturas do Consumo

ABSTRACT

In a society where consumerism determines subjects' identity and social integration, it becomes fundamental to identify and study the elements involved in the building of each individual as well as its results in their interpersonal relations given determined contexts. Fan groups have been established throughout the latest years in the most diverse fields following brand trends in different platforms, all as a result of media convergence. One of the most widely spread products in the cultural industry is the *Harry Potter* saga, which started as a series of books later becoming a global sensation and, therefore, a multi-platform franchise. In the present dissertation, the *Harry Potter* phenomenon is analysed based on cultural consumption and emphasis on symbolic consumption. We also intend to comprehend identity formation derived from "being a fan", associated to the sense of belonging to a community or fandom, the moral topics explored in the saga and the influence that they might have over the individual's social interactions. Considering the large technological development and globalization burst observed in recent years, elementary social dimensions, like time and space, are being reconfigured. Change occurs through social relations, in turn being molded by digital technologies. As a result, we present a netnographic analysis, on Facebook, based on Interactional Sociolinguistics. The resulting data allows the formation of signification triads, which represents the relations between the speeches (comments), their functions, the linguistic aspects, emic values and "self" definition, making it possible to investigate and draw conclusions from the observed events.

KEY-WORDS: Harry Potter, Fandom, Symbolic Consumption, Cultural Consumption, Identity

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Lançamento dos Livros	22
Quadro 2 – Lançamento dos Filmes	25
Quadro 3 – Obras Relacionadas, Jogos e Atrações Turísticas	35
Quadro 4 – Símbolos de HP	44
Quadro 5 – Protocolo de Análise	68
Quadro 6 – Categorias Temáticas	70
Quadro 7 – Atividades de Fãs	76
Quadro 8 – Funções	77

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O Império Multibilionário de Harry Potter	18
Figura 2 – Foto da Plataforma 9 ¾ da Estação King's Cross	24
Figura 3 – Ensaio Fotográfico Temático de Harry Potter	29
Figura 4 – Características da Grifinória	32
Figura 5 – Características da Sonserina	32
Figura 6 – Características da Corvinal	33
Figura 7 – Características da Lufa-Lufa	34
Figura 8 – Divulgação da Coleção Harry Potter – Riachuelo no <i>Facebook</i>	38
Figura 9 – Coleção Harry Potter da Imaginarium	39
Figura 10 – Página Inicial da Loja Imaginarium.....	39
Figura 11 – Cadernos à Venda no Site das Lojas Americanas	40
Figura 12 – Anúncio de Produtos Harry Potter da Loja Píticas.....	41
Figura 13 – O Circuito da Cultura.....	48
Figura 14 – Informações do Grupo Harry Potter – Brasil	66
Figura 15 – Reações do <i>Facebook</i>	67
Figura 16 – Publicação 1.....	71
Figura 17 – Reações da Publicação 1.....	72
Figura 18 – Publicação 2.....	73
Figura 19 – Reações da Publicação 2.....	73
Figura 20 – Publicação 3.....	75
Figura 21 – Reações da Publicação 3.....	75
Figura 22 – Ato de Fala 54/03	77
Figura 23 – Ato de Fala 11/03	78
Figura 24 – Ato de Fala 75/03.....	79
Figura 25 – Ato de Fala 25/01	80
Figura 26 – Ato de Fala 37/01	80
Figura 27 – Ato de Fala 53/02	81
Figura 28 – Ato de Fala 171/02	82
Figura 29 – Ato de Fala 88/03	82
Figura 30 – Ato de Fala 173/02	83
Figura 31 – Ato de Fala 36/01	84

Figura 32 – Ato de Fala 88/02.....	84
Figura 33 – Debate Entre Fãs	86
Figura 34 – Ato de Fala 24/01	87
Figura 35 – Ato de Fala 48/02	87
Figura 36 – Ato de Fala 60/03.....	88
Figura 37 – Construção do <i>Eu</i>	89
Figura 38 – Ato de Fala 31/01	89
Figura 39 – Ato de Fala 53/02.....	90
Figura 40 – Ato de Fala 99/03.....	91
Figura 41 – Características de Fãs	92
Figura 42 – Ato de Fala 54/01	92
Figura 43 – Ato de Fala 82/02.....	93
Figura 44 – Ato de Fala 49/03.....	94

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	JUSTIFICATIVA	12
1.2	PROBLEMA DE PESQUISA	19
1.3	OBJETIVO GERAL	20
1.4	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
2	O MUNDO MÁGICO DE HARRY POTTER	22
2.1	IDENTIDADE DE FÃ E SIMBOLISMO	28
3	IDENTIDADE E SOCIEDADE DE INFORMAÇÃO	46
3.1	MARCANDO O AMOR NA PELE	52
3.2	SOCIEDADE DE INFORMAÇÃO	54
3.3	ENTENDENDO O <i>FACEBOOK</i>	61
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	63
4.1	FORMAÇÃO DO <i>CORPUS</i>	66
5	ANÁLISE DOS RESULTADOS	76
5.1	ADMIRAR OS SIGNOS DO UNIVERSO	78
5.2	DEMONSTRAR CONHECIMENTO	79
5.3	EXTERNAR IDENTIDADE	81
5.4	PRODUZIR SIGNIFICADOS	82
5.5	DIVERTIR-SE	83
6	TRIANGULAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	85
6.1	DEBATE ENTRE FÃS	85
6.2	CONSTRUÇÃO DO <i>EU</i>	88
6.3	CARACTERÍSTICAS DE FÃS	91
6.4	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	94
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
	REFERÊNCIAS	98

1 INTRODUÇÃO

Fandom é uma expressão em inglês — que provém da união de *kingdom*, “reino”, e de *fan*, “fã”, e seu significado diz respeito à formação de grupos de fãs que interagem sobre uma determinada obra ou marca. Essas interações, que são presenciais, acontecem em momentos específicos, como em encontros previamente marcados, geralmente em datas comemorativas. Nos dias atuais, dados os aportes que as tecnologias proporcionaram ao ser humano, pelas redes sociais digitais, as pessoas conseguem interagir dos mais diversos e longínquos pontos do globo. Segundo Recuero (2009, p.143), essa rede digital “centra-se em atores sociais, ou seja, indivíduos com interesses, desejos e aspirações, que têm papel ativo na formação de suas conexões sociais”. Essas interações permitem que a identidade social do fã se torne cada vez mais expressiva. Então, as práticas desses fãs nas redes sociais digitais, mais especificamente no espaço dos *fandoms*, redefinem a produção (emissão) e consumo (recepção) de informações. Essa nova comunicação estabelece, assim, regras e condutas próprias para essa relação (JOHNSTON, 2015).

1.1 JUSTIFICATIVA

Ser fã, independentemente do que seja o objeto da “afeição”, da “admiração” ou da “adoração”, faz parte da construção da identidade do indivíduo, que, por sua vez, é relacionada ao capital cultural¹ (BOURDIEU, 2007). Lisa Lewis (1992) explica que ao participar de um *fandom*, os fãs constroem identidades coerentes para eles mesmos, ideia que coaduna com o enfoque de Barbosa com relação às construções identitárias, afirmando que:

Através do consumo “construímos” identidades, um número maior de vezes a confirmamos ao reconhecemo-nos em produtos, objetos e itens da cultura material que são “a nossa cara” ou que reafirmam e satisfazem aquilo que julgo serem meus gostos e preferências (2004, p. 24).

¹ Para Bourdieu, o capital cultural se acumula na educação, podendo ser adquirido através de livros, diplomas ou conhecimentos em geral.

Costa e Leão (2017) explicam que o *fandom*, como espaço político, é estabelecido e nutrido por processos particulares, de algum modo vinculados aos valores canônicos que o norteia. Ao se tornarem fãs, os atores sociais apropriam-se de práticas culturais pré-existentes. Dessa forma, os indivíduos assumem seus papéis de fãs ao reproduzirem essas atividades culturais, associando seus contextos particulares a elementos do universo. Essas práticas podem ter várias explicações, dentre elas o gosto pessoal de conjugação do fã com o universo ficcional (por meio de identificação com personagens e/ou com as casas), a posse de objetos relacionados à saga e também casos de autofortalecimento/enfrentamento, geralmente contra as ideologias opressoras e/ou as circunstâncias insatisfatórias do cotidiano.

Entendemos o discurso da obra como sendo um indicador de comportamento dos fãs, ou seja, determinadas produções culturais, como *Harry Potter*, *Star Wars*², *Jogos Vorazes*³, dentre outras, possuem um diferencial, pois debatem questões políticas e sociais, contribuindo, assim, com a formação identitária do sujeito que com elas se relacionam. Esse viés interpretativo da relação entre consumidor-fã/produto cultural corrobora o discurso de que fãs de cultura pop, contrariamente ao entendimento recorrente de alheamento que lhe é imputado, são, dependendo da obra/marca com que se relacionam, altamente politizados. Ainda no âmbito desses produtos culturais, percebemos que a identificação do fã com a saga os ajuda a ampliar sua compreensão de mundo e visão crítica, de forma que eles sabem distinguir entre certo e errado, assim como aprendem a lutar contra injustiças e defender minorias. Costa comenta que:

Em um caso de grande repercussão, os potterheads reivindicaram novas posturas da Warner Bros., a líder mundial em comercialização e distribuição de filmes longas metragens: em 2001, resistiram para manter seus perfis na internet utilizando o nome da marca, quando a

² *Star Wars* é uma franquia midiática, composta de 8 filmes e 2 spin-offs (histórias derivadas), mas que ainda está em andamento. O primeiro lançamento dessa saga foi em 1977, e rapidamente transformou-se em um fenômeno da cultura popular. Um dos principais tópicos tratados nessa saga, que nos faz ter os filmes como referência em debates político-sociais, é a luta de um grupo rebelde contra o domínio de um sistema imperialista, responsável pela destruição de planetas e pela morte de milhares de indivíduos.

³ *Jogos Vorazes* é uma trilogia de livros infanto-juvenis de ação, que se passa em um futuro distópico, onde 2 jovens (de 12 a 18 anos) de cada distrito (são 12 distritos) são obrigados a participar de uma competição, cujo objetivo é lutar pela sobrevivência. Essa competição segue os moldes de um reality show, sendo televisionada para o público. Apresentamos essa obra como referência de debates políticos e sociais por causa do contexto de luta contra um regime totalitário, nesse caso exercido pela Capital, que controla os 12 distritos.

empresa adquiriu e reivindicou o direito à propriedade de uso da mesma (Sewell, n.d.); outro exemplo pode estar no período entre 2010 e 2015, quando o grupo lutou pela certificação de origem dos chocolates comercializados no parque temático da Universal Orlando, justificando o alinhamento aos valores da saga (Rosenberg, 2015). (COSTA, 2017, p. 502).

Ser fã da obra é aqui a característica distintiva entre os consumidores do nosso objeto de estudo, o HP⁴, especificamente no caso em que no comportamento do fã podem ser observadas práticas em torno do consumo hedônico, que designa o comportamento do consumidor com relação aos aspectos sensoriais, de fantasia e emotivos de sua experiência com o consumo (HIRSCHMAN; HOLBROOK, 1982, p. 92). É esse elemento de identidade cultural que faz com que os fãs aqui estudados, caracterizados na gradação máxima dentro de um vasto espectro do “gostar”, “adorar”, consumam de forma diferenciada.

Dessa forma, esse consumo, a depender do local em que ele é manifestado, como num *fandom*, permite que as pessoas se sintam mais confortáveis para consumir variados produtos da marca sem que haja qualquer tipo de julgamento disfórico, pelo contrário, entre os iguais, quanto mais produtos o consumidor possuir, mais acaba sendo considerado fã, sanção cognitiva que atribui valores positivos ao fazer do sujeito, à sua identidade e à sua prática de consumo.

Assim, considerando as práticas dos fãs aqui estudados, podemos dizer que elas contribuem com a manutenção da engrenagem de um determinado tipo de consumo, sendo que este é dado justamente pela ostentação do que se tem, que se pauta no regime de visibilidade do “querer ser visto” (conceito desenvolvido por LANDOWSKI, 1992). De acordo com Francisco (2010, p. 155), “(...) por meio da cultura de consumo, os objetos e seus donos são valorizados pelo que possuem, determinando o modo de inserção social e estabelecendo uma economia de bens simbólicos”.

Atualmente existem inúmeros *fandoms*, das mais variadas obras e marcas. Grandes sagas como *Star Wars* e *Jogos Vorazes* contam com filmes, livros, quadrinhos e diversos outros objetos que são inseridos no mercado por meio da indústria cultural. Ao tratarmos de produtos culturais, podemos destacar ainda os

⁴ Doravante, referimos à saga Harry Potter com a sigla HP. O nome Harry Potter refere-se à obra como um todo e não ao personagem.

seriados televisivos, como é o caso de *Game of Thrones* e *The Walking Dead*, que foram adaptadas de uma coleção de livros e uma série de quadrinhos, respectivamente. Independentemente de qual seja o objeto de admiração, é possível observar os *fandoms* como grandes conglomerados de produtos culturais, que beneficiam as indústrias capitalistas.

No atual cenário globalizado, a indústria do entretenimento transformou-se em um dos mercados mais desenvolvidos das últimas décadas (INTERNACIONAL TRADE ADMINISTRATION, 2016), tornando-se detentora de vários produtos midiáticos de sucesso. O advento da Web 2.0⁵ tornou mais fácil a constituição de identidades por meio de produtos culturais (JENKINS, 2008). Então, o significativo esforço e a produção dos fãs, que possuem uma ligação afetiva com a cultura pop, facilitaram o crescimento dessa indústria cultural. Jenkins (2008) comenta que “[a] convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos” (p. 43). Ele explica ainda que a convergência midiática é “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2008, p. 29). Então, diante desse contexto, Jenkins (2008) esclarece que as relações estabelecidas entre fãs e a indústria do entretenimento são pautadas em uma economia afetiva, o que promove uma grande produção colaborativa, caracterizando ainda mais a cultura da convergência.

O fenômeno Harry Potter foi lançado inicialmente como uma série de livros, que foram sendo adaptados para o cinema à medida que os livros iam sendo publicados. Os lançamentos constantes de produtos da obra permitiram que a marca Harry Potter se consolidasse como franquia, conquistando inúmeros fãs ao redor do mundo.

A autora da obra, J. K. Rowling, criou não apenas uma história, ela construiu um universo, que tem sido amplamente explorado pelas indústrias culturais. O consumo começou com Harry Potter, mas acabou sendo expandido para o ambiente mágico em que ocorrem os acontecimentos dos livros/filmes. A construção do parque na Universal Studios em Orlando é um forte exemplo disso, pois possui lojas iguais às da narrativa, vendendo produtos que são citados na trama, como os Feijõezinhos de

⁵ Web 2.0 foi um termo que se tornou popular em 2004, tendo sido criado para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, onde o foco é o ambiente interacional, que engloba inúmeras linguagens e motivações.

Todos os Sabores, os Sapos de Chocolate e a Cerveja Amanteigada, que, apesar do nome, não é alcoólica. Sendo assim,

Harry Potter então, não é apenas os livros que lemos, os filmes a que assistimos ou as coisas que compramos. O texto e as imagens de Harry Potter tornam-se parte de quem somos. Isso é verdadeiro para as pessoas, como indivíduos, e é verdadeiro para “nós”, como cultura global⁶. (HEILMAN, 2003, p.2).

Costa (2015) explica que uma cultura globalizada⁷ apresenta novos modos de produção e consumo, o que acaba afetando os indivíduos consumidores em diversos aspectos sociais e emocionais, alterando sua forma de pensar e enxergar como deve ser a vida. Dessa forma, Bourdieu comenta que:

O consumo de bens pressupõe — sem dúvida, sempre e em graus diferentes segundo os bens e os consumidores — um trabalho de apropriação; ou, mais exatamente, que o consumidor contribui para produzir o produto que ele consome mediante um trabalho de identificação e decifração que, no caso da obra de arte, pode constituir a totalidade do consumo e das satisfações que ele proporciona, exigindo, além do tempo, determinadas disposições adquiridas com o tempo. (BOURDIEU, 2007, p. 95).

Ainda nesse âmbito de consumo e cultura, Bourdieu (2007) define o capital cultural como sendo uma integração entre os gostos, aprendizados escolares, referências culturais, heranças familiares e bens materiais culturais, como livros e pinturas. Já o capital econômico é conceituado por Bourdieu (2007) sob a forma de diferentes meios de produção e conjuntos de bens econômicos, ou seja, como riqueza material e possibilidade de adquirir bens e serviços. Então, entendemos que o capital cultural de um sujeito é moldado ao longo da vida, possuindo uma espécie de vínculo com o capital econômico. Dessa forma, uma alta acumulação de capital econômico pode influenciar diretamente no quanto um indivíduo consegue acumular de capital cultural.

Sendo assim, Fiske (1992) argumenta que a acumulação de capital cultural

⁶ Tradução livre da autora.

⁷ A cultura globalizada está diretamente relacionada com a globalização da mídia e dos avanços tecnológicos. Dessa forma, Herman e McChesney (1997, p. 1) explicam que "desde o princípio dos anos 80 tem havido uma dramática reestruturação das indústrias de mídia nacionais, com a emergência de um mercado de mídia comercial global".

(BOURDIEU, 2007) é sinalizada “também” pela coleção de objetos, visto que fãs tendem a ser ávidos colecionadores, fazendo com que essas coleções sejam o ponto de encontro dos capitais cultural e econômico. Entendemos, então, a necessidade de explicitar que objetos colecionáveis ampliam o espectro das possibilidades de formação do capital cultural, a exemplo dos próprios livros e filmes. Dessa forma:

(...) torna-se possível perceber como uma ligação, cada vez mais estreita do fã com seu objeto, foi moldada por meio de uma lógica econômica que, aos poucos, foi se infiltrando e interferindo sobremaneira na relação afetiva que o mesmo desenvolveu com o *fandom* e com o universo fantástico. (COSTA, 2015, p. 37).

Então, foi criada a marca *Wizarding World*, que engloba diversos produtos culturais da marca HP, o que torna possível compreender a dimensão dessa franquia midiática, cujo sucesso começou com uma série de livros.

Figura 1 – O Império Multibilionário de Harry Potter

O IMPÉRIO MULTIBILIONÁRIO DE HARRY POTTER



⚡ VALOR ESTIMADO DA FRANQUIA HP
\$25 BILHÕES

⚡ NÚMERO DE LIVROS VENDIDOS
MUNDIALMENTE
500 MILHÕES

⚡ NÚMERO DE LÍNGUAS EM QUE FOI
PUBLICADO
80

⚡ QUANTIA ARRECADADA EM VENDAS DE
BILHETERIA MUNDIALMENTE
\$7,7 BILHÕES



Fonte: Site Expanded Ramblings⁸. Arte elaborada pela autora (2019)

A figura acima apresenta fatos numéricos referentes ao consumo de produtos da marca Harry Potter, demonstrando a relevância dela dentro dos âmbitos cultural e

⁸ Disponível em < <https://expandedramblings.com/index.php/harry-potter-statistics-facts/>>

econômico. Esses dados ajudam a compreender a dimensão do nosso fenômeno, que é um dos aglomerados de produtos culturais mais lucrativos e propagados que já existiu.

A cultura e o consumo existem entrelaçados independentemente dos fãs e do *fandom*. Isso é pressuposto da existência de uma sociedade de consumo, que, por sua vez, permite a construção de identidades por meio do consumo de objetos culturais. Dessa forma, Costa argumenta que:

Os fãs dessa geração se mostram aficionados pelas obras, colecionam, trocam informações e criam fã clubes. A facilidade de comunicação entre fãs e entre fãs e produtores nos aproxima dos modos de práticas de fãs do contemporâneo. (2015, p. 33).

Então, por vivermos em um período marcado por diversos avanços tecnológicos, em um contexto globalizado, percebemos que as noções de tempo e espaço têm sido reconfiguradas, o que facilita para os fãs se comunicarem entre si, principalmente através das redes sociais digitais. Os mais variados *fandoms* podem ser encontrados em sites, grupos ou páginas de discussão, como no *Facebook*. O advento da internet também possibilitou aos fãs uma maior facilidade para comprar itens da marca, de forma que até mesmo as edições de colecionador se tornam mais acessíveis. Essa característica global que a rede proporciona também permite que os fãs tenham acesso a itens da marca que só seriam vendidos em outro país.

Em virtude do que foi mencionado anteriormente, nós percebemos que Harry Potter é muito mais do que livros e filmes, é uma grande corporação, que está inserida em quase todas as áreas da indústria cultural. Esse modelo de negócio, focado na convergência midiática (JENKINS, 2008) e atento aos avanços tecnológicos, tem sido bastante utilizado por diversas marcas de produtos culturais, como por exemplo *Star Wars*, que está lançando novos filmes, livros e brinquedos.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Em uma época em que a tecnologia está presente nas mais diversas atividades cotidianas, e as relações virtuais assumem um papel cada vez mais importante, as redes sociais digitais acabam se tornando bastante difundidas, tendo se constituído como um excelente aporte para uma maior integração entre os fãs. O *Facebook*,

plataforma que será utilizada para a constituição do *corpus* da pesquisa que se projeta e coleta de dados, é um espaço que permite diversos tipos de interação, como publicação de fotos e vídeos, divulgação de eventos, “ostentação”, dentre outras funcionalidades.

Baseado nesse panorama, elaboramos a pergunta desta pesquisa: **como os fãs de Harry Potter constroem suas identidades no *fandom* por meio de suas interações nas redes sociais digitais?**

1.3 OBJETIVO GERAL

Analisar como os fãs de HP constroem suas identidades no *fandom* por meio de suas interações nas redes sociais digitais.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Descrever como se dá a construção de identidade do fã de HP por meio do consumo;
- Discutir o papel do fã de HP na cultura da convergência;
- Analisar como os significados sociais são construídos pelas interações virtuais;
- Mapear as práticas dos fãs no *fandom* HP.

Considerando o que foi tratado até o presente momento, em associação com nossa pergunta de pesquisa, fazemos uma apresentação da obra no segundo capítulo. Nós destacamos alguns aspectos acerca da história, dentre eles a importância do simbolismo para os fãs. Apresentamos também dados relativos à saga, com o objetivo de contextualizar nosso fenômeno.

A identidade é o elemento basilar do terceiro capítulo, onde indicamos o trajeto de Estudos Culturais que seguimos. Ainda dentro desse contexto identitário, nós abordamos a importância social e cultural dos corpos, refletindo sobre a externalização de identidade através de tatuagens, e o poder simbólico que elas possuem.

O quarto capítulo é centrado na Sociedade de Informação, onde comentamos sobre os aspectos da atual sociedade globalizada. Optamos por uma pesquisa em meio virtual, então, nesse capítulo, explicamos conceitos relacionados a avanços

tecnológicos, bem como a importância da rede no nosso cotidiano. Também comentamos sobre o advento das redes sociais digitais, que têm modificado não apenas as formas comunicacionais, mas também a maneira como se dão as interações sociais.

No quinto capítulo apresentamos os procedimentos metodológicos que foram utilizados, bem como detalhamos a escolha do *corpus*. Apresentamos também o protocolo (FREITAS E LEÃO, 2012), que serviu de guia para a nossa investigação em meio virtual.

A partir do sexto capítulo começamos a análise funcional dos discursos, que foram colhidos no *Facebook*. Exibimos as funções relativas às atividades de fãs identificadas nas interações, exemplificando-as.

O sétimo capítulo é centrado na exibição das trincas de significação que cada uma das atividades de fã gerou, em que discutimos também os resultados da nossa análise.

2 O MUNDO MÁGICO DE HARRY POTTER

Uma viagem de trem entre Manchester e Londres em 1990 foi o suficiente para que Joanne Rowling (o nome do meio, Kathleen, só foi adicionado depois, fazendo com que ela ficasse conhecida por J.K. Rowling) tivesse a primeira ideia do que viria a ser uma das maiores franquias mundiais. A mãe dela faleceu pelo agravamento da esclerose múltipla no fim desse mesmo ano, o que a motivou a se mudar para Portugal. J.K. sempre levava o manuscrito do livro com ela, tendo o enviado para um agente quando terminou. Não teve sucesso na empreitada, pois recebeu como retorno do referido agente a primeira negativa de publicação. O livro foi recusado ainda por diversas editoras, por ser considerado muito longo para o público a que estava destinado: infanto-juvenil. Então, a Bloomsbury havia acabado de criar um selo editorial infantil, aceitando publicar *Harry Potter and the Philosopher's Stone*⁹, que foi lançado em 1997. A versão americana da obra foi editada pela Scholastic, tendo sido publicada em 1998. Já a versão brasileira se tornou uma realidade no começo dos anos 2000 sob o selo da Rocco. A partir daí, os outros livros da saga começaram a ser publicados, conforme os títulos e anos de publicação apresentados no quadro abaixo.

Quadro 1 – Lançamentos dos Livros

	Reino Unido	Estados Unidos	Brasil
<i>Harry Potter e a Pedra Filosofal</i>	26/06/97	01/09/98	Abril de 2000
<i>Harry Potter e a Câmara Secreta</i>	02/07/98	02/06/99	Agosto de 2000
<i>Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban</i>	08/07/99	08/09/99	Dezembro de 2000
<i>Harry Potter e o Cálice de Fogo</i>	08/07/00		Junho de 2001
<i>Harry Potter e a Ordem da Fênix</i>	21/06/03		29/11/03
<i>Harry Potter e o Príncipe Mestiço</i>	16/07/05		26/11/05
<i>Harry Potter e as Relíquias da Morte</i>	21/07/07		04/12/07

Fonte: Oliveira, 2016, p. 22

⁹ Em português, o primeiro livro é chamado de *Harry Potter e a Pedra Filosofal*.

A saga original é composta de 7 livros, que acompanham a trajetória de um menino órfão, Harry Potter, que descobre no seu décimo primeiro aniversário a existência de um mundo mágico, e que ele é um bruxo. Mas ele não é apenas um bruxo, ele é o responsável pelo desaparecimento do Lorde das Trevas, Voldemort (ou você-sabe-quem), o grande vilão da história. As obras narram os acontecimentos da vida de Harry, desde aventuras na escola de magia e bruxaria de Hogwarts, onde ele estuda com seus amigos Rony e Hermione, até embates contra bruxos e forças malignas.

Os livros foram adaptados para o cinema, originando 8 filmes. A *Warner Bros* comprou os direitos da saga no fim da década de 1990, lançando o primeiro filme da franquia em novembro de 2001. A certeza da produção dos filmes gerou muita expectativa entre os fãs, assim como também permitiu uma popularização ainda maior da franquia. Foi a partir do lançamento do primeiro filme que a marca começou a se expandir, sendo encontrada, inclusive, em forma de bens de consumo, como itens de colecionador e até mesmo álbum de figurinhas. A história ter sido adaptada para o cinema facilitou um maior vislumbre do universo criado por J.K. A equipe de produção precisou criar designs para os diversos objetos mágicos citados nos livros, o que tornou a comercialização desses produtos ainda mais fácil, pois é a partir desse momento que o simbolismo da marca se fortalece.

Os figurinos e locações também assumem papéis importantíssimos na disseminação do que eles simbolizam. Um exemplo disso é a estação de *King's Cross*, em Londres, que é citada nos livros como sendo o local de embarque do trem para Hogwarts. Na história, o trem sai todo primeiro de setembro da estação 9 $\frac{3}{4}$, que foi imortalizada na real estação de *King's Cross* e recebe diversos fãs diariamente. No entanto, o local atrai ainda mais fãs todo primeiro de setembro, por conta do simbolismo da data naquele específico local. A figura 2 retrata justamente a plataforma da estação de *King's Cross*, cujos elementos cenográficos permitem que os fãs tenham uma experiência imersiva.

Figura 2 – Foto da Plataforma 9 ¾ da Estação King's Cross



Fonte: Site da estação King's Cross

Primeiro de setembro é uma data tão relevante para a história, que, em 2015, a própria J.K. Rowling fez uma publicação no Twitter, criando a *#BackToHogwarts*, que rapidamente entrou nos *trending topics* da rede social, e se tornou viral¹⁰. Então, anualmente os fãs retomam essa hashtag em diversas redes sociais digitais, e se entregam à nostalgia que o dia primeiro de setembro traz (Pottermore, 2019). Outras datas também são lembradas e celebradas pelos fãs, principalmente no contexto das redes sociais digitais, como os aniversários dos protagonistas e até mesmo o dia em que Harry fica órfão¹¹. Então, entendemos essa nostalgia como sendo um dos elementos que mantém os fãs de HP conectados à obra, sobretudo os fãs que acompanharam a saga desde o começo, “crescendo” junto aos personagens.

Como mencionado anteriormente, os 7 livros originaram 8 filmes, que estão

¹⁰ Diz-se que algo viraliza na internet quando é compartilhado por um grande número de pessoas. O tipo de mídia é indiferente nesse processo, de forma que filmes, vídeos, comentários, fotos, gifs, dentre tantos outros, podem se tornar virais.

¹¹ Esse é o começo da história, quando o bebê Harry Potter sobrevive ao ataque de Voldemort, fazendo com que o vilão desapareça por vários anos.

listados abaixo com suas respectivas datas de lançamento.

Quadro 2 – Lançamentos dos Filmes

	Reino Unido	Estados Unidos	Brasil
<i>Harry Potter e a Pedra Filosofal</i>	16/11/01	16/11/01	23/11/01
<i>Harry Potter e a Câmara Secreta</i>	03/11/02	14/11/02	22/11/02
<i>Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban</i>	31/05/04	04/06/04	04/06/04
<i>Harry Potter e o Cálice de Fogo</i>	18/11/05	18/11/05	25/11/05
<i>Harry Potter e a Ordem da Fênix</i>	13/07/07	11/07/07	11/07/07
<i>Harry Potter e o Enigma do Príncipe</i>	15/07/09	15/07/09	15/07/09
<i>Harry Potter e as Relíquias da Morte – Parte 1</i>	19/11/10	19/11/10	19/11/10
<i>Harry Potter e as Relíquias da Morte – Parte 2</i>	15/07/11	15/07/11	15/07/11

Fonte: Oliveira, 2016, p. 22

Então, os filmes significaram a expansão da saga, e, conseqüentemente de seus produtos culturais, de tal modo que foram lançadas outras obras relacionadas, como a série de jogos eletrônicos e alguns livros citados na história original. O sucesso da saga é tão grande e os fãs tão fiéis a ela, que, mesmo após anos do lançamento do último filme, continuam amando as histórias e o universo que foi criado por J.K. Rowling, exibindo um grau máximo de adoração, que perdura temporalmente.

Em vista disso, a franquia foi ampliada ainda mais, originando a marca Wizing World, cuja premissa é a expansão do mundo mágico através da nova série de cinematográfica: *Animais Fantásticos*. Ao todo serão 5 novos filmes, sendo que dois deles já foram lançados¹². Os *spin-offs* retomam parte das narrativas de HP, dando enfoque às histórias de personagens¹³ mencionados na saga “original”, assim como introduzem novos personagens. Percebemos também como as obras se

¹² O primeiro filme desse *spin-off* (histórias derivadas) é *Animais Fantásticos e Onde Habitam*, lançado em 2016. A segunda obra dessa expansão é *Animais Fantásticos e os Crimes de Grindewald*, lançado em 2018.

¹³ *Animais Fantásticos e os Crimes de Grindewald* abordam acontecimentos da vida de Dumbledore, um dos maiores bruxos de todos os tempos, mentor de Harry.

conectam por meio de determinados símbolos, expressões linguísticas, padrões de design e até mesmo a trilha sonora.

Fazer com que os novos filmes possuam semelhanças estéticas e uma narrativa diretamente relacionada a Harry Potter é fundamental para que os fãs da obra original vivenciem a nostalgia e, conseqüentemente, expandam sua admiração para essa nova saga. A presença de personagens conhecidos ajuda bastante o processo de identificação com a nova obra, como é o caso de Newt Scamander, que é o protagonista de *Animais Fantásticos*. Newt é um magizoologista, e já tinha sido apresentado nas histórias de HP como um famoso autor, responsável por um dos livros didáticos da escola. Contudo, esse mesmo livro, *Animais Fantásticos e onde Habitam* foi publicado em 2001 e funciona como um guia de espécies mágicas.

Todos os elementos de design gráfico dos filmes foram criados por Miraphora Mina e Eduardo Lima, fundadores da empresa MinaLima, que foi oficializada em 2010. Contudo, Mina está diretamente envolvida com a franquia desde o primeiro filme, enquanto Lima só começou a trabalhar no terceiro filme. Eles foram responsáveis por criar todos os elementos de design gráfico dos filmes, inclusive peças de apoio, os famosos *props*, como caixas de doces e panfletos das lojas *Honeydukes* e *Weasley's Wizard Wheezes*, o jornal bruxo *Profeta Diário*, a revista bruxa *Quibbler*, pôsteres da Copa Mundial de Quadribol, o Mapa do Maroto, dentre outros. Esses objetos são mencionados nos livros, e alguns deles possuem importância simbólica para a história, o que tornou necessária a criação de representações materiais para que os filmes também conseguissem explorar o universo mágico criado por J.K.

A saga HP possui uma narrativa centrada em assuntos de importância universal, como amizade, família, amor, morte e bullying. Ainda que a história aconteça em um “universo diferente”, o mundo bruxo também possui a clássica dualidade do bem *versus* o mal, contudo Rowling demonstra por meio de alguns personagens que a mente humana é muito complexa e não dá para dividir o mundo em branco e preto. Esse dualismo é apresentado desde o primeiro livro, e marca presença em todas as obras da série, de tal forma que Rowling nos faz refletir sobre o posicionamento de determinados personagens em situações específicas. Sendo assim, Harry Potter é uma obra de ficção, mas possui um enfoque no debate sobre questões éticas e morais, permitindo aos leitores desenvolver pensamento crítico,

como por exemplo em *Harry Potter e o Cálice de Fogo*, onde Hermione Granger¹⁴ cria uma Fundação de Apoio à Libertação dos Elfos-Domésticos¹⁵. A atitude dessa personagem contribui para a formação de uma ideologia baseada em princípios éticos, que são aceitos e replicados pelos fãs, principalmente os que se identificam com Hermione.

A ideia de um dualismo clássico, em que o bem derrota o mal é abordado de forma diferenciada na saga, pois tanto o herói como o vilão são órfãos e tiveram uma infância sofrida, tendo sido a identidade um dos fatores determinantes para que Harry tenha se tornado uma boa pessoa e Voldemort um dos bruxos mais temidos de todos os tempos. Ensinaamentos morais estão presentes em todos os livros, e, conseqüentemente, nos filmes, proporcionando aos leitores uma experiência de reflexão acerca de princípios éticos, empatia, respeito e até mesmo defesa de minorias.

De acordo com a teoria da Indústria Cultural, proposta por Adorno e Hockheimer (1985), toda a saga Harry Potter seguiria um padrão alienante, principalmente por causa do universo lúdico em que a história se passa. Contudo, a obra trata de tópicos universais¹⁶, funcionando como uma espécie de roteiro moral, através do ensinamento de valores. Ao longo dos 7 livros o fã encontra diversos cenários em que os personagens se veem diante de situações difíceis e ainda optam por agir de forma ética. O respeito às diferenças é um tema tratado frequentemente na obra, sempre focando em um discurso de igualdade.

Na história há 3 formas de ser bruxo: pertencendo a uma família bruxa (puro sangue), sendo mestiço (um dos pais é trouxa¹⁷) ou tendo pais trouxas e sendo “escolhido”. O debate que se estende por todos os livros é o do preconceito, visto que a motivação principal do vilão (Voldemort) é livrar o mundo mágico de bruxos que não sejam puro sangue. A ideia de Voldemort vai além da segregação, ele quer dominar esse bruxos que considera inferiores. É uma clara referência ao nazismo, em que uma raça se sente superior e age em prol do que considera o ideal, não impondo nenhum

¹⁴ Hermione Granger é a melhor amiga de Harry Potter, e uma das bruxas mais inteligentes e talentosas que já estudou em Hogwarts.

¹⁵ No contexto da saga, elfos domésticos pertencem a famílias ricas, e trabalham como escravos. A ideia de Hermione ao criar o F.A.L.E. é justamente impedir que os elfos continuem sendo tratados como posse de bruxos.

¹⁶ Consideramos tópicos universais: amor, amizade, luto, discriminação, etc.

¹⁷ Trouxa é a designação dada a pessoas que não possuem poderes.

tipo de limite para alcançar o que deseja. O discurso segue uma ideologia fascista, claramente representada no sétimo livro através da estátua do Ministério da Magia, que representava uma bruxa, um bruxo, um centauro, um duende e um elfo doméstico, sendo substituída pelo monumento Magia é Poder quando Voldemort ascende ao poder. Essa escultura representa a dominação dos bruxos puro sangue sobre os trouxas, retratando um bruxo e uma bruxa sentados em tronos, que, por sua vez, estão apoiados em corpos nus e retorcidos de trouxas. Dessa forma, é possível perceber como a obra é centrada em um senso moral e ético, permitindo aos fãs transpor esses valores para a realidade.

2.1 IDENTIDADE DE FÃ E SIMBOLISMO

O nível de admiração que um sujeito sente por uma obra, personalidade ou objeto é um dos fatores que vai contribuir para a formação da identidade de fã. Então, quanto mais um indivíduo gosta de algo, mais fã ele tende a ser, sendo comum vastos conhecimentos acerca de seu objeto de admiração. A habilidade de reconhecer símbolos relacionados ao foco de sua afeição também é diretamente relacionada ao quanto esse indivíduo se constrói como fã. Portanto, a identidade do fã pode ser entendida como uma face que o indivíduo adquire dentro de determinados contextos ou ao ter contato com algum símbolo que o remeta a seu objeto de adoração. O ser fã é um fragmento identitário que pode se mesclar a outros fragmentos de identidade, transpondo-se para outras esferas da vida.

Sendo assim, não se pode negar a importância desses traços de identidade na vida de um sujeito. Então, mesmo que esses fãs estejam vivendo em outra fase da vida¹⁸, é possível perceber como o simbolismo de Harry Potter se mantém presente em sua essência, constituindo ainda hoje, inclusive, elementos identitários dos indivíduos.

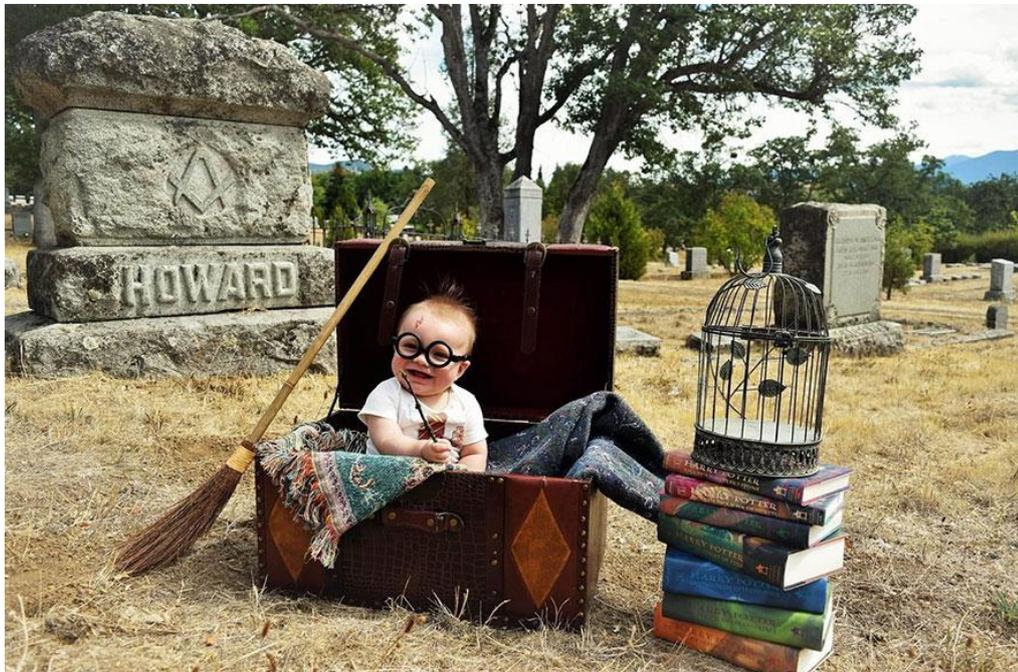
Entendemos que esses fãs, que eram crianças e pré-adolescentes na época de lançamento do primeiro livro, em 1997, são atualmente adultos. Essa geração que cresceu “junto” aos personagens encontra-se agora em uma nova fase de vida, mas continua considerando a série como um elemento de formação identitária. Então, Belk

¹⁸ O primeiro livro (*Harry Potter e a Pedra Filosofal*) foi lançado em 1997 e, por ser uma obra infanto-juvenil, a idade média dos fãs naquela época era algo entre 10 e 15 anos. Esses foram os fãs que “cresceram” junto com a obra, e hoje são fãs adultos.

(1988) propõe que a identidade do ser humano é representada pelo self, o “eu”. Ele argumenta ainda que nós encaramos nossas posses como partes de nós mesmos, assim como lugares, pessoas e experiências tendem a ser vistos mais claramente como uma parte do “eu estendido” (BELK, 1988)

Sendo assim, quando um fã decide realizar uma celebração ou ensaio fotográfico temático, por exemplo, ele está apenas externando para o mundo uma parte de sua identidade, uma parte do que ele é. Ao realizarem essa transferência simbólica para os filhos, os fãs estão transmitindo às crianças seus próprios valores e identidade. Do mesmo modo, ao decorar o quarto do recém-nascido com símbolos de Harry Potter, os fãs estão estendendo o objeto de sua admiração para o novo membro da família (Figura 3). Essa seria, talvez, uma forma de incentivar, desde cedo, o interesse da criança pelo que os pais, como fãs, gostam. Sendo assim, é fácil compreender como uma mulher, que é mãe e também fã, acaba transmitindo a sua paixão para a criança, seja por meio de um ensaio fotográfico, decoração do quarto ou incentivando essa admiração de outros modos, mas desde cedo.

Figura 3 – Ensaio Fotográfico Temático de Harry Potter



Fonte: Site Bored Panda¹⁹

¹⁹ Disponível em <www.boredpanda.com>

Neste capítulo, abordamos também, como complemento aos argumentos até então desenvolvidos, o poder simbólico das casas de Hogwarts, refletindo sobre questões identitárias e de identificação. Harry Potter descobre ser bruxo quando completa onze anos, indo estudar na escola de magia e bruxaria de Hogwarts. Uma das principais características dessa instituição é a divisão de alunos por casas, que se dá através de uma cerimônia realizada pelo Chapéu Seletor, sempre no primeiro dia de aula. Hogwarts é dividida em quatro casas, sendo que cada uma valoriza determinadas qualidades e aptidões. Essas casas foram criadas pelos próprios fundadores da escola, possuindo seus sobrenomes. *Godric Gryffindor*, *Salazar Slytherin*, *Rowena Ravenclaw* e *Helga Hufflepuff*²⁰ são os quatro bruxos fundadores de Hogwarts, sendo também os responsáveis pela criação do Chapéu Seletor, que seleciona para qual casa cada aluno do primeiro ano vai.

As casas funcionam como entidades separadas, ou seja, cada uma tem a sua sala comunal, que dá acesso aos quartos, assim como mesas separadas no salão principal. Ao ser selecionado para determinada casa ao pisar em Hogwarts pela primeira vez, o aluno ficará vinculado àquela casa até o término dos estudos, que dura sete anos. As casas estão todas em uma mesma hierarquia, não havendo uma melhor do que outra. Contudo, há uma competição anual entre as casas, onde a pontuação é medida através das ações dos alunos, ou seja, bom desempenho acadêmico gera pontos, enquanto um mau desempenho faz com que a casa perca pontos. Essa competição estimula os alunos a darem o melhor de si no dia a dia, pois ganhar pontos para sua casa é sinônimo de orgulho, enquanto perdê-los (seja por mau desempenho acadêmico ou por burlar regras) gera vergonha. Não se sabe ao certo se o Chapéu Seletor considera as qualidades que a pessoa exhibe ou as que valoriza, contudo, na história, ele leva em consideração o que o aluno deseja, pois as escolhas pessoais de um indivíduo funcionam como um reflexo dos valores que esse sujeito enxerga em si próprio.

É evidente a importância das quatro casas para a construção da história como um todo, fazendo com que os elementos característicos de cada uma delas adquiram grandes valores simbólicos. Então, como na história, esse simbolismo é muito forte para os fãs, assim como a necessidade deles de identificação com essas casas. Em

²⁰ Em português são respectivamente: Grifinória, Sonserina, Corvinal e Lufa-Lufa

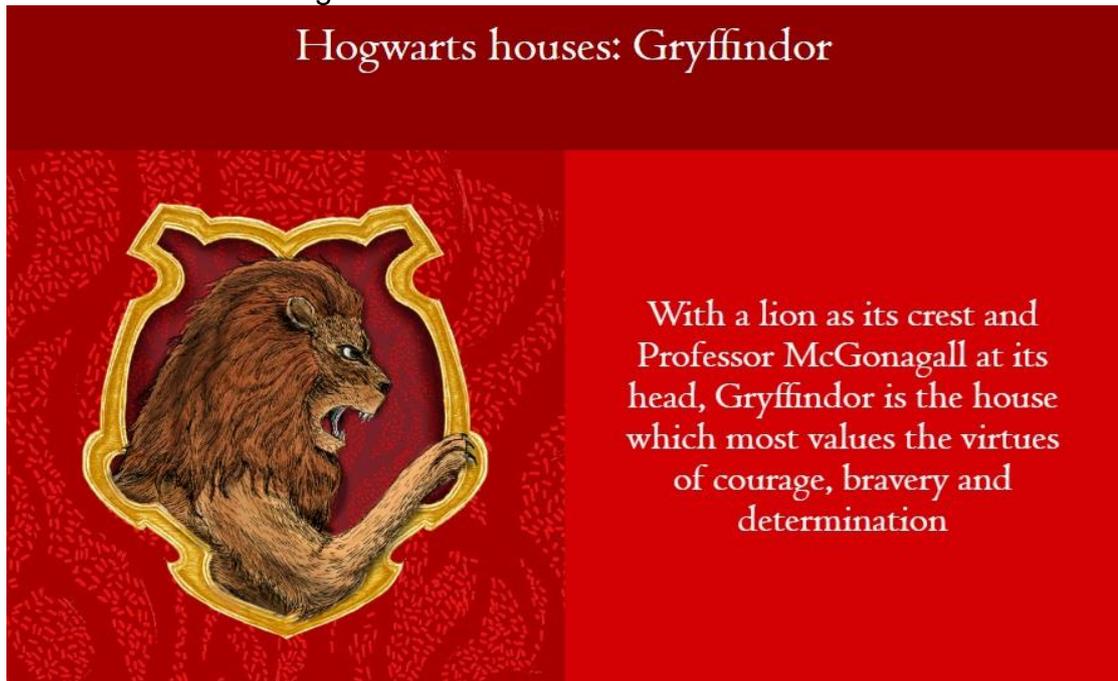
uma rápida busca na internet é possível encontrar diversos testes que determinam a casa de Hogwarts a que o sujeito pertenceria, mas, para um resultado mais conectado à história foi criada uma seleção no Pottermore. Na página de informações sobre o site é possível encontrar a seguinte descrição:

Pottermore.com é o canal oficial de entretenimento e notícias do Mundo Mágico. Ele oferece as últimas notícias e funcionalidades, o autêntico Chapéu Seletor e experiência de Patrono, e conteúdo original do arquivo de J.K. Rowling. Pottermore.com tem criado experiências digitais inovativas para fãs do Mundo Mágico desde 2012²¹.

Dessa forma, é possível perceber que há um teste oficial, que, se respondido de forma “honesto”, indica a casa a que o fã pertence. Então, o simbolismo da história é transmitido para os fãs de diversas formas, sendo uma das mais importantes a realização do teste no Pottermore, e, é por esse motivo, que nós trazemos as descrições das casas, disponíveis nesse site. As próprias descrições das casas permitem que os fãs se identifiquem mais com umas do que outras.

²¹ Pottermore.com is the official entertainment and news channel for the Wizarding World. It offers the latest magical news and features, the authentic Sorting Hat and Patronus experiences, and original archive content from J.K. Rowling. Pottermore.com has been creating innovative digital experiences for fans of the Wizarding World since 2012.

Figura 4 – Características da Grifinória



Fonte: Site Pottermore. (tradução livre da autora: Com o leão no seu brasão e a professora McGonagall como sua diretora, a Grifinória é a casa que mais valoriza virtudes como coragem, bravura e determinação.)

A Grifinória é tida como a casa dos heróis, justamente por possuir coragem e determinação como características distintivas.

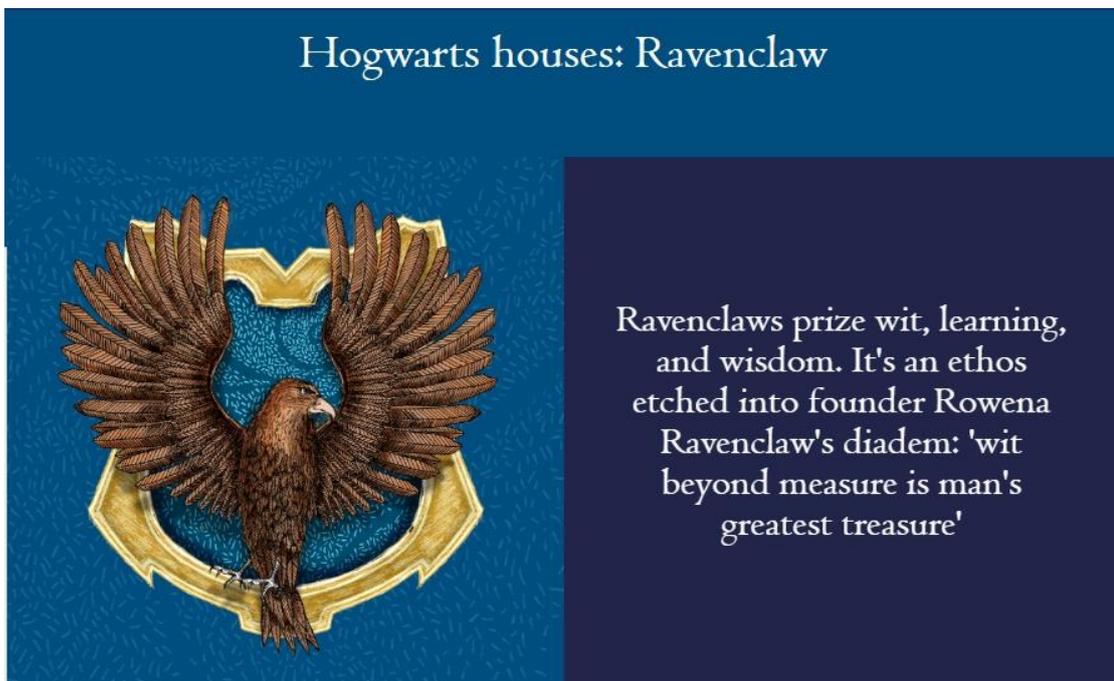
Figura 5 – Características da Sonserina



Fonte: Site Pottermore. (tradução livre da autora: A Sonserina produz mais do que sua quota de bruxos do mal, mas também produz líderes que são orgulhosos, ambiciosos e astutos. Merlin é um Sonserina particularmente famoso.)

Já a Sonserina, por sua vez, é enxergada como a casa dos vilões, mas não por conta de suas características específicas. O estigma negativo dessa casa está diretamente relacionado à presença de diversos personagens vilanescos.

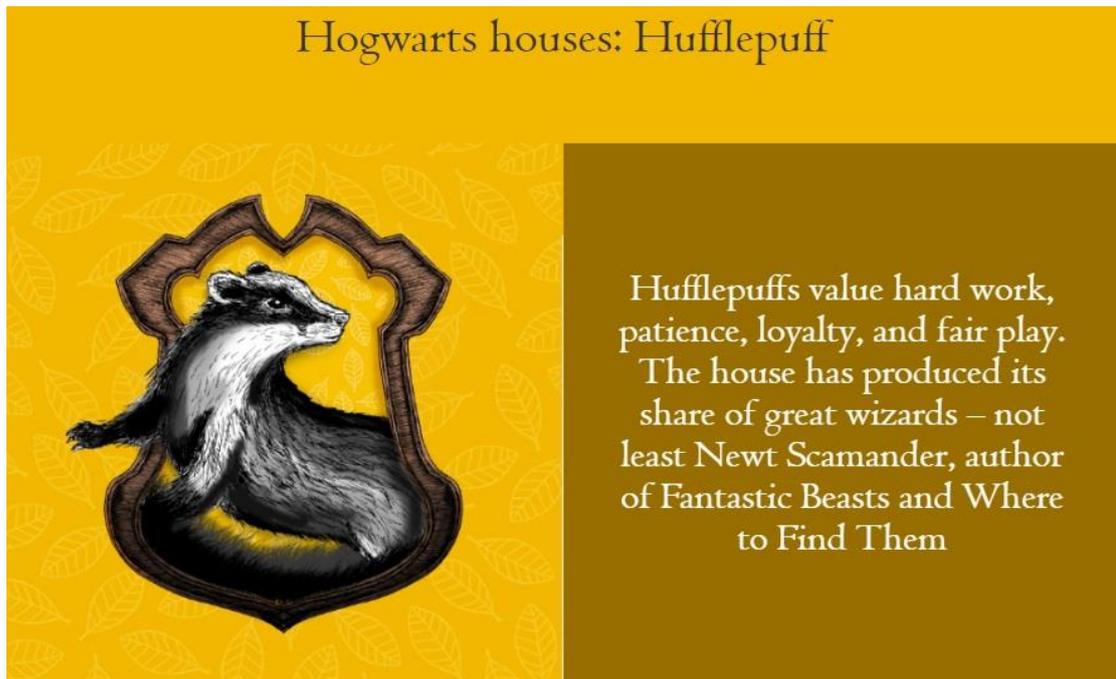
Figura 6 – Características da Corvinal



Fonte: Site Pottermore. (tradução livre da autora: Os Corvinos valorizam sagacidade, aprendizagem e conhecimento. É um ethos gravado no diadema da fundadora, Rowena Corvinal: sagacidade além da medida é o maior tesouro de uma pessoa.)

A Corvinal é uma casa que possui muitos adeptos, mesmo que não possua nenhum destaque especial na história. A ideia de uma casa cujo foco é a paixão pela aprendizagem e conhecimento foi muito bem recebida pelos fãs.

Figura 7 – Características Lufa-Lufa



Fonte: Site Pottermore. (tradução livre da autora: Lufanos valorizam trabalho duro, paciência, lealdade e jogo justo. A casa já produziu sua quota de grandes bruxos, entre eles Newt Scamander, autor de *Animais Fantásticos e Onde Habitam*.)

A Lufa-lufa é uma casa que ganhou um destaque maior com o advento da nova série, *Animais Fantásticos*, contudo ainda é a casa que possui menos fãs. Uma outra particularidade que precisamos abordar sobre as casas de Hogwarts é o simbolismo que as cores delas assumem. O Pottermore apresenta um texto, escrito pela própria J.K. Rowling, que explica a livre associação das cores das casas com os quatro elementos. A Grifinória é representada por vermelho e dourado, sendo relacionada ao fogo, e possui como mascote um leão, animal comumente associado à coragem, principal característica dessa casa. A Sonserina é associada à água, sendo simbolizada por verde e prateado, possuindo como mascote uma cobra, pois o fundador da casa, Slytherin, era ofidioglota²². Já a Lufa-Lufa, representada por amarelo e preto, é relacionada à terra, e possui como mascote um texugo. Por último, temos a Corvinal, que simboliza o ar através das cores azul e bronze, e pela águia, mascote da casa. O simbolismo presente nessas cores vai muito além dessa conexão com os elementos, visto que, para os fãs, elas representam uma imersão nesse mundo mágico, assim como os mascotes das casas. Características identitárias, como

²² Bruxo que possui a habilidade de se comunicar com cobras.

pertencimento ou identificação, são muitas vezes representadas apenas com o uso das cores, sem necessidade de outros signos da saga. Dentro do contexto do *fandom* é comum ver fãs expressando seu amor pelo universo ao utilizar a cor de sua casa em peças de roupa, objetos decorativos e até mesmo em tatuagens. No ambiente virtual, os fãs evidenciam essa admiração através do uso de emoticons de coração nas cores de suas casas.

De um ponto de vista mercadológico, percebemos a predominância das 4 cores das casas (vermelho, verde, azul e amarelo) em uma vasta quantidade de produtos. A utilização dos brasões das casas, seus animais e suas cores faz com que os fãs se identifiquem ainda mais com os objetos. O sujeito identifica-se com os símbolos duplamente: por ser um bem pertencente à saga de que ele é fã, e pela ligação emocional desse fã com uma das casas.

Considerando as casas de Hogwarts e as características identitárias de cada uma delas, percebemos que a própria identidade de fã pode ser fragmentada, quando o sujeito se identifica com uma das casas ao ler sua descrição, não identificando-se com as outras. Pesquisas indicam que obras ficcionais podem influenciar como as pessoas se veem. No caso de Harry Potter, a organização de alunos em comunidades ou “casas”, que apresentam características específicas, pode ter influenciado a visão de sujeito de milhares de leitores (CRYSEL et al., 2015).

Mencionamos anteriormente o quanto o universo de Harry Potter têm crescido desde o lançamento do primeiro livro em 1997. A expansão da saga foi tão grande, principalmente nos últimos anos, que criamos um quadro de obras relacionadas, jogos e atrações turísticas.

Quadro 3 – Obras Relacionadas, Jogos e Atrações Turísticas

OBRAS RELACIONADAS	JOGOS	ATRAÇÕES
<i>Fantastic Beasts and Where to Find Them</i> – Livro (2001)	<i>Lego Creator: Harry Potter</i> (2001)	<i>The Wizarding World of Harry Potter – Hogsmeade in Islands of Adventure</i> - Orlando (2010)

<i>Quidditch Through the Ages</i> – Livro (2001)	<i>Trading Card Game</i> (2001)	<i>Warner Bros. Studio Tour London</i> (2012)
<i>The Tales of Beedle the Bard</i> – Livro (2008)	<i>Lego Harry Potter</i> – Sets de Lego (2001 – Atualmente)	<i>The Wizarding World of Harry Potter – Diagon Alley</i> – Orlando (2014)
<i>Pottermore</i> – Website (2011)	<i>Harry Potter and The Philosopher's Stone</i> (2001)	<i>The Wizarding World of Harry Potter</i> – Japão (2014)
<i>The Cursed Child</i> – Roteiro da Peça (2016)	<i>Harry Potter and The Chamber of Secrets</i> (2002)	<i>The Wizarding World of Harry Potter</i> – Hollywood (2016)
<i>The Cursed Child</i> – Peça de Teatro Britânica (2016)	<i>Quidditch World Cup</i> (2003)	
<i>Short Stories from Hogwarts of Power, Politics and Pesky Poltergeists</i> – Ebook (2016)	<i>Harry Potter and The Prisoner of Azkaban</i> (2004)	
<i>Short Stories from Hogwarts of Heroism, Hardship and Dangerous Hobbies</i> – Ebook (2016)	<i>Harry Potter and The Goblet of Fire</i> (2005)	
<i>Hogwarts: An Incomplete and Unreliable Guide</i> – Ebook (2016)	<i>Harry Potter and The Order of The Phoenix</i> (2007)	
<i>Fantastic Beasts and Where to Find Them</i> – Filme (2016)	<i>Harry Potter and the Half-Blood Prince</i> (2009)	
<i>Fantastic Beasts and Where to Find Them</i> – Roteiro (2016)	<i>Lego Harry Potter: Years 1–4</i> (2010)	
<i>Fantastic Beasts: The Crimes of Grindelwald</i> – Filme (2018)	<i>Harry Potter and the Deathly Hallows – Part 1</i> (2010)	

<i>Fantastic Beasts: The Crimes of Grindelwald</i> – Roteiro (2018)	<i>Lego Harry Potter: Years 5–7</i> (2011)	
	<i>Harry Potter and the Deathly Hallows – Part 2</i> (2011)	
	<i>Book of Spells</i> (2012)	
	<i>Book of Potions</i> (2013)	
	<i>Hogwarts Mystery</i> (2018)	
	<i>Wizards Unite</i> (2019)	

Fonte: Elaborado pela autora

É importante ressaltar que para a construção dessa tabela foram utilizados apenas produtos oficiais e de ampla divulgação. Contudo, há ainda produtos oficiais que são considerados itens de colecionador, como cachecóis das casas, Mapa do Maroto, bilhete da plataforma 9 ^¾, varinhas, dentre muitos outros objetos. Na categoria bens de consumo, podemos encontrar produtos licenciados, mas que possuem um alcance mais local, como as roupas vendidas pela Riachuelo, C&A e Piticas, objetos de uso pessoal da Imaginarium e itens variados nas Lojas Americanas. Nessa categoria também podem ser considerados utensílios de papelaria e de uso doméstico.

Em 2016, a Riachuelo lançou uma coleção temática de Harry Potter, que foi amplamente divulgada no Facebook da empresa, assim como em diversos grupos de fãs, como é o caso da página Harry Potter – Brasil.

Figura 8 – Divulgação da coleção Harry Potter – Riachuelo no Facebook

Riachuelo
25 de outubro de 2016 · 🌐

Ao todo serão 40 peças, incluindo t-shirts, pijamas e produtos para a decoração da casa. 🏠



Coleção-cápsula do Harry Potter chega às lojas a partir do dia 8/11! | Riachuelo
O mundo mágico de Hogwarts nunca esteve tão próximo! - Visite Riachuelo.com.br
RIACHUELO.COM.BR

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

👍 🗨️ 🗨️ 3,8 mil Comentários mais relevantes *

671 compartilhamentos

Fonte: Página da Riachuelo no Facebook

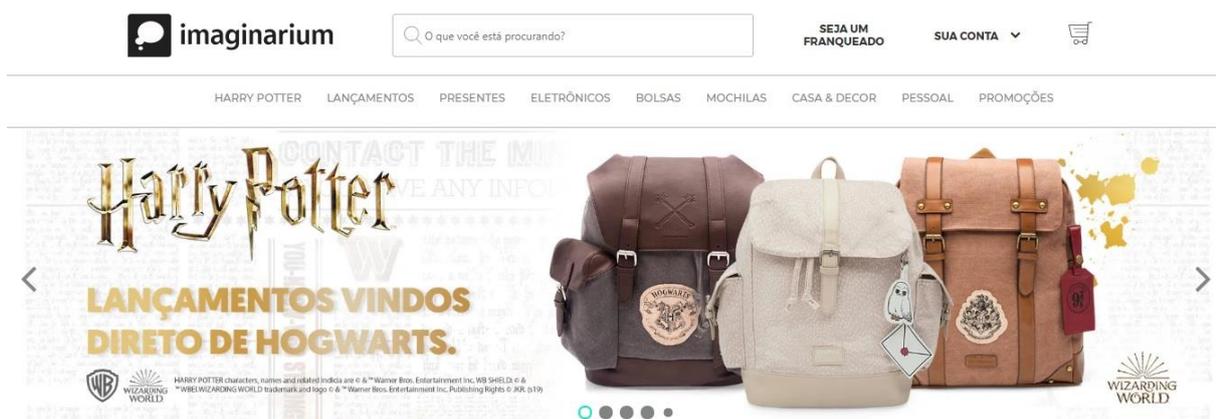
Buscando contextualizar a marca Harry Potter no Brasil, optamos por trazer imagens de coleções e produtos pertencentes a marcas nacionais, como é o caso da Imaginarium e da Píticas

Figura 9 – Coleção Harry Potter da Imaginarium



Fonte: Site Geek Publicitário

A loja de decoração e objetos pessoais, Imaginarium, tem lançado regularmente produtos de Harry Potter, tendo criado uma aba exclusiva para a marca HP no site de vendas da empresa (figura 10).

Figura 10 – Página Inicial da Loja Imaginarium²³

Fonte: Site da Imaginarium

Já no site das Lojas Americanas é possível encontrar uma grande variedade de produtos relacionados à marca HP, desde livros e DVDs a objetos de papelaria,

²³ Acesso em 04 de outubro de 2019

decoreção e até brinquedos.

Figura 11 – Cadernos à Venda no Site das Americanas



Fonte: Site das Lojas Americanas

Outra empresa brasileira que lucra com a marca HP é a Piticas, loja de camisetas nerds, que dá enfoque a um nicho mais específico.

Figura 12 – Anúncio de Produtos Harry Potter da Loja Píticas



Fonte: Site House Hogwarts

Em função do sucesso da saga em uma escala mundial, é possível perceber uma grande variedade de bens de consumo relacionados à marca The Wizarding World, de forma que procuramos entender a relação entre os fãs e esses produtos culturais. Sendo assim, pode-se afirmar que o ato de consumir está repleto de significados, considerando, portanto, quem consome o quê e por qual razão, de modo que ser fã de uma obra ou marca faz com que a pessoa crie um vínculo emocional com os produtos, tornando-se consumidores em potencial de produtos da marca. Entender o que está por trás desses questionamos é o que permite compreender uma das facetas do ser humano, o comportamento do indivíduo fã-consumidor, conforme a afirmação de Enne, que corrobora tal linha de raciocínio:

No mesmo momento em que a cultura jovem, como denomina E. Hobsbawm, está se constituindo, também assistimos à transformação de uma “sociedade industrial voltada para o consumo” para uma “cultura do consumo”, em que a capacidade (evidentemente sempre existente) dos bens materiais de significarem e produzirem sentido se amplia consideravelmente. (2010, p. 21)

São vários os elementos que determinam o comportamento do consumidor, dentre eles as motivações, a personalidade e o autoconceito do indivíduo (KARSAKLIAN, 2000). Outros fatores, principalmente de ordem social, como desejo de pertencimento a um grupo, acabam influenciando a decisão do consumidor (ROCHA; HAMMOND e HAWKINS, 2008). Os humanos são seres sociais – que sentem a necessidade de pertencer a grupos, que, por sua vez, costumam ser

formados pela presença de elementos semelhantes, como a preferência pelas mesmas obras culturais, tipos de comida ou até mesmo a crença em determinadas práticas sociais. Gostos em comum acabam sendo um fator base na formação de um grupo, geralmente manifestados através do consumo, desta forma “[...] o modo de vida adotado por um indivíduo compreende o consumo de produtos, o qual possibilita refletir a imagem de seu status para os demais” (KARSAKLIAN, 2000, p.100-101).

Já Douglas e Isherwood (2006) explicam o valor cultural dos produtos, defendendo que os bens de consumo possuem uma importância que vai além do valor comercial e do caráter utilitário. Esta relevância é baseada na habilidade que os bens possuem de comunicar e carregar significados culturais. Niemeyer (2003) explica que os produtos entram em circulação já repletos de expressões, que acontecem durante sua elaboração e produção. Ao serem comercializados, passam a ser elementos de comunicação objetiva e permitem que o consumidor que os detém se expresse, com ele, o produto, para ele mesmo, o próprio consumidor, e para a sociedade. Cada produto possui uma vasta gama de interpretações, que ocorrem de acordo com as vivências sociais e culturais dos consumidores (NIEMEYER, 2003). O signo, fenômeno que se conecta com o repertório de experiências do indivíduo, possui grande importância para que se possa compreender o apelo despertado por determinados bens.

Memória, referências, experiência de vida, conhecimento compõem o repertório. É a partir deste repositório que a relação comunicativa se estabelece. Só tem significado o que pode se relacionar com algo já conhecido (NIEMEYER, 2003, p. 26).

Dessa forma, o comportamento de um fã de Harry Potter ao deparar com um objeto da marca será completamente diferente da reação esboçada por uma pessoa que não tenha qualquer vínculo com a obra. O fã reconhecerá os signos, pois eles estão conectados com o repertório de experiências vivenciadas pelo sujeito como fã. Entendemos ainda: os fãs desejam esse objeto, que, para ele, portará outros significados, inclusive os que relacionam a sua identidade com os elementos com os quais se identifica na obra.

Um diferente aspecto relacionado com as práticas de consumo é seu caráter hedônico. A busca pelo prazer é um elemento de diferenciação do consumo utilitário, no qual o impulso de compra assume características pragmáticas. Dessa mesma

perspectiva, Campbell comenta que:

Os objetos possuem utilidade ou capacidade de proporcionar satisfação. É, nesse sentido, um atributo intrínseco das coisas reais: o alimento pode aliviar a fome, a roupa proporciona calor, as casas, abrigo, as pessoas, afeição. O prazer, por outro lado, não é uma propriedade intrínseca de qualquer objeto, mas um tipo de reação que os homens têm comumente, ao encontrar certos estímulos...Procurar satisfação é, assim, envolver-se com objetos reais, com o fim de descobrir o grau e a espécie de sua utilidade, enquanto procurar prazer é expor-se a certos estímulos, na esperança de que estes detonarão uma resposta desejada dentro de si mesmo. (2001, p. 91)

Ainda vislumbrando uma perspectiva teórica sobre o consumo, Campbell (2001) explica que o hedonismo tradicional era centrado nos prazeres sensoriais, mas que a modernização desse hedonismo passou a ser focada em emoções, entendidas aqui como acontecimentos que se acham “fora” do controle do indivíduo. Para os fãs, o vínculo com o objeto de admiração é baseado em emoções, que são “ativadas” sempre que há contato com algum simbolismo que remete à sua afeição. A condição é caracterizada por Jenkins (2008) como parte de uma economia afetiva, uma economia que rege a relação entre os fãs, a indústria e os produtos da cultura pop.

Mesmo que existam produtos da marca Harry Potter com características utilitárias, como roupas, os bens continuam adquirindo um status hedônico quando são consumidos por fãs, visto que os significados observados por estes indivíduos, mesmo em um objeto trivial, serão muito mais evidentes²⁴.

Assim, enquanto no mundo contemporâneo é tido como certo que as emoções se “originam” dentro das pessoas e atuam como forças que a impulsionam para a ação, é caracteristicamente verdadeiro que, nas culturas pré-modernas, as emoções são vistas como inerentes a aspectos da realidade, dos quais elas exercem sua influência sobre os seres humanos. (CAMPBELL, 2001, p. 106)

A cultura é um fator determinante para que se possa decifrar o mundo, e, conseqüentemente, é um elemento de influência quando se trata de consumo. O consumidor tende a comprar aquilo que conhece, que desperta o desejo de consumir, sendo este o motivo de que a participação em um *fandom* altera as relações de

²⁴ Entendemos que os fãs percebem mais significados nos objetos triviais, de forma que uma meia do elfo Dobby para um fã tem um significado extra: liberdade. (No contexto da saga, os elfos domésticos só são libertados quando recebem uma roupa do seu mestre. Dobby, grande admirador de Harry, torna-se um elfo livre ao receber uma meia.)

consumo. Thompson explica que:

[...] o padrão de cultura pode ser definido como significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças (1995, p.176).

Esses elementos culturais ganham forma física através de bens de consumo, permitindo aos fãs a experiência de decodificação de determinados símbolos. O simbolismo presente nos objetos costuma seguir um padrão, pois determinados elementos são mais facilmente reconhecidos do que outros. Nesse contexto, podemos citar a representação gráfica das relíquias da morte, brasões das casas de Hogwarts, cervo, óculos redondo com um raio, pomo de ouro, símbolos variados com as cores das casas, cachecois das casas em contextos diversos, corujas, Mapa do Maroto, varinhas e o próprio castelo de Hogwarts. A seguir trazemos um quadro que descreve alguns desses elementos simbólicos.

Quadro 4 – Símbolos de HP

Símbolos	Descrição
<p>Mapa do Maroto</p> 	<p>É um mapa mágico de Hogwarts, que exibe todos os corredores e passagens secretas do castelo, assim como a localização exata de cada pessoa dentro da escola. Foi criado pelo pai de Harry, Tiago Potter, e seus amigos, Sirius, Lupin e Rabicho, quando estudavam em Hogwarts. Foi mencionado pela primeira vez em Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban, o terceiro livro. O mapa é um elemento muito importante para o desenvolvimento da história, pois é muito utilizado por Harry em diversas situações.</p>
<p>Relíquias da Morte</p> 	<p>As Relíquias da Morte são três itens mágicos muito poderosos, que teriam sido criados pela própria Morte: a Varinha das Varinhas, a Pedra da Ressurreição e a Capa da Invisibilidade. Juntos, estes objetos tornam seu possuidor o Senhor da Morte, e, segundo a lenda, imortal. As Relíquias da Morte aparecem na saga em formato de mito, sendo diretamente relacionadas ao personagem de Gellert Grindewald²⁵. É um símbolo que, apesar de possuir um significado controverso na história, virou um dos mais marcantes da franquia.</p>
<p>Cervo</p>	<p>É a representação do patrono de Harry. O Expecto Patronum é um feitiço usado na saga para afastar dementadores, criaturas monstruosas que se alimentam da felicidade das pessoas. De</p>

²⁵ Grindewald é um supervilão do universo Harry Potter. Ele é mencionado na saga original, contudo sua história está sendo desenvolvida na franquia de Animais Fantásticos e Onde Habitam, em que ele é o vilão.

	<p>acordo com a própria J.K. Rowling, os dementadores são uma analogia à depressão, tanto que, para o feitiço do patrono funcionar, os bruxos precisam pensar em suas memórias mais felizes.</p>
<p>Óculos redondo com raio</p> 	<p>É uma representação minimalista do personagem Harry Potter, cujas características marcantes são o óculos redondo e a cicatriz em formato de raio na testa. Também pode ser entendido em uma significação mais ampla, como a admiração pela saga como um todo.</p>
<p>Pomo de ouro</p> 	<p>O pomo é uma das bolas utilizadas no Quadribol (que possui 3 outras bolas) e a peça mais importante desse esporte bruxo, pois, além de determinar a finalização do jogo, é a que vale mais pontos. Na dinâmica do jogo, o pomo de ouro vale 150 pontos, devendo ser capturado pelo apanhador, que, no caso da Grifinória, é o próprio Harry Potter. Ele é representado por uma esfera cor-de-ouro do tamanho de uma noz com asas de prata, que voa, de forma extremamente rápida, em torno do campo de Quadribol. Enquanto o apanhador tenta localizar o pomo, os artilheiros fazem “gols” com uma das bolas, a goles. As outras duas peças do jogo são os balaços (bolas enfeitiçadas), que tentam derrubar os jogadores das vassouras. Os batedores são responsáveis por defender sua equipe dos balaços, enquanto tentam arremessar o balaço contra o time inimigo.</p>

Fonte: elaborado pela autora

Nesse capítulo, apresentamos dados que comprovam a relevância do fenômeno escolhido. Também explicamos alguns elementos narrativos e simbólicos da saga, de forma a oferecer uma contextualização da obra. Como mencionado anteriormente, o simbolismo possui grande importância para os fãs, permitindo que eles se conectem de diferentes formas à obra. Então, o próximo capítulo tem como objetivo debater questões identitárias, traçando uma trajetória com embasamento nos Estudos Culturais.

3 IDENTIDADE E A SOCIEDADE DE INFORMAÇÃO

Começamos esse capítulo dando enfoque aos Estudos Culturais, que tiveram início no final da década de 1950, ganhando força durante os anos 1960 através do *Centre for Contemporary Cultural Studies* – CCCS²⁶. Escosteguy explica que “as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais, vão compor o eixo principal de observação do CCCS.” (2001, p. 21) Um dos pesquisadores do Centro para Estudos Culturais Contemporâneos²⁷ é Richard Hoggart, cuja pesquisa tinha enfoque em materiais culturais de cultura popular (antes desprezados). O trabalho dele inaugurou “[...] o olhar de que no âmbito popular não existe apenas submissão mas, também, resistência, o que, bem mais tarde, será recuperado pelos estudos de audiência dos meios massivos” (ESCOSTEGUY, p. 2001, p. 22). Essa resistência é a grande diferença entre os pensamentos da Escola de Frankfurt e do CCCS. Os Estudos Culturais entendem o processo comunicativo de forma diferenciada, onde

[...]a mensagem é uma estrutura complexa de significado que não é tão simples como se pensa. A recepção não é algo aberto e perfeitamente transparente, que acontece na outra ponta da cadeia de comunicação. E a cadeia comunicativa não opera de forma unilinear (HALL, 2003, p. 354).

Então, os pesquisadores do CCCS concordam que:

[...] através da análise da cultura de uma sociedade – as formas textuais e as práticas documentadas de uma cultura – é possível reconstituir o comportamento padronizado e as constelações de idéias compartilhadas pelos homens e mulheres que produzem e consomem os textos e as práticas culturais daquela sociedade. É uma perspectiva que enfatiza a atividade humana, a produção ativa da cultura, ao invés de seu consumo passivo (STOREY, 1997, p. 46).

Essa perspectiva teórica entende a cultura como sendo uma fonte de significações relacionadas ao cotidiano dos sujeitos, ampliando, assim, o próprio

²⁶ O *Centre for Contemporary Cultural Studies* foi fundado em 1964 por Richard Hoggart e era relacionado ao Departamento de Língua Inglesa da Universidade de Birmingham. Foi fechado em 2002.

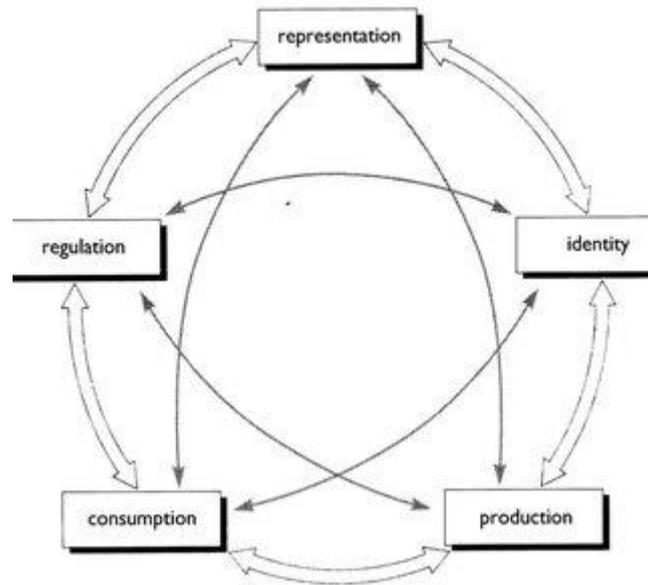
²⁷ Tradução livre da autora

conceito de cultura, o que nos possibilita perceber a importância das práticas cotidianas e a produção de sentidos que derivam de uma recepção ativa de produtos massivos. Um outro viés abordado pelos Estudos Culturais é a quebra de um padrão hierárquico entre práticas e formas culturais, onde cada cultura possui suas complexidades simbólicas, ou seja, nessa perspectiva a cultura pop têm a mesma importância que a cultura erudita. Capobianco explica que “do ponto de vista do indivíduo, é a cultura que propicia a identificação da pessoa consigo mesma, com seus valores e crenças, ou seja, a cultura é a base sobre a qual personalidade do indivíduo está amparada”. (CAPOBIANCO, 2010, p. 185)

A teoria de codificação/decodificação proposta por Hall (1980) é embasada em um modelo de informação circular, não ocorrendo entre receptor e emissor de forma horizontal. Esse modelo comunicacional também entende fatores externos (entre emissor e receptor) como sendo dinâmicos, o que permite ao receptor compreender a mensagem de diversas formas diferentes, visto que a mensagem é uma estrutura complexa de significados. Assim, Escosteguy explica que “os Estudos Culturais preocuparam-se, em primeira mão, com os produtos da cultura popular e dos *mass media* que expressavam os rumos da cultura contemporânea” (2001, p. 142).

Segundo Thompson (1997), para se obter uma compreensão acerca da complexidade que envolve os textos ou artefatos culturais, é necessário analisar cinco processos articulados entre si, que são: representação, identidade, produção, consumo e regulação. Eles formam o Circuito da Cultura (Figura 13). Neste trabalho, nosso foco se concentra no momento da identidade. Embora, segundo o autor, eles sejam assim separados para efeito analítico e didático, o processo de identidade está intrinsecamente vinculado aos outros momentos nos Estudos Culturais. Ele exemplifica que identidades sexuais, por exemplo, são representadas por meio de textos e sistemas simbólicos consumidos e produzidos em momentos históricos singulares, sujeitos, portanto, a sistemas regulatórios de que fazem parte. O Circuito da Cultura é assim representado:

Figura 13 – O Circuito da Cultura



Fonte: Thompson (1997, p.3)

Para Thompson (1997), a produção e o consumo de representações culturais afetam a construção de identidades, pois numa forma social cada vez mais pluralista e multicultural como a que vivemos, os mais diferentes grupos se constituem em termos de significados, valores e gostos próprios. Nesses grupos, os significados regulam e organizam as diferentes condutas e práticas, estabelecendo as convenções pelas quais essa forma de vida social é ordenada. A regulamentação moral, por exemplo, faz aceitar formas identitárias como naturais e rejeitar outras consideradas desviantes. Assim, as identidades coletivas incorporam diversos símbolos por meio dos quais buscam afirmar sua diferença com relação aos outros, pois a identidade é construída pela alteridade. O autor indica ainda que são as instituições constituídas nos espaços sociais de convivência, que a longo prazo, legitimam modos identitários possíveis, bem como determinam as formas habituais de existência, convivência e valores que lá são responsáveis por sua condução e organização.

Identidade é uma daquelas palavras muito usadas, mas nem sempre dentro do contexto correto. O Dicionário *Michaelis* descreve “identidade” como sendo uma “série de características próprias de uma pessoa ou coisa por meio das quais podemos distingui-las”. Contudo, no contexto acadêmico, podemos encontrar definições mais específicas sobre o que é identidade e suas diversas nuances na vida de um sujeito.

Stuart Hall elucida acerca de questões identitárias, explicando que a modernização do mundo refletiu diretamente na noção de sujeito, de forma que a concepção sociológica clássica aponta a identidade como sendo uma “relação” entre a sociedade e o eu. Ele comenta que:

O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que o “eu real”, mas esse é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem. (HALL, 2006, p. 11).

Hall (2006) explica que as próprias mudanças causadas por uma sociedade pós-moderna influenciam essas mudanças identitárias. Então, a identidade passa a funcionar como uma “celebração móvel”, que está sendo constantemente formada e alterada em relação às formas pelas quais nós somos representados e os sistemas culturais que estão ao nosso redor. Então, o “ser fã” apresenta características de formação identitária, pois se relaciona diretamente com as atitudes e pensamentos dos sujeitos. Hall elucida identidade como “celebração móvel”, do seguinte modo:

É definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora “narrativa do eu” (2006, p. 13).

Então, as pessoas tendem a ter várias “pequenas” identidades, que se amalgamam, formando a identidade geral do indivíduo. Determinadas situações exigem que o sujeito aja de uma forma específica, o que o faz trazer à tona o melhor fragmento identitário para o contexto em questão, mesmo que, na maioria das vezes, faça essa transição de forma inconsciente. Imaginemos uma mulher, casada, mãe e profissional. Nessa breve descrição já podemos perceber vários fragmentos identitários diferentes. Consideremos também que ela é fã de cultura pop, adora dançar, é fotógrafa amadora e pratica natação. Cada aspecto da vida de uma pessoa requer um tipo de atitude específica, ou seja, a mulher do nosso exemplo precisa agir de uma determinada forma no ambiente profissional, mas com o marido ela agirá

diferentemente, e também assumirá outro papel quando estiver com os filhos.

Embora possamos nos ver, seguindo o senso comum, como sendo a “mesma pessoa” em todos os nossos diferentes encontros e interações, não é difícil perceber que somos diferentemente posicionados, em diferentes momentos e em diferentes lugares, de acordo com os diferentes papéis sociais que estamos exercendo (HALL, 1997 apud WOODWARD, 2000, p. 30)

A mente humana nos permite ser diversos “eus”, às vezes de forma unitária, às vezes mesclando diversas de nossas pequenas identidades. Então,

o comportamento do indivíduo é expresso a partir de vários “eus”, que se adequam às situações sociais em que este se insere e suas representações se estabelecem. Estes se referem às auto-imagens de si (real e ideal) e pelo outro (social e ideal) (SIRGY, 1982; CLAIBORNE E SIRGY, 1990 apud. FREITAS, 2009, p. 21).

Já Woodward (2000) considera a vida moderna muito complexa, exigindo que os indivíduos assumam identidades diversas, que nem sempre se alinham, o que pode acabar gerando conflitos. Essas tensões podem vir a ocorrer quando as exigências de uma identidade afetam as condições de outra. Dessa forma, é possível perceber a facilidade com que as identidades podem conflitar umas com as outras, principalmente quando a demanda de uma interfere na demanda de outra. Contudo, esse não é o caso da identidade de fã, que, apesar de estar sempre presente, não se sobrepõe às outras, mas as acompanha, ou seja, a pessoa continua sendo fã fora do contexto do *fandom*, em outros cenários, onde outras identidades são dominantes. Então, a identidade de fã estar “adormecida” não é indicativo de que ela não esteja presente no cotidiano de um indivíduo, basta o reconhecimento de um signo²⁸ para que essa identidade aflore.

Com base em Thompson (1997), podemos entender que as identidades são construídas quando as pessoas conseguem assumir posições de sujeito reconhecidas. Posições essas que não são reconhecidas em todos os meios. Dessa forma, ao assumir uma posição de sujeito, é necessário que o indivíduo cumpra certos critérios, como no caso do fã, que, para ser reconhecido como tal, precisa ter

²⁸ Muitas vezes nem é realmente um signo, mas o desejo de identificação é tão forte, que o fã acaba fazendo uma relação.

conhecimentos acerca do seu “objeto” de adoração. A identidade, a maneira com a qual o indivíduo age no social é o que ocorre quando uma dessas posições de sujeito é ocupada, por exemplo um médico pode atender uma pessoa ou medicá-la por ser reconhecido como médico, por ter conhecimentos naquela área específica. “Assim, a construção da identidade é tanto simbólica quanto social.” (WOODWARD, p. 10) Desse modo, uma pessoa só pode assumir posições de sujeito quando ela possui o conhecimento de mundo relevante para que a “voz” dela seja ouvida. A única maneira de um indivíduo agir no social é se ele conseguir assumir posições de sujeito, e, para isso, ele precisa ser reconhecido como tal. Então, ao assumir essa posição, sendo reconhecido, esse indivíduo terá “criado” um novo elemento identitário. Nossas múltiplas identidades são resultado das inúmeras posições de sujeito que precisamos assumir, ou seja, dentro de diferentes contextos as pessoas agem de diferentes formas. Woodward explica que:

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos tornar. A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. (2000, p. 17)

Então, Escosteguy indica que as identidades são formadas relativamente em função de outras identidades, ou seja, relativamente ao que não é. Ela explica que “as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas *simbólicos* de representação quanto por meio de formas de exclusão *social*” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 39: destaques da autora). Um sujeito constrói sua identidade a partir da relação com outros sujeitos, de forma dinâmica e contínua. É justamente nesse convívio com outros que nós percebemos o que não somos, sendo através dessa noção que nossa identidade vai ser formada. A diferença é um tema fundamental quando se está estudando identidade, visto que esses conceitos estão diretamente interligados. Silva explica que

“da mesma forma que a identidade, a diferença é, nesta perspectiva, concebida como auto-referenciada, como algo que remeta a si própria. A diferença, tal como a identidade, simplesmente existe.” (2000, p. 76) Dessa forma, ao falarmos de identidade falamos também da alteridade, e de como reconhecer o que não se é faz parte do processo de identificação do que se é. A identidade e a alteridade podem ser compreendidas como criações sociais e culturais, não podendo ser concebidas fora dos sistemas de significação onde adquirem sentido. São, portanto, resultantes de processos de produção simbólica e discursiva. (SILVA, 2000). Então:

[...] podemos dizer que a identidade é uma construção, um efeito, um processo de produção, uma relação, um ato performativo. A identidade é instável, contraditória, fragmentada, inconsistente, inacabada. A identidade está ligada a estruturas discursivas e narrativas. A identidade está ligada a sistemas de representação. (SILVA, 2000, p. 96 e 97)

Já Erikson explica, em termos psicológicos, que:

a formação da identidade emprega um processo de reflexão e observação simultâneas, um processo que ocorre em todos os níveis do funcionamento mental, pelo qual o indivíduo se julga a si próprio à luz daquilo que percebe ser a maneira como os outros o julgam, em comparação com eles próprios e com uma tipologia que é significativa para eles; enquanto que ele julga a maneira como eles o julgam, à luz do modo como se percebe a si próprio em comparação com os demais e com os tipos que se tornaram importantes para ele. (1976, p.21)

Então, a identidade é construída de forma pessoal, mas também social, por meio da interação entre o sujeito e o meio em que ele se encontra. Quando pensamos em identidade de fã, temos em mente um indivíduo que se percebe e se porta como fã, querendo ser visto como tal, e por esse motivo decidimos dar enfoque às tatuagens, que, no contexto dos fãs

3.1 MARCANDO O AMOR NA PELE

Entendemos o corpo como uma forma de representação particular, tido pelas pessoas como um instrumento para expressar significados, de modo que o contexto social e o pessoal precisam ser levados em consideração, pois representam uma expressão identitária. A Sociologia e a Antropologia consideram o corpo como uma

construção social e cultural da humanidade, e, por tratar de uma representação humana, ele difere entre sociedades (LE BETRON, 2016). Kosut esclarece que:

Embora a tatuagem seja uma maneira de construir o próprio corpo e o “eu” na imagem desejada, também é um fenômeno que reflete influências culturais. Uma característica importante da tatuagem como forma de comunicação é que ela “fala” em grande parte por meio de transmissão não verbal. (2000, p. 80)

Castilho e Martins (2005) explicam que os corpos podem representar padrões de comportamento, traços culturais e diálogos sócio-históricos. Dessa forma, Giddens comenta que: “[...] o corpo não é só uma entidade física que ‘possuímos’, é um sistema de ação, um modo de práxis, e sua imersão prática nas interações da vida cotidiana é uma parte essencial da manutenção de um sentido coerente de auto-identidade” (2000, p.95).

Já Le Betron explica que “a interioridade do sujeito é um constante esforço de exterioridade, reduz-se à sua superfície. É preciso se colocar fora de si para se tornar si mesmo” (2003, p.29). Sendo assim, entendemos que o desejo de marcar na pele, de forma definitiva, um símbolo da saga funciona como uma forma de fortalecimento identitário, que ocorre através da externalização dessa identidade de fã. Sendo assim, Melo comenta que:

[...] a tatuagem pode representar um meio de comunicação através do corpo, uma forma de expressão particular. Uma identidade visualmente estabelecida para quem quer transmitir uma mensagem e para quem almeja interpretá-la. (2007, p.6)

As tatuagens, assim como o corpo, são construídas social e culturalmente. Le Breton (2003) as define como sendo símbolos visíveis na pele, formados pela injeção de pigmentos coloridos e/ou monocromáticos na derme. A ideia de marcação corporal acontece desde os tempos pré-históricos, quando as cicatrizes representavam, por exemplo, coragem. Elas também eram utilizadas como forma de simbolizar acontecimentos biológicos ou sociais, como nascimento, adolescência, casamento, etc. (MELO, 2007).

As tatuagens não possuem um local de origem específico, nem uma data de criação. Contudo, a palavra “tattoo”, criada por James Cook²⁹ tem sua origem no barulho produzido, na execução da tatuagem, pela “máquina” de tatuar da época, constituída por ossos de peixe, finos como agulhas, e uma espécie de martelo, que servia para dar pequenos toques no osso, introduzindo a tinta na pele (MELO, 2007, p. 10).

Dessa forma, optamos por dar enfoque à temática das tatuagens por causa da importância simbólica que elas possuem. Melo comenta que “A tatuagem, por ser um signo, uma forma de comunicação muitas vezes inconsciente, permite que o desenho tatuado seja um símbolo codificado. Uma espécie de segredo visível” (2007, p. 11).

Então, quando consideramos as tatuagens dentro de um contexto identitário de fãs, percebemos que essas marcações constituem para o sujeito uma necessidade de pertencimento a um determinado grupo, através da representação de símbolos da saga, que são codificados apenas por quem domina as regras de linguagem da comunidade.

Apresentamos até agora os Estudos Culturais, que nos guiaram nesse trajeto de construções identitárias. Optamos por essa linha de pesquisa, pois ela dá enfoque à resistência no contexto da cultura massiva, em um âmbito popular. Também conceituamos identidade por Stuart Hall, como uma “celebração móvel”, que está sempre em construção.

3.2 SOCIEDADE DE INFORMAÇÃO

Com base no que foi discutido anteriormente, agora refletimos acerca da evolução social e tecnológica que começou a ocorrer com o processo de globalização, em meados de 1980. Castells (1999) elucida acerca da atual sociedade globalizada e tecnológica, traçando um paralelo com o capitalismo. Ele explica que

uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação está remodelando a base material da sociedade em ritmo acelerado. Economias por todo o mundo passaram a manter interdependência global, apresentando uma nova forma de relação entre a economia, o Estado e a sociedade em um sistema de geometria variável. (CASTELLS, 1999, p. 21)

²⁹ James Cook foi um navegador inglês do século XVIII.

É exatamente essa característica que torna impossível desassociar as novas redes informacionais de elementos sociais e econômicos. Castells também evidencia a busca pela identidade coletiva ou individual, e o agrupamento em torno de identidades primárias, sejam elas de cunho religioso, étnico, territorial ou nacional. “As redes globais de intercâmbios instrumentais conectam e desconectam indivíduos, grupos, regiões e até países, de acordo com sua pertinência na realização dos objetivos processados na rede, em um fluxo contínuo de decisões estratégicas.” (CASTELLS, 1999, p. 23)

Hall (2006) descreve a globalização como processos que atuam em uma escala global, atravessando fronteiras nacionais e conectando comunidades e organizações. Essa integração existe através de novas combinações de espaço-tempo, o que torna o mundo mais interligado. É nesse contexto de evolução tecnológica e sociedade globalizada que Harry Potter foi criado. Escosteguy argumenta que

Parece ser no âmbito da cultura que a globalização se torna mais aparente e visível porque os meios de comunicação e os sistemas de informação, através da cultura mundial de consumo, fazem circular produtos, imagens e ideias pelo globo todo, alterando de forma notável a experiência cultural de viver sob o capitalismo (2001, p. 184)

Então, a difusão de produtos culturais se torna muito mais efetiva em um mundo globalizado, ou seja, no começo da série, em 1997, já existia uma maior facilidade de acesso à cultura estrangeira, que se tornou cada vez mais evidente à medida em que a saga Harry Potter se expandia. O primeiro livro foi publicado no Brasil cerca de três anos depois da versão britânica, mas essa diferença de tempo entre os lançamentos foi sendo reduzida, a ponto de que *Harry Potter e a Ordem da Fênix* (o quinto volume da série) foi lançado no Brasil com uma diferença de aproximadamente quatro meses. Esse “atraso” ocorreu por causa da tradução, tanto que, nos Estados Unidos, a partir do quarto volume, *Harry Potter e o Cálice de Fogo*, o lançamento passou a ser simultâneo. Um outro exemplo de como a globalização esteve muito presente durante a experiência mágica proporcionada pela saga é a estreia dos filmes, que costumava ocorrer em diferentes datas, nos mais variados países, com exceção dos dois últimos filmes (embasados no sétimo livro), que foram exibidos em estreia mundial.

Dessa forma, “a globalização envolve uma interação entre fatores econômicos e culturais, causando mudanças nos padrões de produção e consumo, as quais, por sua vez, produzem identidades novas e globalizadas” (WOODWARD, 2000, p. 20). Essa mudança de padrão pode ser observada também na forma como os fãs referenciam a saga, geralmente pela utilização de expressões em inglês (idioma da obra original), como os nomes das casas, nomes de personagens, dentre outros.

Um dos principais teóricos da Sociedade da Informação, Daniel Bell, explora as características da sociedade pós-industrial, traçando uma relação entre a importância da informação e geração de conhecimento como uma força produtiva com os fluxos de informação (em especial com o conhecimento científico), e finalmente, com a revolução provocada por computadores/informação. Ele explica que:

Por informação entende-se processamento de dados em uma perspectiva ampla; o armazenamento, recuperação e processamento de dados torna-se o recurso essencial para todas as trocas econômicas e sociais.. por conhecimento, entende-se um conjunto organizado de declarações, de fatos ou idéias que apresentam julgamento lógico ou resultado experimental que é transmitido aos outros através de algum meio de comunicação de alguma forma sistemática. (BELL, 1979, p. 500-549 apud CAPOBIANCO, 2010, p. 181)

Então, “[...] Surge a partir daí uma série de correntes de pensamento para estudar a sociedade da informação que passa a ser reconhecida como um novo paradigma. (CAPOBIANCO, 2010, p. 181)

Os avanços tecnológicos são grandes aliados do processo de globalização, principalmente no que tange à rede. Castells explica que “a Internet é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores: é a rede que liga a maior parte das redes” (CASTELLS, 1999, p. 431). Ele comenta ainda que:

[...] o surgimento de um novo sistema eletrônico caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre a nossa cultura. (CASTELLS, 1999, p. 414)

Já Capobianco entende a internet como:

[...] uma estrutura global que interliga os computadores e outros equipamentos para possibilitar o registro, produção, transmissão e

recepção de informações e a comunicação entre indivíduos independentemente da posição geográfica. (CAPOBIANCO, 2010, p. 175)

Capobianco (2010, p. 175) esclarece ainda que o desenvolvimento tecnológico e científico, acelerado por ocasião da Segunda Guerra, propiciou a integração das potencialidades de recursos que resultaram na Internet. A rede é uma estrutura global que interliga os computadores e outros equipamentos, possibilitando o registro, produção, transmissão e recepção de informações, assim como a comunicação entre indivíduos, independentemente de posição geográfica. A maneira rápida com que a internet se expandiu, assim como sua abrangência mundial, tem causado impactos na sociedade, economia, política e cultura, necessitando com que a rede seja estudada por pesquisadores de diversas áreas (CAPOBIANCO, 2010, p. 176).

O projeto da *World Wide Web*³⁰ — WWW, elaborado por Timothy Berners-Lee, em 1990, tinha como objetivo o compartilhamento de informações entre pesquisadores do Laboratório Europeu de Partículas Físicas. Berners-Lee criou um protocolo de comunicação chamado HTTP, hipertexto para a Internet, para transmitir e acessar informações que podem conter gráficos, sons, vídeos, texto e também o URL (Uniform Resource Locator), o endereço Web. Para a visualização das páginas na tela do computador é necessário o uso de um navegador. Normalmente as páginas contém hiperligações (links³¹) que permitem acessar outras páginas, aplicações e documentos (CAPOBIANCO, 2010, p. 176).

Como mencionado anteriormente, as novas tecnologias mudaram, implicando na aprendizagem de novas competências, que:

[...] incluem além de equipamentos, conexão e acesso, o ensino e a aprendizagem dos conceitos básicos de informática a fim de que as pessoas possam usar os equipamentos de informática e a rede mundial de computadores para finalidades pessoais e/ou profissionais. Evidentemente, o impacto da Internet depende de fatores econômicos, políticos e sociais de cada comunidade. De modo geral, a maior parte das pesquisas sobre Internet concorda que o impacto é mais limitado do que se esperava e que varia dependendo de como os atores econômicos, regulamentos governamentais e os usuários organizam a evolução da tecnologia da Internet. (DIMAGGIO, 2001, p. 310. apud CAPOBIANCO, 2010, p. 178)

³⁰ É também conhecida por Web ou rede mundial.

³¹ Link é uma forma abreviada da palavra hyperlink, que deriva do inglês. É uma expressão que significa “caminho” ou “ligação”, ou seja, através do link é possível produzir documentos não lineares que se conectam a outros arquivos por meio de palavras, imagens ou outros objetos.

Castells (1999) explica que “o processo atual de transformação tecnológica expande-se exponencialmente em razão de sua capacidade de criar uma interface entre campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum na qual a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida” (p. 68).

Jenkins (2008, p. 29) sintetiza essas modificações sociais, culturais, tecnológicas e mercadológicas com o conceito de “convergência midiática”, explicando que o consumo funciona como uma engrenagem para este sistema de comunicação, e que a participação do consumidor é fundamental para a circulação de conteúdos. Outro autor que estuda o forte papel da tecnologia na sociedade atual é Rüdiger (2013, p. 11), que aborda o conceito de cibercultura, compreendido “como a formação histórica, ao mesmo tempo prática e simbólica, de cunho cotidiano, que se expande com base no desenvolvimento das novas tecnologias eletrônicas de comunicação”. Já Castells comenta que: “As novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação mediada por computador gera uma gama enorme de comunidades virtuais” (1999, p. 38).

A cibercultura é ainda uma

[...] evolução natural da cultura produzida pelas sociedades, diferenciada pelo fato dos dados estarem armazenados em um mesmo lugar desterritorializado, acessível à maioria das pessoas e que oferece possibilidade de socialização e comunicação por meio de recursos técnicos diferenciados como: e-mails, chat, fórum, wiki, e outros” (CAPOBIANCO, 2010, p. 187).

Ela também comenta que:

Por tratar-se de um evento contemporâneo, os teóricos ainda não chegaram a um consenso sobre a nomenclatura adequada para incluir as diversas características da cultura digital. Os outros nomes mais comuns da cibercultura são: cultura mundial, cultura das telecomunicações, cultura do ciberespaço, cultura telemática, cultura digital, cultura virtual, tecnocultura, entre outras denominações. (CAPOBIANCO, 2010, p. 187)

Capobianco (2010) ainda reflete acerca dos primeiros estudos científicos sobre cibercultura que:

[...] visavam descrever as características e fundamentar as bases teóricas do tema. A seguir, os pesquisadores elaboram estudos sobre

as possibilidades de socialização propiciadas pelas tecnologias de informação e comunicação, basicamente para o estudo das comunidades e das questões que envolvem a identidade virtual. Recentemente, os estudiosos dedicam-se também a elaborar trabalhos de natureza crítica envolvendo questões sobre interações online, discursos digitais, exclusão/inclusão digital (digital divide) e projetos de interfaces digitais. (p. 187)

Uma das formas em que podemos perceber a ação da convergência midiática é através das comunidades em redes sociais digitais. Recuero (2009, p. 136) comenta sobre diversos autores que estudam interações virtuais, e como essas interações possibilitam o surgimento de grupos sociais na Internet. Essas comunidades são construídas por uma nova forma de sociabilidade, a interação mediada pelo computador, que amplia a capacidade de conexão, modificando as formas de organização, identidade, conversação e mobilização social. Rheingold (1995), um dos primeiros autores a efetivamente utilizar o termo “comunidade virtual”, define-a:

As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem da Rede [Internet], quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço. (1995, p. 20)

Recuero (2009, p. 137) comenta a definição de Rheingold (1995), explicando que a ela define como elementos formadores da comunidade virtual: as discussões; as pessoas que mantêm contato através da Internet; o tempo; e o sentimento. A combinação desses elementos no ciberespaço caracterizam redes de relações sociais, constituindo-se em comunidades. As redes sociais digitais são definidas pela presença de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (RECUERO, 2009).

Rüdiger (2013, p. 20) também comenta o surgimento das redes sociais digitais como plataformas de comunicação, que não exigem conhecimento específico e permitem interações individuais e coletivas. Essa interações acontecem de forma diferenciada, pois o imediatismo é uma das características mais marcantes dessas plataformas comunicacionais. Santaella explica:

Uma das características principais da tecnologia criada e distribuída de forma digital, potencializada pela configuração informacional em rede, é permitir que os meios de comunicação possam atingir os usuários e

obter um feedback imediato. Por isso mesmo, há algum tempo, um dos tópicos centrais da comunicação digital tem sido a interatividade. (2007, p. 151)

Em uma época marcada pela hegemonia cultural da rede, o estudo de publicações em redes sociais digitais se faz necessário. Recuero (2009), na introdução de *Redes Sociais na Internet*, expõe que

Na verdade, a abordagem de rede fornece ferramentas únicas para o estudo dos aspectos sociais do ciberespaço: permite estudar, por exemplo, a criação das estruturas sociais; suas dinâmicas, tais como a criação de capital social e sua manutenção, a emergência da cooperação e da competição; as funções das estruturas e, mesmo, as diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos. (2008, p. 21)

É este último ponto que a presente pesquisa prima por investigar: como acontecem as trocas entre fãs nos grupos em redes sociais digitais. Entendemos ainda, que uma rede social digital, por herdar as características do seu ambiente, a Internet, não é estática em relação ao tempo/espaço. Suas metamorfoses são dependentes das interações que acontecem em rede e podem modificar sua estrutura. Recuero (2009) reforça que:

Redes são dinâmicas e estão sempre em transformação. Essas transformações, em uma rede social, são largamente influenciadas pelas interações. É possível que existam interações que visem somar e construir um determinado laço social e interações que visem enfraquecer ou mesmo destruir outro laço. (p. 79)

Recuero (2009) explica ainda que essas interações não precisam ser diretas, podendo acontecer quando um indivíduo aceita um pedido de amizade ou passa a se tornar parte de uma comunidade. A construção do perfil de uma rede social digital é um importante passo para que a interação virtual seja bem sucedida, pois é através dessa representação que os sujeitos expõem seus gostos e desgostos, demonstrando traços identitários.

3.3 ENTENDENDO O *FACEBOOK*

O *Facebook* é um serviço de rede social digital norte-americano fundado, em 2004, por Mark Zuckerberg, e seus colegas de quarto na Universidade de Harvard: Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz and Chris Hughes. A empresa expõe em seu site institucional sua missão:

Dar às pessoas o poder de construir uma comunidade e aproximar o mundo. As pessoas usam nossos produtos para manter contato com amigos e familiares, descobrir o que está acontecendo no mundo e compartilhar e expressar o que é importante para eles.

Wilson et al. (2012, p. 204) explicam que existem três razões gerais pelas quais o *Facebook* é relevante para os estudos sociais. Primeiro, atividades realizadas no *Facebook*, como curtir e comentar, expressar preferências, atualizar o status ou até fazer "check-in" deixam uma trilha de dados concretos e observáveis. Portanto, o domínio oferece novas oportunidades para estudar comportamentos humanos difíceis de avaliar, como, por exemplo, fazer amigos, conversar ou participar de um grupo.

O *Facebook* é popular em uma ampla faixa de grupos demográficos e em muitos países diferentes, por isso oferece uma fonte única de informações sobre o comportamento humano com níveis de autenticidade que são difíceis de encontrar em ambientes de pesquisa mais comuns. Assim, tópicos que de muito interesse das Ciências Sociais, como, por exemplo, a forma que as pessoas se familiarizam, o crescimento de redes sociais digitais, e como as pessoas comunicam suas identidades, podem ser examinados nesse novo contexto comunicacional.

Em segundo lugar, a grande popularidade do *Facebook* faz dele um tópico digno de estudo por si só. Tanto o *Facebook* como outras redes sociais digitais são interessantes porque, além de estarem refletindo processos sociais existentes, também estão gerando novos processos e mudando a maneira como centenas de milhões de pessoas relacionam-se e compartilham informações. O *Facebook* é de longe a rede social digital mais popular (KREUTZ, 2009), tornando-se um lugar lógico para começar a investigar os padrões, causas e consequências dos processos sociais e identitários associados ao uso de redes sociais digitais. Wilson et al. também comentam que a:

Apresentação de identidade no *Facebook* centra-se no perfil do usuário, que serve como um palco onde usuários podem fazer apresentações públicas ou semi-públicas de si mesmos. Novos usuários são apresentados com perfis em branco, que eles personalizam inserindo informações sobre si mesmos em uma série de campos padrão. Claro, os perfis do *Facebook* não são criados em um vácuo social, interações com outros usuários desempenham um papel importante na formação da apresentação de identidade.[...] Perfis do *Facebook* oferecem oportunidades para outros contribuírem conteúdo (por exemplo, publicações no mural, comentários e tags de fotos)³² (2012, p. 210).

Terceiro, a ascensão dos RSSs³³, que permite aos responsáveis por sites e blogs divulgarem notícias ou novidades através de um *link* (com a notícia resumida ou na íntegra), armazenado em um arquivo conhecido como *feed*. Os benefícios associados ao *Facebook*, como o fortalecimento de laços sociais e facilidade comunicacional, são marcados por preocupações sobre privacidade e divulgação de informações. Como o *Facebook* se torna cada vez mais integrado na vida cotidiana, torna-se necessário monitorar e examinar os impactos positivos e negativos da plataforma na sociedade.

Explicamos neste capítulo como a globalização foi fundamental para uma evolução tecnológica e social. Abordamos também o fato de o capitalismo ter se fortalecido nessa sociedade globalizada, principalmente com o advento da rede. Padrões de produção e consumo foram modificados com a globalização, o que, conseqüentemente, gerou identidades novas, globalizadas. A internet desempenhou um papel fundamental nessas criações identitárias, através da reconfiguração de tempo e espaço.

³² Tradução livre da autora.

³³ RSS é um padrão desenvolvido em XML (linguagem expansível), e pode ser entendido como um “agregador de notícias”.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa investigação de caráter qualitativo embasa-se no paradigma interpretativista, cujo posicionamento metodológico é centrado no estudo do homem, considerando o fato de o sujeito não ser passivo, mas sim capaz de interpretar o mundo ao seu redor. Lessa de Oliveira explica que “[...] o estudo da experiência humana deve ser feito, entendendo que as pessoas interagem, interpretam e constroem sentidos”. (2008, p. 3).

Como estratégia de pesquisa, nós nos embasamos na etnografia da comunicação, que possui raízes nas disciplinas de linguística e da antropologia. O cerne dessas duas ciências está na linguagem como forma de exhibir e fundamentar a cultura, ao mesmo tempo em que é compelida por ela. Luiz e Carvalho (2016) explicam que a etnografia da comunicação assume uma perspectiva pragmática acerca do conhecimento que advém de interações interpessoais. Ela é realizada através de observação participante, cujo principal objetivo é compreender determinados aspectos culturais de uma certa comunidade, sob o ponto de vista da interação verbal entre os participantes. Então, optamos pela observação (fonte primária para os dados do interacionismo simbólico³⁴) como técnica de coleta, visto que, em uma pesquisa etnográfica³⁵, “a observação possibilita um contato pessoal e estreito do pesquisador com o fenômeno pesquisado” (LÜDKE e ANDRÉ, 1986, p. 26).

Os dados foram colhidos no ambiente virtual, de forma que traçamos o caminho seguido por Freitas e Leão (2010), com base na netnografia de Kozinets, que a define como: “(...) uma nova metodologia de pesquisa qualitativa que adapta técnicas da pesquisa etnográfica para o estudo de culturas e comunidades emergindo através das comunicações mediadas por computador³⁶” (KOZINETS, 2002, p. 2). A netnografia da comunicação, derivada da etnografia da comunicação, é caracterizada por se pautar nas interações realizadas entre membros de uma comunidade virtual, permitindo ao pesquisador obter dados distintos, como textos escritos, imagens, links, emoticons

³⁴ O interacionismo simbólico aborda as relações humanas de forma sociológica, considerando fundamentais os significados particulares das interações sociais.

³⁵ Nos referimos à etnografia, pois ela é a base da etnografia da comunicação, que, por sua vez, originou a netnografia da comunicação.

³⁶ Tradução livre da autora

(POLIVANOV, 2013). Essas interações são fundamentadas pelo compartilhamento de significados culturais, pressupondo a participação dos interactantes³⁷ em uma comunidade de fala. Dessa forma, Luiz e Carvalho (2016) indicam que uma “comunidade de fala” é a convergência de indivíduos que compartilham um determinado “jogo de linguagem”. Nesses grupos há o compartilhamento de usos sógnicos, sejam eles linguísticos ou não, de forma a compreender como essas interações fazem sentido no nível micro da cultura. Entendemos, então, que a etnografia da comunicação se difere da etnografia tradicional, pois o que define a comunidade não é o compartilhamento da cultura como um todo e sim o compartilhamento das regras de uso da fala (LEÃO, 2012).

Tendo por base a Sociolinguística Interpretativista, que compreende a construção da realidade por meio da linguagem (DENZIN; LINCOLN, 2007), entendemos que as interações face a face ou virtuais são cenários para construção dos significados e experiências sociais passíveis de análises (RIBEIRO; GARCEZ, 2002). Ainda de acordo com Ribeiro e Garcez (2002, p.8), “nesta abordagem do discurso, tanto o falante como o ouvinte têm papéis ativos na elaboração da mensagem e na definição ‘do que está se passando aqui agora’”, pois os significados estão sempre situados em contextos de fala específicos, onde se requer o conhecimento dos signos, visto que a linguagem é parte indissociável da cultura. Isso porque as regras da fala, diferentemente das regras da língua, existem no interior de uma gramática profunda baseada no uso. A comunidade de fala possui, assim, um jogo de linguagem baseado nessas regras. Sendo assim, uma comunidade se torna interesse para essa linha de pesquisa quando é uma comunidade de fala, ou seja, um grupo onde existe um compartilhamento de códigos que propicia a interação entre seus membros.

Leão (2012) afirma que nesse cenário a fala é sempre uma ação, pois, por meio da inferência mútua entre interactantes, impressões e entendimentos são construídos e a fala age em relação a algo. Assim, para além do que foi dito (texto escrito) contemplamos também, nos atos de fala, o que foi não dito, ou seja, os aspectos não linguísticos, extralinguísticos, paralinguísticos e de definição do “eu”, presentes nas

³⁷ Entendemos interactante como sendo os participantes de uma comunidade de fala.

postagens por meio dos Emoticons e Emojis³⁸. Então, essa pesquisa analisou aspectos linguísticos e não linguísticos dentro de contextos interacionais, utilizando como embasamento os princípios da Sociolinguística Interacional (FREITAS; LEÃO, 2012). Damos enfoque aos comentários, resultantes de interações virtuais, tentando identificar os objetivos de cada ato de fala (GILL, 2002, p. 246).

Luiz e Carvalho (2016) comentam também que o pesquisador precisa dominar as regras linguísticas da comunidade de fala, de forma a conseguir interpretar os signos de forma clara e objetiva, conferindo mais credibilidade à pesquisa. Ainda de acordo com os autores: “Quanto aos aspectos de validade e confiabilidade neste tipo de pesquisa, o critério fundamental está justamente no fato de o pesquisador compartilhar as regras do “jogo de linguagem” da comunidade investigada” (2016, p. 139). Nesse sentido, muito se tem discutido acerca da condição de um pesquisador, que é fã de determinado objeto cultural, investigar tal objeto. Jenkins (2006) assume declaradamente a posição de pesquisador participante – diz ser um *Aca Fan*, fato que ajudou a disseminar o termo, que é a abreviação da expressão *academic and fan*. Em diálogos com Matt Hills³⁹, em 2002, Jenkins aborda os dilemas metodológicos causados pela assunção de uma posição etnográfica nesse caso, ao mesmo tempo em que demonstra o ganho em termos de imersão e do aprofundamento da pesquisa, uma vez que ela estava pautada em um olhar construído a partir da própria vivência com o objeto.

Embora as implicações teóricas, tanto positivas como negativas, acerca da assunção dessa postura em relação à reflexividade venham sendo amplamente discutidas (CRISTOFARI, 2017; GUITTON, 2017; BOOTH, 2013; BRENNAN, 2014; BURR, 2005), os próprios desafios de validade e confiabilidade que se apresentam ao pesquisador tendem a promover novos questionamentos e formas de pensar, e ainda, o debate levanta indagações acerca do comprometimento ético do pesquisador em revelar seu apego ao objeto de pesquisa (MUSIANI, 2011). Foi embasada nesse entendimento e nos cuidados indicados pelos autores que, como fã do produto cultural a ser analisado, conduzi a netnografia dessa investigação.

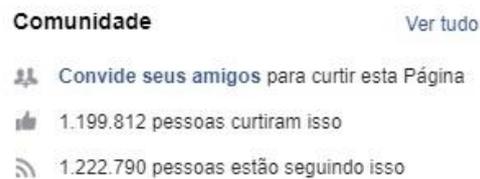
³⁸ Emoticon é uma representação gráfica de uma emoção criada através dos caracteres disponíveis no teclado. Emoji é uma espécie de evolução do emoticon, sendo uma imagem que transmite a ideia de uma palavra ou frase completa.

³⁹ Matt Hills foi o responsável pela popularização da expressão *aca-fan*, em 2002.

4.1 FORMAÇÃO DO *CORPUS*

Nosso *corpus* foi formado por 200 comentários efetuados pelos participantes do grupo Harry Potter – Brasil, no *Facebook*⁴⁰. O grupo é um dos maiores no país, como representado na figura 14, tendo sido criado em 24 de março de 2012. Visto que seus seguidores interagem cotidianamente sobre um tema central, a saga Harry Potter, compreendemos esse grupo como uma comunidade de fala, em que a interação entre os participantes estabelece impressões e opiniões, onde os atos de fala são ações por estarem agindo em relação a algo.

Figura 14 – Informações do Grupo Harry Potter – Brasil



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Utilizamos como base 3 publicações principais, que foram realizadas pelos administradores do grupo. Optamos por não limitar um determinado período para a coleta, visto que a temática de análise tinha um objetivo específico, que, para ser alcançado, exigia uma busca mais extensa de publicações⁴¹, dessa forma utilizamos 2 publicações realizadas em 2017 e 1 publicação efetuada de 2016. Cada comentário correspondeu a um ato de fala, proveniente de uma interação, podendo ocorrer de duas formas distintas: comentários à publicação principal e, respostas que esses comentários vieram a ocasionar. Foram selecionados apenas atos de fala articulados ao assunto abordado na publicação principal, que consideramos aqui o conjunto de foto e legenda. Cada publicação gerou diversas interações, que ocorreram por meio dos botões de reação e dos comentários. As reações (Figura 15) são uma funcionalidade do *Facebook*, em que o usuário pode concordar e legitimar uma publicação e/ou um comentário com uma das seis reações possíveis (RECUERO;

⁴⁰ Disponível em <www.facebook.com/hpbrazil>

⁴¹ Diariamente são realizadas diversas publicações no grupo Harry Potter – Brasil, contudo a maioria delas não tem relação com o enfoque da nossa pesquisa. Dessa forma, optamos por buscar publicações de acordo com a temática, independentemente da data de postagem.

SOARES, 2013). As reações tendem a demonstrar um nível mais alto de engajamento por parte do usuário, então optamos por apresentar também esses dados.

Figura 15 – Reações do *Facebook*



Fonte: *Facebook*

Como limite de pesquisa e pela proximidade com a questão da identidade construídas nesse *fandom*, optamos por utilizar apenas publicações relacionadas às casas de Hogwarts, uma vez que essa é a forma de organização estrutural oriunda da própria saga; seus fãs, pelas próprias características individuais se entendem pertencer a uma delas ou são destinados a alguma quando fazem os testes de personalidade disponíveis no perfil oficial mantido pela autora. Nessas postagens, formadoras do nosso *corpus*, os fãs podem interagir, demonstrando orgulho por sua casa e conhecimentos sobre a obra.

A análise foi guiada pelo protocolo de Freitas e Leão (2012). Tal protocolo foi uma adaptação feita a partir de Leão (2007), adequando-o ao estudo netnográfico. Entretanto, apesar de nossos dados também serem oriundos da internet, o uso do *Facebook* nos levou a contemplar outras categorias (pertencentes ao primeiro protocolo), acrescentando-as neste quadro. Nesse sentido, a coluna à direita do quadro 5 comporta o registro de tais alterações.

Quadro 5 – Protocolo de Análise

		Guia de Freitas e Leão (2012)	Guia Leão (2007)
Aspectos Paralinguísticos	Acentuação	Trata-se de alterações na escrita das palavras com acentos tônicos, de modo a reduzir a quantidade de caracteres ou símbolos digitados necessários à construção da palavra, segundo a norma culta.	Aspecto não encontrado em interações face a face.
	Altura da voz	A altura da voz na comunicação de internet se caracteriza, principalmente, pelo uso de todas as letras da(s) palavra(s) em maiúsculo.	
	Duração da elocução	Refere-se à repetição de letras ou uso de sinas de reticências no sentido de alongar a pronúncia da palavra ou expressão.	
	Entoação	Caracteriza-se pela utilização dos sinais de exclamação, interrogação, no sentido de demonstrar surpresa, dúvida, espanto e afins.	
	Tom	Refere-se a expressões, que não são faciais, ligadas ao tom de voz, geralmente no sentido de suspirar, opinar, gabar-se, etc.	
	Variações ortoépicas	Este aspecto se refere a mudanças na escrita das palavras e expressões, com intuito de reduzi-las, em termos de tamanho, e de destacar sotaques.	
Aspectos Extralinguísticos	Expressão facial	Trata-se de palavras e símbolos escritos de modo a demonstrar expressões faciais, tais como risos, gargalhadas e outros, a partir de repetições de letras ou outros usos de símbolos de uma forma não-habitual (:P), por exemplo.	
	Gestos		Se trata daqueles de uso já consagrado numa dada cultura. Por exemplo, o polegar erguido com os demais dedos fechados para indicar um sinal positivo. Em nosso campo encontramos braço levantado em sinal de vitória/comemoração, por exemplo.
	Movimentos dêiticos	Referem-se a expressões escritas usadas no sentido de demonstrar gestos específicos, que indiquem direção, por exemplo.	Aspecto não encontrado em interações face a face.

Aspectos de Visão Êmica	Alternância de código	Ocorre quando a forma escrita de alguma palavra ou o uso de aspas nestas muda o seu sentido habitual, incluindo a substituição de palavras por números, por exemplo, cujo uso específico seja compreendido por um grupo cultural ou tribo.	
	Conhecimento de mundo	Caracteriza-se pelo conhecimento construído por um grupo ou pelo senso comum, demonstrado, aqui, a partir do uso de palavras escritas de forma distinta da ditada pela norma culta, ou alterando seu sentido habitual para outro compartilhado por um grupo, cultura ou senso comum.	
	Contexto		Por contexto aqui assumimos qualquer conhecimento – de um fato ou situação, uma informação, experiência etc. – alçado, direta ou indiretamente, voluntariamente ou não, ao ambiente interacional.
Aspectos de definição do eu	<i>Footing</i>	Ocorre pelo uso de símbolos ou sinais, e.g. parênteses, que demarquem mudança no alinhamento dos interactantes.	
	Face		Por face devemos entender o valor social positivo que um integrante almeja ter reconhecido pelo outro por meio do que este presume ser sua linha (conduta) durante uma interação. Pode se mostrar uma ameaça ou, por outro lado, salvação da face do integrante ou de si próprio numa interação.

Fonte: adaptação de Freitas e Leão (2012) e Leão (2007)

A nossa análise foi orientada através de algumas particularidades oriundas das interações, tais como as constantes repetições de assuntos. Com base nos agrupamentos temáticos (Quadro 6) que criamos, foi delineada uma estrutura interacional, nos guiando na consideração de nuances mais significativas da análise. O agrupamento desses 200 atos de fala nos permitiu delimitar quais as atividades que os fãs exercem no *Facebook*, e suas funções.

Quadro 6 – Categorias Temáticas

Categorias	Descrição
Admiração	Quando os indivíduos demonstram a admiração que sentem pela obra, por uma casa específica ou por um personagem. Essa admiração também pode ser pela tatuagem exposta na publicação principal e/ou comentário. O reconhecimento de um simbolismo “positivo” costuma gerar admiração.
Conhecimento	Quando os indivíduos indicam conhecimentos acerca do universo Harry Potter. Nessa categoria consideramos os mais variados conhecimentos sobre a saga, assim como reconhecimento de símbolos.
Desejo	Quando os indivíduos declaram o desejo de fazer a tatuagem exposta na publicação principal/ comentário ou menciona querer fazer uma tatuagem específica da saga.
Diversão	Quando os indivíduos realizam brincadeiras em relação a algum personagem, casa, publicação principal e/ou comentários.
Concordância	Quando os indivíduos se mostram à favor de um determinado assunto. Costuma estar relacionado à publicação principal (legenda e/ou imagem) e/ou comentários.
Discordância	Quando os indivíduos se mostram contra um determinado assunto. Costuma estar relacionado à publicação principal (legenda e/ou imagem) e/ou comentários. A discordância pode ocorrer em forma de indignação.
Pertencimento	Quando os indivíduos indicam pertencer a uma determinada casa. Esse pertencimento costuma estar relacionado ao teste das casas oficial, do Pottermore.
Identificação	Quando os indivíduos identificam-se com uma determinada casa ou personagem. Essa identificação nem sempre é com a casa definida pelo teste do Pottermore. Alguns indivíduos indicam pertencer à uma casa, mas admitem que se identificam com outra.

Fonte: elaborado pela autora

Essas categorias temáticas, associadas ao protocolo, nos ajudaram a entender o discurso de forma mais completa. Então, categorizar os atos de fala de acordo com temas nos permitiu ter uma maior e melhor compreensão das funções dos discursos. Representamos abaixo as 3 publicações principais que serviram de base para nossa análise. Apresentamos também as reações que cada uma dessas publicações recebeu.

A primeira publicação que foi analisada tinha como objetivo promover a interação entre os participantes do grupo ao escrever “Comente sua casa!” na legenda. Como mencionado anteriormente, as casas de Hogwarts são alguns dos mais importantes elementos da saga, tendo fundamental importância para a construção e desenvolvimento da história. Então, são fontes de identificação para os fãs, pois indicam diversos simbolismos, principalmente por representarem características identitárias e traços que indivíduos podem exibir. A postagem possui uma foto com os animais símbolos de cada uma das casas, em estilo brasão, que é comumente utilizado em diversos elementos ao longo da história.

Figura 16 – Publicação 1



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

A figura 17 ilustra as reações que essa postagem recebeu. A temática da publicação é uma das favoritas dos fãs, bem como o discurso foi realizado de forma neutra (sem incentivar atrito entre as casas), de forma que percebemos a inexistência

de reações tristes e/ou irritadas. A postagem teve um total de 462 comentários, tendo sido compartilhada 123 vezes.

Figura 17 – Reações da Publicação 1



Todas as 1,2 mil reações 👍 1 mil ❤️ 155 😲 5 😡 1

Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

A segunda publicação tem como intenção fazer com que os fãs demonstrassem o amor/orgulho que possuem de sua casa, a Sonserina. A postagem mostra uma montagem com duas fotos de tatuagem da marca negra⁴² (símbolo dos Comensais da Morte⁴³) e a frase “Sonserina com Orgulho” seguida de um coração. A legenda da publicação é centrada apenas nos fãs sonserinos, mesmo que as fotos das tatuagens sejam de um outro símbolo, a marca negra. A Sonserina é uma casa que sofre de um forte estigma negativo, visto que geralmente é associada aos bruxos do mal, como o próprio Lord Voldemort. Contudo, os fãs fazem a distinção, não aceitando o estigma que a casa recebe, e deixam bem evidente, através dos comentários, que pertencer à Sonserina não é sinônimo de ser do mal.

⁴² É uma marca mágica, símbolo de Lord Voldemort e seus Comensais da Morte. É utilizada para chamar outros comensais (ela queima ao ser tocada com a varinha), podendo também ser reproduzida com o feitiço *Mosmordre*.

⁴³ Os Comensais da Morte são os seguidores de Lord Voldemort, que também acreditam na superioridade de bruxos puro-sangue, e fazem de tudo para que seu mestre esteja no poder.

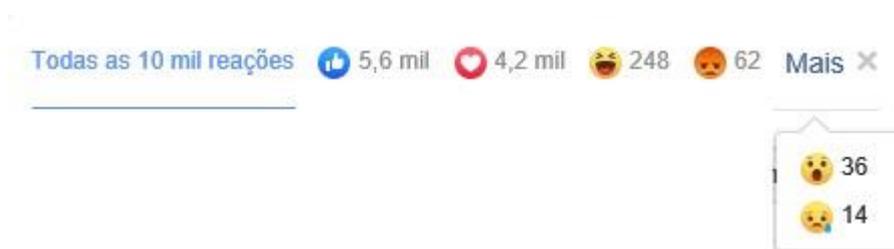
Figura 18 – Publicação 2



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

A figura 19 ilustra as reações que essa postagem recebeu. Reparamos que essa publicação, por conta do contexto, não foi muito bem aceita por todos os fãs, de forma que verificamos a existência de todas as reações. A postagem recebeu um total de 1226 comentários, e foi compartilhada 2104 vezes.

Figura 19 – Reações da Publicação 2



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

A terceira publicação apresenta a fotografia de uma tatuagem do brasão da

Sonserina é uma legenda em tom jocoso, devido à presença de risadas⁴⁴ (expressão facial) e um emoticon de coração na cor verde (gesto carinhoso associado ao simbolismo da cor). A postagem tem como intenção brincar com os participantes do grupo, ao afirmar na legenda que a Sonserina não é uma das melhores casas, o que gerou indignação por parte de alguns fãs, enquanto outros aproveitaram a brincadeira para enaltecer a própria casa ou simplesmente criticar a Sonserina, devido ao estigma negativo que a casa possui.

⁴⁴ Na internet, o riso e a gargalhada são escritos (onomatopéia).

Figura 20 – Publicação 3



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

A figura 21 ilustra as reações recebidas por essa postagem. De acordo com o contexto, pudemos perceber que essa publicação não foi muito bem aceita por todos os fãs, visto que também verificamos a presença de todas as reações. A postagem recebeu 627 comentários, tendo sido compartilhada 105 vezes.

Figura 21 – Reações da Publicação 3



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

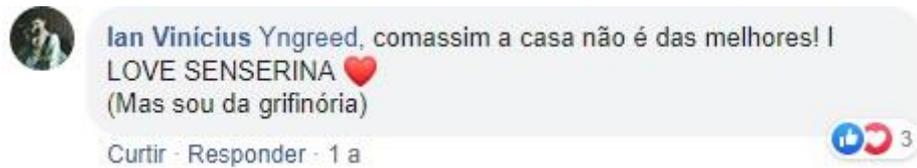
A análise de discurso funcional, que enfoca o contexto de uso, a fala dos sujeitos, e a pragmática da linguagem, realizada na interação verbal (escrita) revelou a existência de 3 atividades, denominadas de atividades de fãs (quadro 7), e que representam as ações desses fãs no interior da comunidade de fala, devendo ser entendidas, segundo Leão (2009), como ações sociais.

Quadro 7 – Atividades de Fãs

Atividade	Descrição
Debate entre fãs	Essa atividade é representada por ações de concordância ou discordância acerca de elementos da saga, geralmente considerando aspectos da publicação principal ou de algum comentário. Essas interações podem representar indignação, surpresa e crítica.
Construção do <i>Eu</i>	Essa atividade está diretamente relacionada a elementos identitários, em que o fã indica pertencimento a uma casa. Também se refere ao ato de identificação com uma casa, independente do resultado obtido no teste do Pottermore. Os fãs também utilizam o universo como parâmetro para revelar como gostariam de ser ou afirmar como efetivamente são, podendo ainda criticar as atitudes/ valores característicos de alguma casa.
Características de fãs	Essa atividade é baseada no domínio de conhecimentos acerca da saga (requerimento para tornar-se participante da comunidade de fala). Também é marcada pela admiração aos símbolos da série, assim como uma apreciação estética nas publicações que tinham tatuagens como foco. Uma outra característica de fã está no desejo de fazer uma tatuagem da saga, onde o simbolismo possui um papel fundamental.

Fonte: elaborado pela autora

A figura 22 exemplifica as 3 atividades.

Figura 22 – Ato de Fala 54/03 ⁴⁵

Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no Facebook

O exemplo traz o comentário de número 54, pertencente à terceira publicação que analisamos. Esse ato de fala representa as atividades propostas no quadro 7, por possuir todas as ações sociais relacionadas a elas. O contexto desse comentário é o de uma postagem (figura 18) onde os administradores da página fazem uma brincadeira com o estigma negativo da Sonserina, indicando que ela não seria das melhores casas. É evidente a existência de erros tipográficos (Senserina ao invés de Sonserina), mas que não impedem a compreensão do discurso. Então, o ato de fala indica como se dá a atividade de debate entre fãs ao “questionar” a legenda da publicação principal, evidentemente discordando da brincadeira que tinha sido feita. A atividade características de fãs ocorre através do “I LOVE SONSERINA”, cujo contexto é a profunda admiração que o interactante tem pela casa. O fato dessa fala específica estar em caixa alta é uma forma do indivíduo enfatizar a afeição que tem pela Sonserina. Por último, temos a atividade de construção do eu, representada aqui pela afirmação de pertencimento à Grifinória, que acontece sob a forma de *footing*, pois a presença de parênteses está demarcando uma mudança no alinhamento do interactante.

As atividades de fãs dessa pesquisa apontaram para a existência de 5 funções (quadro 8).

Quadro 8 – Funções

Função	Descrição
Admirar signos do universo	Atitude de contemplação por tudo o que constitui ou se refere ao universo, tais como atores, cenas de filme, objetos, tatuagens temáticas. Tal sentimento é expresso

⁴⁵ As publicações principais foram numeradas de 1 a 3. Cada ato de fala, comentário no interior de uma publicação principal, recebeu uma numeração sequenciada de 1 a “n”. Então, quando nos referimos ao código 54/03 estamos indicando o comentário número 54, pertencente à terceira publicação (figura 20) analisada.

	na maioria das vezes por meio de elogios que qualificam o objeto em questão.
Demonstrar conhecimento	Projetar-se por meio do uso/consumo de signos do universo, indicar conhecimento desses signos, evidenciar presença de conhecimentos em meio às interações, caracterizar algo relativo ao universo, compartilhando códigos relativos ao mesmo.
Externar identidade	Atitude de indicar pertencimento e/ou identificação com uma casa. Demonstrar orgulho por fazer parte de uma determinada casa, e, conseqüentemente compartilhar das características relacionadas a ela. Essa função também ocorre através de fãs que publicam foto de sua tatuagem ou comentam sobre o desejo de fazer uma.
Produzir significados	Corroborar ou não corroborar com os sentidos gerados no grupo, principalmente em discussões acerca de qual casa é melhor ou do estigma negativo da Sonserina. Também é uma atitude onde o fã caracteriza algo em relação à história e/ou opina sobre a mesma.
Divertir-se	Entreter-se por articular conhecimentos do universo com outros elementos pertencentes ao contexto da publicação. Essa atitude está relacionada à articulação de diferentes códigos culturais, onde são ironizados signos da saga em tom de brincadeira.

Fonte: elaborado pela autora

A seguir exemplificaremos essas funções, com o propósito de facilitar a compreensão da análise.

5.1 ADMIRAR SIGNOS DO UNIVERSO

Para exemplificar essa função, definimos o ato de fala número 11, pertencente à terceira publicação (figura 20) do nosso *corpus*.

Figura 23 – Ato de Fala 11/03



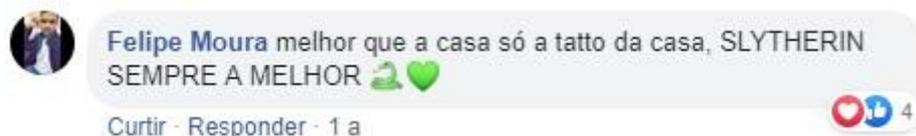
Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no Facebook

O comentário afirma que a Sonserina é a melhor casa, em oposição à legenda

da publicação principal, que brinca com o fato da Sonserina não ser uma das melhores casas. Esse ato de fala é claramente uma atitude de admiração extrema pela casa, que é representada através de aspectos paralinguísticos, como caixa alta (altura da voz) e uso de exclamação (entoação). O discurso indica também admiração pela tatuagem exposta na publicação principal, que é exibido por meio de aspectos extralinguísticos, como o emoticon de carinha apaixonada (expressão facial), o emoticon de coração e os emoticons de palmas (gestos). O uso desses elementos endossam a admiração que os fãs sentem.

Optamos por apresentar outro ato de fala (figura 24) para exemplificar essa função.

Figura 24 – Ato de Fala 75/03



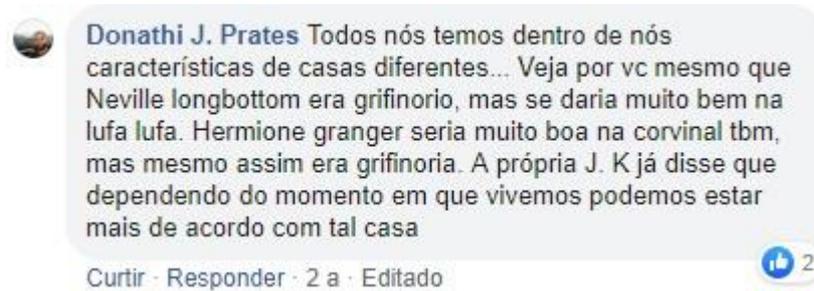
Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Esse ato de fala exalta a Sonserina como melhor casa, indicando essa admiração através do uso de elementos paralinguísticos, como palavras em caixa alta (altura da voz), e extralinguísticos, como o emoticon de coração verde (gesto) e o emoticon de cobra (contexto). O fã expõe ainda admiração pela tatuagem exposta na publicação principal (figura 20), o brasão da Sonserina.

5.2 DEMONSTRAR CONHECIMENTO

Essa função será exemplificada pelo comentário de número 25, pertencente à primeira publicação (figura 16) do nosso *corpus*.

Figura 25 – Ato de Fala 25/01

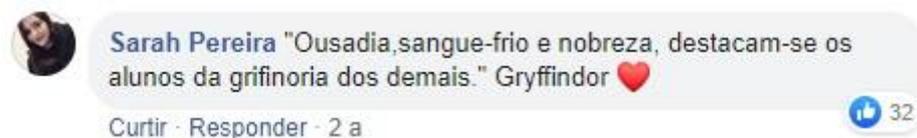


Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Nesse ato de fala, o fã tem como função demonstrar conhecimento sobre o universo de Harry Potter. O comentário foi feito em um contexto de debate sobre o processo de seleção das casas, onde os argumentos eram contrastantes. Alguns fãs estavam defendendo o processo de seleção, afirmando que a decisão do Chapéu Seletor/Pottermore é final. Outros fãs indicavam que a “vontade” do sujeito faz diferença no processo. Dessa forma, a função desse ato de fala é demonstrar conhecimento, pois o discurso assume uma postura mais fidedigna à visão da própria J.K. Rowling, inclusive mencionando personagens e conhecimento sobre eles. A demonstração do conhecimento faz com que este tipo de conduta possibilite a elaboração da face do interagente (aspectos de definição do “eu”), tratado mais adiante. Aqui é possível perceber a utilização de elementos paralinguísticos, como uso de reticências (duração da elocução) e a abreviação de algumas palavras (variações ortoépicas), no intuito de tornar o texto mais breve e menos formal.

Decidimos apresentar outro discurso (figura 26) como forma de exemplificar essa função.

Figura 26 – Ato de Fala 37/01



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Nesse comentário, a fã demonstra conhecimento da saga ao citar as características da Grifinória, como narradas pelo Chapéu Seletor em *Harry Potter e a Pedra Filosofal*. Com relação ao protocolo, identificamos conhecimento de mundo e

contexto, assim como a utilização de um emoticon de coração vermelho, que indica gestos.

5.3 EXTERNAR IDENTIDADE

Optamos pelo ato de fala número 53 (figura 27), pertencente à segunda publicação do *corpus* (figura 18) para exemplificar essa função.

Figura 27 – Ato de Fala 53/02



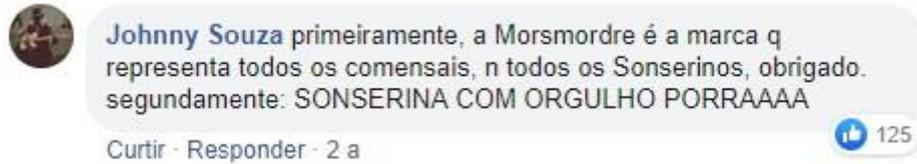
Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Esse ato de fala representa a externalização da identidade de fã, através da publicação da foto de uma tatuagem da marca negra. O comentário fica ainda mais expressivo dentro do contexto da publicação principal, pois ela retrata duas fotos de tatuagens da marca negra com a seguinte expressão: “Sonserina com Orgulho”. Essa afirmação associada às fotos da marca negra causou muita indignação entre os fãs, que não aceitam o estigma negativo da casa, e muito menos a associação que se faz entre a marca dos Comensais da Morte e a Sonserina. A utilização de elementos paralinguísticos, como a palavra “muito” em caixa alta (altura da voz), e o uso de exclamações (entoação), implica em grande admiração por parte do fã que escreveu o comentário. Há também a presença de um emoticon de cobra, cujo significado nesse contexto é de orgulho e identificação.

Optamos por apresentar outro ato de fala (figura 28) para exemplificar essa

função.

Figura 28 – Ato de Fala 171/02



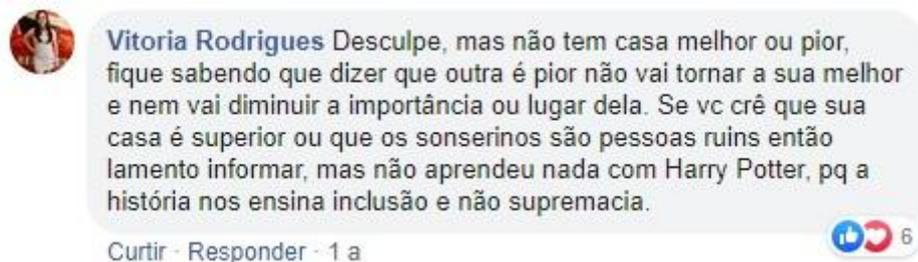
Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Identificamos nesse discurso aspectos de visão êmica (conhecimento de mundo e contexto), que foram utilizados com o objetivo de discordar da publicação principal a que se refere. O ato de fala não corrobora com a associação simbólica que se faz com relação à marca negra. O fã externa sua identidade de forma objetiva ao utilizar caixa alta (altura da voz) para indicar orgulho de pertencer à Sonserina. Ainda de acordo com o protocolo, percebemos a abreviação de palavras (variações ortoépicas) e o alongamento de expressões (duração da elocução).

5.4 PRODUZIR SIGNIFICADOS

O ato de fala número 88 (figura 29), pertencente à terceira publicação (figura 18), foi uma das nossas escolhas para exemplificar essa função.

Figura 29 – Ato de Fala 88/03



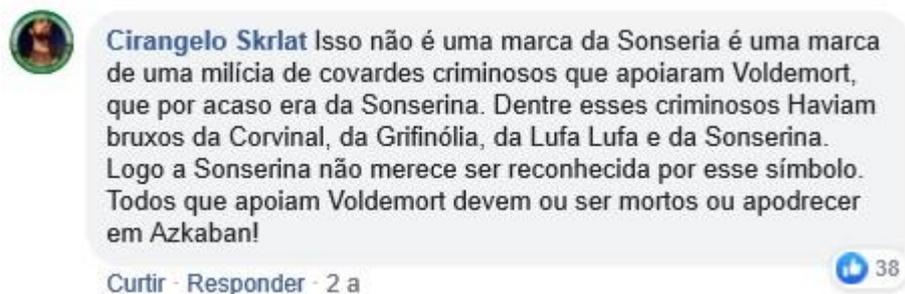
Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

A função aqui representada é a de produção de significados, onde o ato de fala discorda de uma hierarquia das casas, indicando conhecimento do universo ao tratar da importância da inclusão. É um comentário que segue os valores da saga,

discordando da publicação principal e criticando a brincadeira da legenda. O discurso não corrobora com as significações que o estigma negativo da Sonserina gera. Identificamos a presença de um elemento paralinguístico, a abreviação de palavras (variações ortoépicas), no intuito de tornar o texto mais informal. Entendemos que cada comentário produz significados próprios, contudo optamos por incluir essa função, pois ela é marcada por atos de fala que geram novas significações.

Decidimos exemplificar esse função com outro ato de fala, representado pela figura 30.

Figura 30 – Ato de Fala 173/02



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Conhecimento de mundo e contexto são os principais elementos nesse discurso. O fã comenta, de forma incisiva, que a marca negra é um símbolo dos Comensais da Morte, indicando desprezo por todos que apoiam Voldemort. Entendemos que esse ato de fala não corrobora com os sentidos gerados pela publicação principal. Identificamos também a presença do aspecto de definição do eu, face, pois o interagente deseja ter seu valor social positivo reconhecido.

5.5 DIVERTIR-SE

Para exemplificar essa função, escolhemos o ato de fala número 36, pertencente à primeira publicação (figura 16).

Figura 31 – Ato de Fala 36/01



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

A última função que encontramos é relativa à diversão, então o comentário faz uma brincadeira, considerando a imagem da publicação principal e o estigma negativo da Sonserina. A figura 16, que ilustra a postagem, é uma montagem com os brasões das quatro casas, com seus animais símbolos, sendo que a cobra Sonserina está virada para o lado oposto das outras casas. Uma forte característica dessa função é a presença de risos, representados, nesse caso, pelo “kkkk” (expressão facial). Alguns emoticons cumprem essa mesma tarefa.

Decidimos apresentar outro discurso (figura 32) como forma de exemplificar essa função.

Figura 32 – Ato de Fala 88/02



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Percebemos que a intenção desse discurso é ser divertido e ao mesmo tempo servir como defesa da Sonserina. Ele apresentado em um contexto de resposta a outro comentário, que criticava membros sonserinos. Com relação ao protocolo, identificamos a utilização de aspectos paralinguísticos, como o uso de sinais de exclamação e interrogação (entoação). Constatamos também a presença de elementos extralinguísticos, como as risadas (expressão facial), e de visão êmica, representados por conhecimento de mundo e contexto (emoticons de cobra).

6 TRIANGULAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

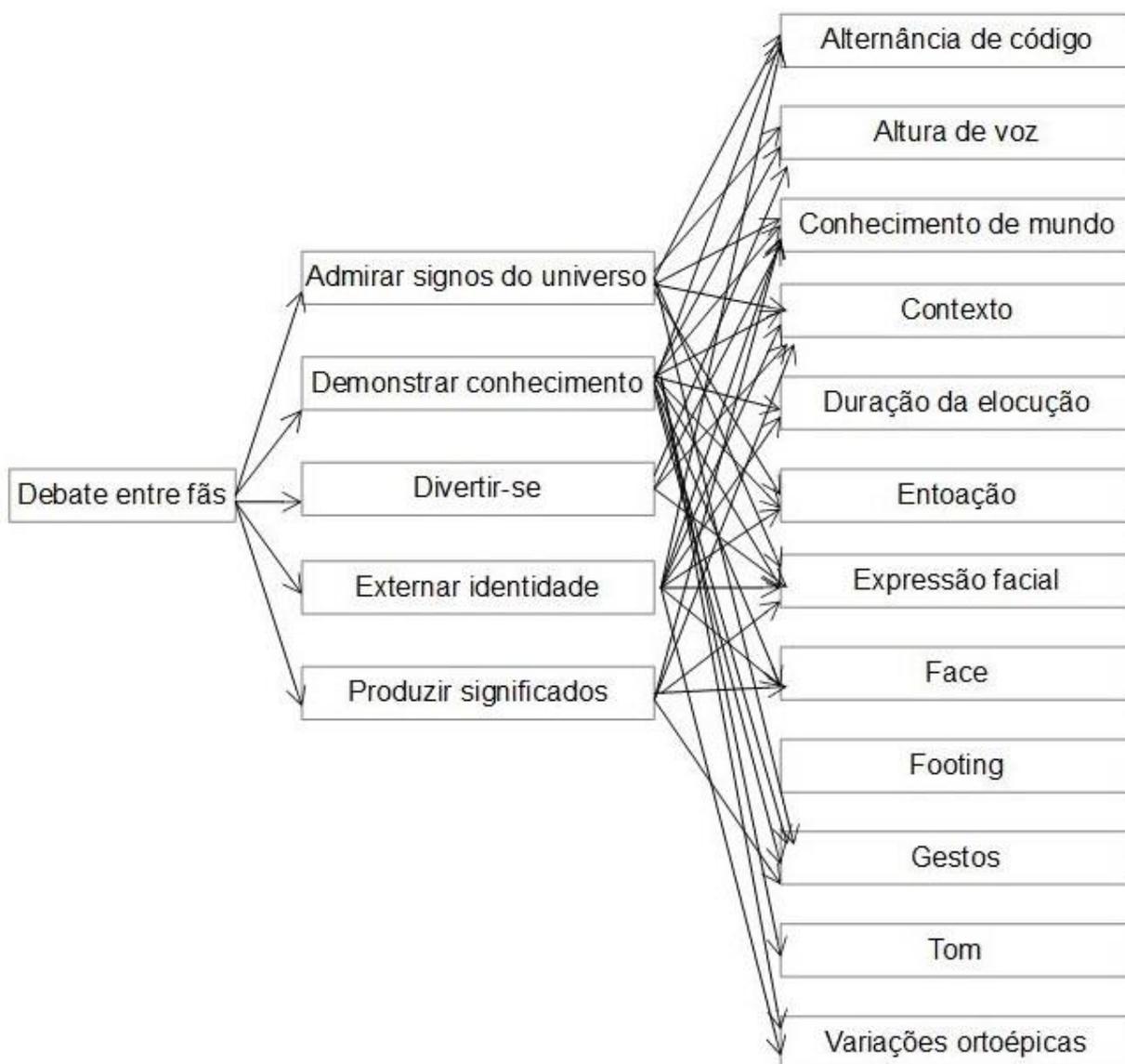
Ao tentar compreender como se deu a construção identitária neste universo, constituímos a relação entre atividades de fãs, funções e usos da linguagem (protocolo). A seguir apresentamos as trincas de significação⁴⁶, seguidas de exemplos de interações. Por último, discutimos os resultados desse estudo, através da interseção estabelecida entre as trincas. Optamos por exemplificar as atividades usando as 3 publicações principais como base. Então, exibimos 3 exemplos para cada atividade de fã, um de cada publicação principal.

6.1 DEBATE ENTRE FÃS

Como mencionado anteriormente, essa atividade é representada por ações de concordância e discordância acerca do tema abordado na publicação principal. Dessa forma, a figura 33 exhibe a trinca de significação do debate entre fãs.

⁴⁶ Trincas de significação são representações da triangulação de dados, definida por Denzin e Lincoln (2007) como uma combinação de metodologias diferentes com o objetivo de analisar o mesmo fenômeno.

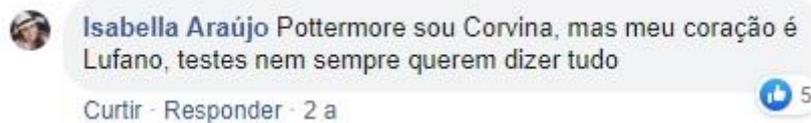
Figura 33 – Debate Entre Fãs



Fonte: elaborada pela autora

Então, seguem os exemplos referentes à atividade de debate entre fãs.

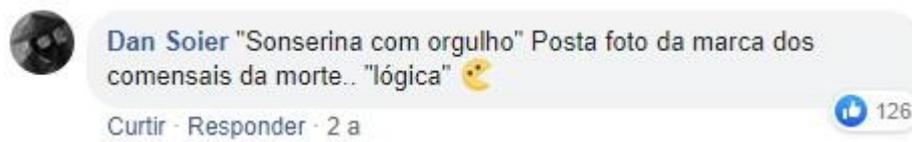
Figura 34 – Ato de Fala 24/01



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Esse comentário foi realizado num debate acerca da validade do sistema de seleção das casas, mais especificamente o teste do Pottermore. Enquanto algumas pessoas aceitam o resultado do site como o oficial, outras acreditam no poder de escolha, principalmente, por se identificarem com uma determinada casa, querendo fazer parte daquele grupo. De acordo com o protocolo, esse discurso apresenta elementos de contexto e conhecimento de mundo.

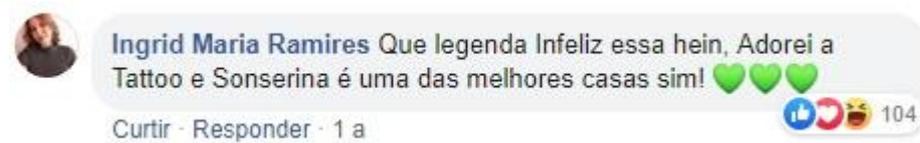
Figura 35 – Ato de Fala 48/02



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Esse ato de fala discorda da publicação principal a que se refere de forma sarcástica. O uso da palavra “lógica” entre aspas indica alternância de código, como apresentado no protocolo, pois o seu significado foi alterado nesse discurso, assumindo características de deboche. Há ainda a presença do sinal de reticências (duração da elocução), usado para alongar a expressão, enfatizando o sarcasmo do termo “lógica”. Um outro elemento distintivo desse comentário é a utilização de um emoticon representando expressão facial. Ainda que esse emoticon específico não tenha essa conotação, ele foi utilizado em referência à gíria de internet, “derp”, que significa agir de forma estúpida.

Figura 36 – Ato de Fala 60/03

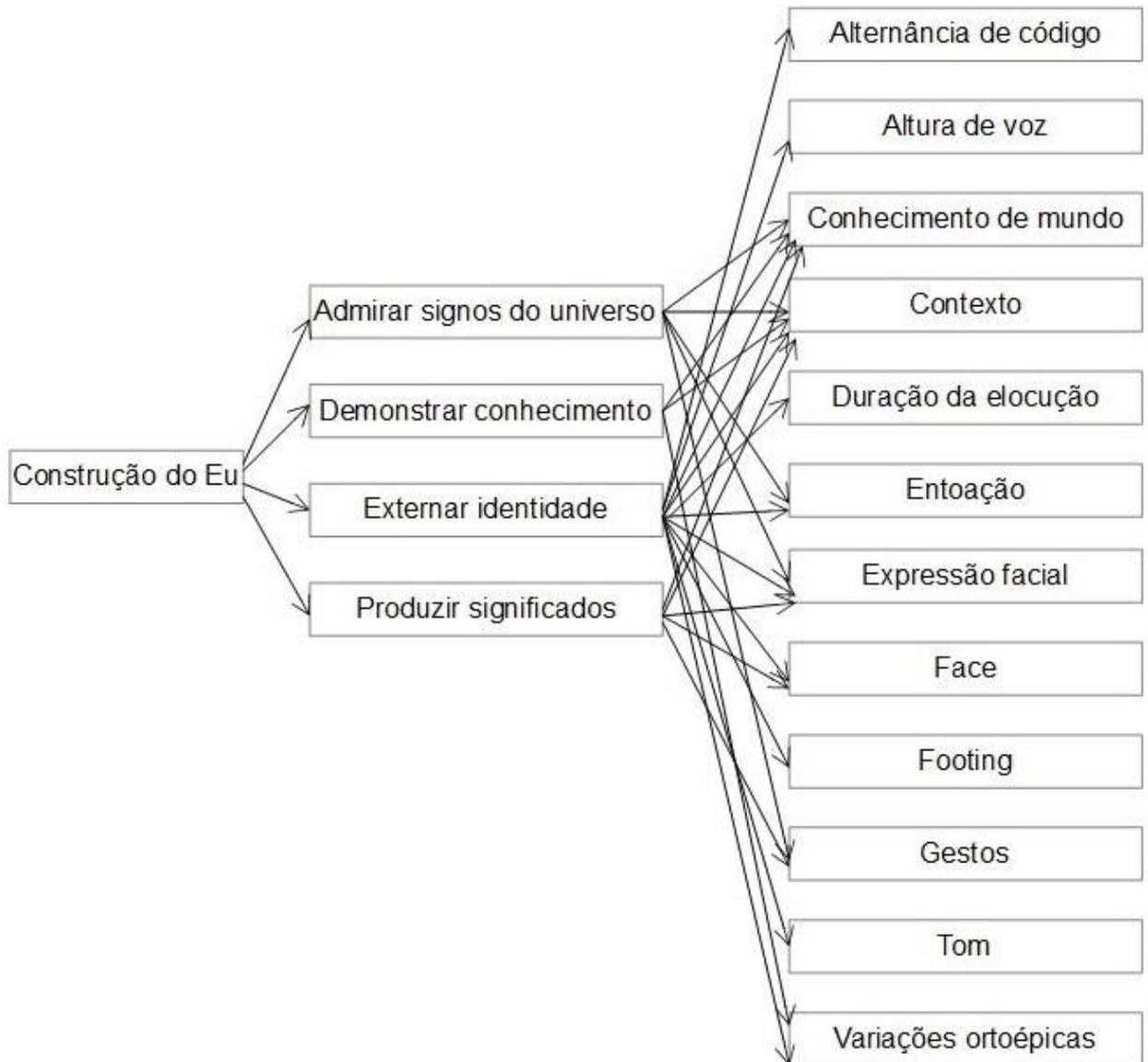


Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Esse discurso não apenas discorda da brincadeira feita na publicação principal a que se refere, ele também tem o objetivo de indicar admiração pela Sonserina. A utilização do sinal de exclamação, que designa uma entoação ao discurso, funciona como um elemento de afirmação de um ponto de vista. Há ainda o uso de 3 emoticons de coração na cor verde, representando gestos de carinho.

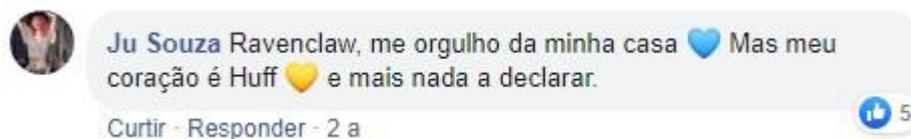
6.2 CONSTRUÇÃO DO *EU*

Essa atividade é representada por atos de fala que indicam elementos identitários, como pertencimento e/ou identificação com uma casa e/ou um personagem. A figura 37 exhibe a trinca de significação resultante das interações de construção do *eu*.

Figura 37 – Construção do *Eu*

A seguir trazemos alguns discursos para exemplificar a atividade de construção do eu.

Figura 38 – Ato de Fala 31/01



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Esse discurso é focado em externar identidade, onde a fã indica pertencer à

Corvinal, e, apesar de sentir orgulho dessa casa, tem uma admiração ainda maior pela Lufa-Lufa. Um ponto muito interessante desse ato de fala é a utilização de emoticons de coração (gestos) nas cores das casas (azul para Corvinal e amarelo para a Lufa-Lufa). Ainda de acordo com o protocolo, identificamos conhecimento de mundo (nomes das casas em inglês) e domínio de contexto de fala.

Figura 39 – Ato de Fala 53/02



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no Facebook

Esse ato de fala, pertencente à segunda publicação, apresenta características muito marcantes para a construção do eu. O discurso é formado por imagem e texto, apresentando uma citação do quinto livro, *Harry Potter e Ordem da Fênix*. No contexto da saga, essa frase é dita pelo personagem Sirius Black⁴⁷, que pertencia à Grifinória, e era tido como a vergonha da família Sonserina. Da forma como a citação foi usada, especialmente considerando a imagem, podemos compreender que esse sujeito se identifica com os vilões da história. Esse discurso, que vai contra muitos dos outros comentários referentes a essa publicação, é uma declaração de amor à Sonserina e ao idealismo pregado pelos Comensais da Morte. Identificamos um forte senso de pertencimento, representado pelo emoticon de coração verde (gesto), emoticon cobra

⁴⁷ Sirius é apresentado no terceiro livro, *Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban*, onde ele é tido como um assassino. Ao longo da história é revelado que ele é inocente e que ele era o melhor amigo do pai de Harry, que o escolheu para ser padrinho de Harry.

(contexto) e pela própria fotografia. A tatuagem da marca negra, que é constantemente associada à Sonserina, gerando indignação por grande parte dos fãs, é exposta nesse comentário como um símbolo de orgulho, de pertencimento a uma determinada comunidade. Identificamos também a presença de alternância de código, através da #Sly, que é uma abreviação (variações ortoépicas) do nome da casa em inglês, Slytherin.

Figura 40 – Ato de Fala 99/03



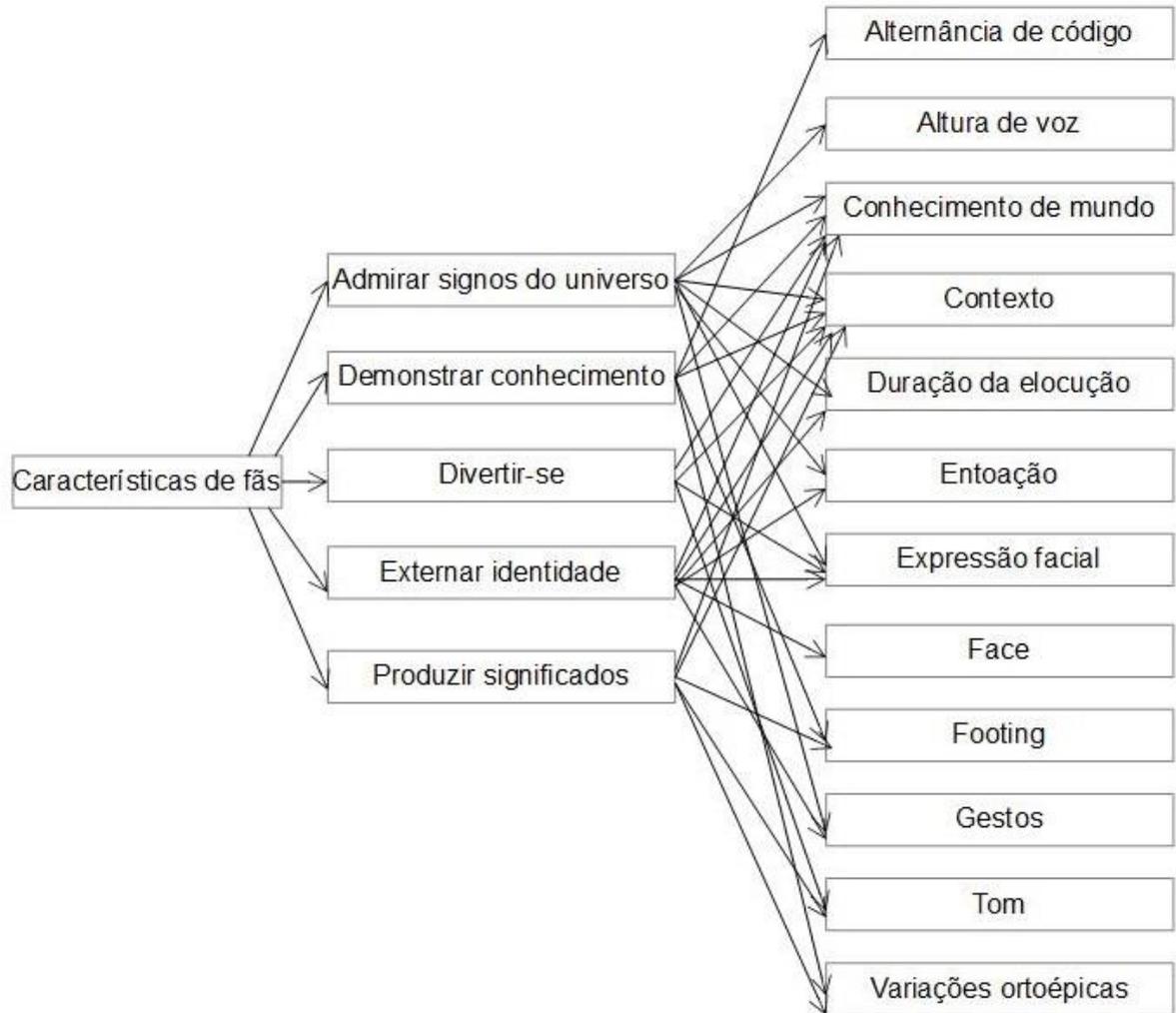
Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Esse ato de fala apresenta um discurso muito centrado na construção do eu, visto que a fã diz ter certeza de pertencer à Sonserina. Ainda que seja um comentário sem elementos extralinguísticos, é possível perceber a dominância de um contexto e conhecimento de mundo. A fã também indica o desejo de fazer uma tatuagem da saga, mais especificamente o brasão da Sonserina, o que demonstra admiração e orgulho pela casa.

6.3 CARACTERÍSTICAS DE FÃS

Como apresentado anteriormente, essa atividade é centrada em ações que caracterizam o fã, como demonstrar conhecimento do universo ou admirar signos da saga. Também é representada através do desejo que alguns fãs expressam de fazer tatuagens relacionadas ao universo. A seguir apresentamos a trinca de significação (figura 41) resultante das interações da atividade de características de fãs.

Figura 41 – Características de Fãs



Fonte: elaborado pela autora

Apresentamos, em seguida, exemplos relativos à atividade de características de fãs.

Figura 42 – Ato de Fala 54/01

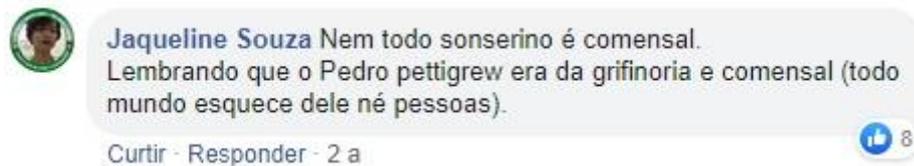


Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no Facebook

O principal elemento desse comentário é o uso de uma citação do primeiro livro

da saga, *Harry Potter e a Pedra Filosofal*. Essa fala é cantada pelo Chapéu Seletor ao descrever as casas de Hogwarts no primeiro ano de Harry na escola. Durante o banquete de abertura do ano letivo, os alunos do primeiro ano são chamados de um por um para ter sua casa definida pelo Chapéu Seletor, que costuma cantar as características das casas. Esse ato de fala indica bastante conhecimento de mundo e contexto. A utilização de um emoticon de coração azul (gesto) indica admiração pela casa.

Figura 43 – Ato de Fala 82/02



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Nesse discurso o conhecimento de mundo é o elemento principal, aliado ao domínio do contexto. A publicação a que se refere (figura 18) foi amplamente criticada por grande parte dos fãs, mas o que diferencia esse comentário de outros é a menção ao personagem Pedro Pettigrew⁴⁸ e o fato de ele ser um sujeito de caráter duvidoso. Percebemos também a presença de *footing*, devido à utilização de parênteses, onde a fã apresenta uma mudança de alinhamento.

⁴⁸ Pettigrew (em português é Rabicho) era um amigo do pai de Harry e de Sirius durante a adolescência (período em que se frequenta Hogwarts), e, apesar de pertencer à Grifinória, acabou traindo os amigos e se tornando um Comensal da Morte.

Figura 44 – Ato de Fala 49/03



Fonte: Página do Harry Potter – Brasil no *Facebook*

Esse ato de fala tem como principais funções indicar admiração e demonstrar conhecimento de símbolos da saga. O discurso possui ainda aspectos paralinguísticos, como a abreviação de palavras (variações ortoépicas), e extralinguísticos, como a representação de um gesto de carinho, através do uso de um emoticon de coração.

6.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao promovermos uma convergência entre os dados das 3 trincas de significação, identificamos alguns resultados mais relevantes. Primeiramente, foi possível perceber que a função divertir-se não aparece na atividade de construção do eu. Atividade essa que foi fortemente representada pelas funções de externar identidade e demonstrar conhecimento. Constatamos que o aspecto paralinguístico (acentuação) referente ao protocolo não foi identificado nos atos de fala. Também não encontramos o aspecto extralinguístico (movimento dêitico) nos discursos analisados. Um outro elemento que chamou nossa atenção foi a presença de *hashtags* (alternância de código), que são usadas para afirmar um ponto de vista e/ou simbolizar orgulho por uma determinada casa. Ainda considerando os elementos do protocolo (FREITAS E LEÃO, 2012), nos chamou a atenção o uso de emoticons de coração nas

cores da casa, o que nós entendemos como um gesto contextualizado.

A saga oferece material para as mais variadas constituições identitárias, onde os fãs, em certas ocasiões, constroem suas autorrepresentações com base no que conhecem da história e dos personagens em conjunção com outros elementos do universo. Essa autoimagem embasada em signos da saga está diretamente relacionada a outros contextos (acontecimentos, experiências, produtos culturais, etc.). Essas construções aparecem sempre permeadas pela exibição de conhecimento, e, por vezes, pela contemplação (admirar signos do universo) de todo tipo de representação da história. Então, percebemos que ter conhecimento do universo, e, conseqüentemente das regras de linguagem da comunidade, é fundamental para que o sujeito realmente se enquadre como membro dessa comunidade de fala. Esse pertencimento a um grupo, que reconhece o indivíduo em sua posição de fã, possibilita que o interactante se torne sujeito. Assim, os fãs utilizam elementos da história para argumentar sobre o que acreditam ser certo e errado, principalmente no que diz respeito à associação simbólica que é feita entre membros da Sonserina e os Comensais da Morte.

Um dos pontos dessa análise que mais nos chamou a atenção foi o conflito entre membros da Grifinória e Sonserina. Tal qual na saga, é possível perceber nos discursos uma grande rivalidade entre essas duas casas. Identificamos também um forte senso de orgulho por parte dos Sonserinos, que, provavelmente, está associado a uma necessidade de ressignificação do estigma negativo da casa. Apesar de abordar a dualidade clássica do bem *versus* o mal, a história faz com que certos personagens se encontrem em situações complexas, questionando, inclusive, seus valores e suas morais. Contudo, eles sempre agem de forma coerente com quem realmente são, reafirmando o pensamento de que as pessoas possuem trevas e luz dentro delas, sendo a forma de agir o elemento distintivo. Dessa forma, entendemos os discursos de admiração e orgulho da Sonserina como sendo uma tentativa dos fãs de minarem os estereótipos sofridos pelos membros da casa.

Reconhecemos ainda que o conhecimento de signos, associado ao contexto da publicação principal a que se refere, promove a ressignificação de símbolos da saga, como visto nos discursos que discordam do estigma negativo da Sonserina ou que criticam o estigma positivo da Grifinória.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando tudo que foi debatido nesse estudo e os resultados obtidos na análise das publicações, concluímos que os fãs da saga Harry Potter constroem suas identidades através de interações, ocorridas em uma comunidade de fala, onde todos compartilham das regras de linguagem. Os discursos se mostraram bastante relevantes para o contexto da nossa pesquisa, nos permitindo categorizá-los de forma que nossa pergunta de pesquisa pudesse ser respondida.

De acordo com nossos objetivos, pudemos identificar que os discursos realizados no contexto do *fandom* representam atividades de fãs, fortemente marcadas por elementos de identificação, pertencimento, exibição de conhecimentos e produção de significados. Percebemos também que a conexão com a obra torna os fãs mais dispostos a se engajarem em causas sociais.

Entendemos o consumo como um dos principais aspectos para a construção da identidade, principalmente no que diz respeito à identidade de fã, pois ocorre mediante um trabalho de identificação e decifração de símbolos. Essa constituição identitária por meio de produtos midiáticos foi facilitada com o surgimento da Web 2.0, e mais ainda com o advento das redes sociais digitais.

A globalização é responsável pela modificação nos padrões de produção e consumo, propiciando, assim, a difusão de produtos culturais. Nesse sentido, entendemos o apelo da saga HP, que surgiu em um contexto de cultura da convergência, em uma sociedade globalizada. Assim sendo, entendemos que o *timing* de lançamento dessa obra foi um dos fatores que proporcionou uma rápida expansão da franquia.

Discutimos também sobre o interacionismo simbólico, que considera os significados particulares como sendo fundamentais para a construção das interações sociais, sejam elas virtuais ou não. Como mencionado anteriormente, o *fandom* é um espaço onde os indivíduos podem (e devem) assumir a identidade de fã. Por se tratar de uma comunidade de fala, é necessário que os interagentes tenham domínio das regras de linguagem. Sendo assim, os fãs apresentam nos seus discursos conhecimento da saga e total compreensão de contexto. O *fandom* é um local em que o fã se sente seguro para interagir sobre a obra, principalmente por estar em um ambiente repleto de outros fãs.

Percebemos ainda que, no contexto virtual, as práticas do *fandom* apresentam algumas limitações, sendo a não existência de um espaço físico a maior delas. Algumas atividades, como, por exemplo, jogar quadribol⁴⁹ ou fazer *cosplay*⁵⁰, requerem ambientes reais. No entanto, a grande vantagem dessas interações virtuais é que elas possibilitam diversas outras práticas. Observamos, então, no grupo Harry Potter – Brasil, no *Facebook*, a presença de algumas dessas práticas. São elas: adorar o universo HP, contar histórias utilizando símbolos da saga, difundir conteúdo sobre a obra, lembrar datas importantes, criar brincadeiras que envolvem símbolos da saga, e, principalmente, resgatar elementos nostálgicos.

Acreditamos que nossos achados serão úteis para profissionais de diversas áreas, entre elas ciências do consumo, comunicação, linguagens, dentre outras. A pesquisa também serve o propósito de disseminar conhecimentos sobre métodos netnográficos, mais especificamente a netnografia da comunicação, no sentido de que, entendemos as interações virtuais como sendo já sendo parte fundamental da sociedade contemporânea.

⁴⁹ O esporte bruxo foi transposto, com adaptações óbvias, para a vida real. Os times possuem a mesma quantidade de jogadores (7) e a configuração do campo é a mesma.

⁵⁰ *Cosplay* é considerado um hobby, em que os participantes se fantasiam de personagens fictícios da cultura pop.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **A Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BELK, R. **Possessions and the Extended Self**. In: Journal of Consumer Research, v. 15, n. 2, p. 139-168, 1988.
- BOOTH, P. **Augmenting fan/academic dialogue**: New directions in fan research. The Journal of Fandom Studies, v.1, n.2, p. 119-137, 2013.
- BOURDIEU, P. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Tradução de Daniela Kern; Guilherme F. Teixeira. Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BRENNAN, J. **The Fannish Parergon**: Aca–Fandom and the Decentred Canon. Australasian Journal of Popular Culture, v.3, n.2, p. 217–232, 2014.
- BURR, V. **Scholar/'shippers and Spikeaholics**: Academic and fan identities at the Slayage Conference on Buffy the Vampire Slayer. European Journal of Cultural Studies, v.8, n. 3, p. 375 – 383, 2005.
- CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Tradução de Mauro Gama. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CAPOBIANCO, L. **A revolução em curso**: Internet, Sociedade de Informação e Cibercultura. Estudos em Comunicação, v.2, n.7 - Universidade de São Paulo, 2010.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**; tradução: Roneide Venâncio Majer. - (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1). São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTILHO, K.; MARTINS, M. M. **Discursos Da Moda – Semiótica, Design e Corpo** - Col. Moda & Comunicação. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- COSTA, F. Z. da N. **Relíquias de Potterheads**: Uma Arqueologia das Práticas dos Fãs de Harry Potter. 2015. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015. 205 p.
- COSTA, F. Z. da N.; LEÃO, A. L. M. de S. **Dispositivo de Potterheads**: Organização Pautada na Ordem do Cânone. RAC, Rio de Janeiro, v. 21, n. 4, art. 4, p. 500-523, Julho/Agosto, 2017.
- CRISTOFARI, C.; GUITTON, M. J. **Aca-fans and fan communities**: An operative framework. Journal of Consumer Culture, v.17, n.3, p. 713 – 731, 2017.
- CRYSEL, L.C. et al. **Harry Potter and the measures of personality**: extraverted Gryffindors, agreeable Hufflepuffs, clever Ravenclaws, and manipulative Slytherins. Personality and Individual Differences. v. 83, p.174 - 179, 2015.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. **Introdução: a disciplina e a Prática da pesquisa qualitativa**. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. (Orgs.) O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

ENNE, A. L. **Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade**. In: Revista Comunicação, mídia e consumo, São Paulo, v.7, n.20, p.13-35, 2010.

ERIKSON, E. H. **Identidade, juventude e crise**. 2 ed. Rio de Janeiro: Zahar.

ESCOSTEGUY, A. C. D. **Cartografias dos Estudos Culturais – Uma Versão Latino-Americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. 240 p.

ESCOSTEGUY, A. C. D. **O que é, afinal, Estudos Culturais?** - organização e tradução de Tomaz Tadeu da Silva - 3ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. 240 p.

FISKE, J. **The Cultural Economy of Fandom**. In: LEWIS, Lisa A. (org). The Adoring Audience: fan culture and popular media. London, New York: Routledge, p. 30-49, 1992.

FRANCISCO, K. C. **A cultura juvenil, a mídia e o apelo ao consumo**. In: Revista Eco-pós, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, p. 113-124, 2010.

FREIRE FILHO, J. **Convergências e Divergências Midiáticas: Fãs, Indústrias do Entretenimento e os Limites da Interatividade**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007.

FREITAS, G. K. A. de; LEÃO, A. L. M. S. **A elaboração da face em comunidades virtuais demarca: um estudo de caso sobre uma comunidade virtual de consumidores da Coca-Cola**. In: Cad. EBAPE.BR, v. 10, nº 1, artigo 10, Rio de Janeiro, Mar. 2012

GIDDENS, A. **Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age**. Stanford, CA: Stanford University Press, 2002.

GILL, R. **Análise de discurso**. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Editora Vozes, 2002;

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, S. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais** / Organização: Liv Sovik; Tradução: Adelaine La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003. 434 p.

HEILMAN, E. E. **Fostering critical insight through multidisciplinary perspectives.** In: HEILMAN, Elizabeth E. Harry Potter's world multidisciplinary critical perspectives. New York: Routledge Falmer, 2003.

HERMAN, E.S.; McCHESNEY, R.W. **The global media: the new missionaries of corporate capitalism.** Londres, Cassell, 1997.

HIRSCHMAN, E. C.; HOLBROOK, M. B. **The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun.** Journal of Consumer Research, v. 9, n. 2, p. 132-140, 1982.

HIRSCHMAN, E. C.; HOLBROOK, M. B. **Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions.** Journal of Marketing, v. 46, n. 3, p. 92-101, 1982.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** Tradução de Suzana L. de Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, H. **Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture.** New York: New York University Press, 2006, 279 p.

JENKINS, H. **Textual Poachers: Television fans & participatory culture.** Routledge: 1992.

JOHNSTON, J. E. **Doctor Who-themed weddings and the performance of fandom.** In L. Bennett & P. J. Booth, Performance and Performativity in Fandom. Transformative Works and Cultures. 2015

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do consumidor.** São Paulo: Atlas, 2000.

KOSUT, M. **Tattoo Narratives: The intersection of the body, self-identity and society.** Visual Sociology, p. 79-100, 2000.

KOZINETS, R. **The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities.** In: Journal of Marketing Research, v. XXXIX, p. 61-72, 2002.

KOZINETS, R. V. **Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online.** Porto Alegre: Penso, 2014.

LANDOWSKI, E. **A sociedade refletida.** Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Educ/Pontes, 1992.

LE BRETON, D. **Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade.** Campinas: Papius, 2003.

LEÃO, A. L. M. de S.; MELLO, S. C. B. de. **Abordagens Qualitativas na Pesquisa em Administração.** Recife: Editora UFPE, 2016. 191 p.

LESSA DE OLIVEIRA, C. **Um Apanhado Teórico-Conceitual sobre a Pesquisa Qualitativa: Tipos, Técnicas e Características**. Travessias, 2008

LEWIS, L. A. **The Adoring Audience: fan culture and popular media**. London, New York: Routledge, p. 1-6 , 1992.

LÜDKE, M., ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986

MANNHEIM, K. **The problem of Generations**. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1952.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997

MELO, R. C. de A. **Tatuagem como forma de comunicação: uma expressão corporal**. TCC (Bacharelado em Comunicação Social) – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, UniCEUB. Brasília, 2007, 32 p.

MUSIANI, F. **Editorial Policies, 'Public Domain,' and Acafandom**. Transformative Works and Cultures, n. 7, 2011

NIEMEYER, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

OLIVEIRA, C. F. de. **As práticas participativas de consumo de mídia : a cultura de fãs no fansite Potterish e em seus perfis no Twitter e Facebook**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Bauru, 2016, 143 p.

POLIVANOV, B. **“Etnografia Virtual, Netnografia ou Apenas Etnografia? Implicações dos Termos em Pesquisas Qualitativas na Internet”**. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2013

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p.

RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. Apresentação à nova edição. In: RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. **Sociolinguística Interacional**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

ROCHA, M. A. V.; HAMMOND, L. e HAWKINS, D. **“Elementos de prazabilidade no consumo e no design de moda”**. In: Anais do 4º. Colóquio de Moda. 2008.

RÜDIGER, F. **As teorias da cibercultura**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013. 319 p.

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço: o perfil do leitor imersivo**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2007. 191 p.

SOARES, T. **“Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis”**. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2013.

STOREY, John. **An introduction to cultural Theory and Popular Culture**. London. Prentice Hall; Harvest Wheat-sheaf. 1997.

THOMPSON, K, Introduction. In: THOMPSON, K (Edt.). **Media and cultural regulation**. London: SAGE Publications Ltd., 1997.

THOMPSON, J.B. **Ideologia e Cultura Moderna. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 5 ed. Petrópolis: Ed. Vozes, 1995.

WILSON, R. E.; GRAHAM, L.; GOSLING, S.D. **A review of Facebook Research in the Social Sciences**. Perspectives on Psychological Science, 2012.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000. 133 p.