



Harry Potter e *fanfictions*: colaboração e gratuidade na internet¹

Beatriz CAVALCANTE²

Ed BORGES³

Renan CAMPÊLO⁴

Tamara LOPES⁵

Riverson RIOS⁶

Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE

RESUMO

O presente artigo tem o objetivo de conhecer como funcionam as *fanfictions*, ficções que fãs escrevem a partir de personagens e histórias de seu interesse particular produzidas por terceiros. Pretende-se mostrar primeiramente como surgiram as *fanfics*. Depois, discutir sobre quem são os fãs e como se dão suas relações com a indústria do entretenimento e a pirataria, utilizando o conceito de cultura da convergência, criado em 2008 por Henry Jenkins. Como objeto, foram escolhidas as *fanfics* do personagem Harry Potter e o novo site oficial da saga, o *PotterMore*, que promete maior interação e colaboração coletiva entre os usuários. É a partir das *fanfics* de Harry Potter que se pretende analisar a relação colaborativa que se tem no mundo virtual, além de discutir acerca de direitos autorais e como se dá a luta das empresas contra os fãs e as publicações gratuitas.

PALAVRAS-CHAVE: *fanfictions*; Harry Potter; internet.

INTRODUÇÃO

A internet se tornou uma das principais ferramentas de participação colaborativa e um suporte para quem quer compartilhar gostos particulares. Exemplo disso são os fãs do personagem Harry Potter, criado por J. K. Rowling, que se encontram na web e criam universos ou continuações para a história do jovem bruxo.

¹ Trabalho apresentado no IJ 05 – Comunicação Multimídia do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012

² Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: cavalcantebias@gmail.com.

³ Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: ed.borgesdias@gmail.com.

⁴ Graduado em Filosofia pela Universidade Estadual do Ceará e estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: renan_bcampelo@hotmail.com.

⁵ Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: tamara.lops@gmail.com.

⁶ Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará. E-mail: riverson@ufc.br



Essas novas versões são denominadas de *fanfics* (abreviatura de *fanfictions*), que, segundo Márcio Padrão (2007, p. 2), significa literalmente “ficção de fã”. Fãs são “pessoas que se dedicam a estudar, comentar e conhecer profundamente livros, filmes, gibis, seriados de TV, ou qualquer outro produto cultural que desperte seu interesse” (LUIZ, 2009, p. 1).

É através da internet que os fãs de Harry Potter organizam fóruns de discussão e elaboram novos rumos para a história. Assim, as chamadas *fandoms* são criadas, comunidades formadas por fãs, sejam *ficwriters*⁷ ou não, dedicadas a um assunto específico (LUIZ, 2009, p. 2). Inspiradas pelos livros, filmes e outros produtos relacionados, essas pessoas são impulsionadas pela paixão que sentem por Harry Potter a criar e difundir novas narrativas do mesmo mundo do personagem, baseadas na gratuidade oferecida pelo meio *online*.

Segundo Lucio Luiz (2009, p.1), os assim chamados *ficwriters* constituem uma subcategoria a parte dentro da cultura de fãs. Para ele, as *fanfics* são apropriações de produtos já existentes e são criadas sem fins lucrativos e sem preocupação com os direitos autorais.

Nesta perspectiva, a complexidade destes grupos gira em torno da relação econômica e social. O objetivo desse artigo é compreender as relações socioculturais que se dão dentro das próprias *fandoms*, entre os *ficwriters* e os produtos criados, as *fanfictions*, e entre os fãs, as indústrias de entretenimento e a pirataria.

Também é necessário compreender como as *fanzines* de 1970 evoluíram para as conhecidas *fanfics* do meio *online* e as características da sociedade do início do século XXI em que elas se desenvolvem. Por isso, como aparato teórico-metodológico, é utilizado o conceito de cultura da convergência, criado em 2008 por Henry Jenkins, para se referir as mudanças que vem se dando tanto nas mídias quanto no próprio comportamento humano, catalisadas pelo surgimento da internet.

Será também traçado um breve panorama da história das *fanfics*, apontado os aspectos socioculturais das comunidades de fãs e esclarecido como a internet, suporte essencial para a colaboração participativa, ajudou na organização delas. Será discutido como os fãs de Harry Potter compartilham entre si comentários e *fanfics* através da internet e como eles têm deixado de serem apenas consumidores para se transformarem

⁷ Segundo Padrão, é através desse termo que os escritores de *fanfics* também são chamados, ou ainda fanfiqueros, adaptação para o português (2007, p.3).



em produtores. Além de discutir acerca dos direitos autorais e como as empresas lidam com esse outro mercado produtor e gratuito.

Faz-se importante analisar também como a relação colaborativa é criada na Internet, no ciberespaço. Por isso, como objeto principal deste artigo, foi escolhido o recém-lançado site *PotterMore*, que pretende tornar a relação entre fãs mais interativa e mais colaborativa.

1. Surgimento das *fanfictions*

Para saber como surgiu o termo *fanfiction*, deve-se primeiro apresentar os precursores das histórias inventadas por fãs na internet, as *fanzines* “(acrônimo de *fanatic magazine*, ou revista fã)”, pois não utilizavam o suporte internet. Portanto, segundo Magalhães (1993), as *fanzines* eram a única forma de informação específica antes da fama da internet.

As *fanzines*, assim como as *fanfics*, dão continuidade a histórias vindas de produtos televisivos. Mas no caso das *fanzines*, a continuação de histórias se dá através da elaboração de revistas amadoras. Quando as pessoas que elaboravam *fanzines* começaram a publicar na internet, na década de 70, histórias derivadas desses programas, seriados, televisivos, surgiram as *fanfictions*, ou *fanfics*. Pode-se dizer que a *fanfic* é a evolução da *fanzine*. A primeira *fanzine* a virar o marco da transição para *fanfic* foi a norte-americana *Spockanalia*, advinda da série televisiva *Jornada nas Estrelas* (LUIZ, 2009, p. 2).

Todo esse processo só pôde se dar através da disseminação da internet, devido a capacidade desse meio de aproximar as pessoas com os mesmos interesses, principalmente por redes sociais. O ciberespaço propiciou que as pessoas pudessem compartilhar o que lhes interessava. Como diz Pierre Lèvy (1999), o ciberespaço é onde as pessoas constroem a inteligência coletiva. Foi nesse ambiente de várias vozes que se desenvolveu diversos tipos de culturas, ou subculturas, como afirma Luiz (2009).

Segundo Formaggio e Oliveira,

Outro exemplo que merece destaque é a aproximação entre pessoas com interesses parecidos. Embora fã-clubes e iniciativas do gênero estejam consolidados há muito tempo, a Internet age como uma ponte entre fãs, admiradores, clientes. Quando ocorre esse encontro entre a história, a tecnologia disponível e as pessoas que estão dispostas a produzir conteúdo relacionado a seus interesses, a narrativa adquire ares transmidiáticos (FORMAGGIO; OLIVEIRA, 2010, p. 2).



Após o surgimento da *fanfiction*, surgiram ainda os *fan films*, que são filmes produzidos por fãs de maneira gratuita e que são postados principalmente em sites, como o *YouTube*. Apesar do amadorismo, vale destacar que os *fan films* não necessariamente possuem baixa qualidade técnica (LUIZ, 2009, p. 3).

Simone Sá (2002) fala ainda que as *fanfics* são uma nova forma de criação da cultura das interfaces e que, para esclarecimento geral, escrever histórias em cima de idéias anteriores não é ilegal, pois não fere a legislação brasileira sobre direitos autorais. Isso porque esses produtos amadores podem se enquadrar, segundo a autora, nas categorias de paródia ou paráfrase, além do que a utilização de nomes próprios não pode ser patenteada.

De acordo com Sá, existem regras para um fã criar uma ficção. Escrever uma história que a *fandom* gostaria que acontecesse, prestar atenção à gramática, ortografia e coerência do texto são algumas das normas que devem ser respeitadas.

Utilizando-se da Internet, parte deste fã-clubes desenvolve e/ou frequenta uma infinidade de sites, listas de discussão e chats dedicados aos mais variados aspectos do seriado, acompanhando e discutindo a trama, torcendo para que aconteça o envolvimento romântico dos protagonistas ou – no caso que nos interessa enfocar – escrevendo histórias que têm os personagens e o enredo do seriado como tema (SÁ, 2002, p. 1).

Outro ponto importante a ser dito sobre o assunto são os laços de popularidade formados. Quanto maior criatividade que um fã se utiliza e a assiduidade com que ele posta os textos, maior será a avaliação nos fóruns das redes sociais (ONOFRE, et al. 2003, p. 4).

2. Fãs, indústrias do entretenimento e pirataria

As comunidades de fãs, pela afetividade em relação ao objeto de admiração, são caracterizadas como principais impulsionadoras da emergente sociedade da interatividade. Uma sociedade democrática e favorável ao diálogo.

Nessa perspectiva, baseado na obra *A arte na sociedade unidimensional*, do filósofo Herbert Marcuse (1973) pode-se apontar que os interesses dos fãs pelas mercadorias divulgadas através das indústrias do entretenimento transformam um



determinado objeto em ícone de divulgação ou num artigo raro, com grande especulação mercadológica.

“As normas que governam a ordem estética não são ‘conceitos intelectuais’. Sem dúvida, não existe qualquer obra autêntica sem o máximo esforço intelectual e completa disciplina intelectual na formação do material.” (MARCUSE, 1973, p.96). Os indivíduos em condições de cooperação efetiva revolucionam, através das novas tecnologias, tanto na expressão criativa quanto na condução da vida pública.

Os fãs desenvolvem um novo produto a partir de um produto pré-existente e registrado para fins meramente ilustrativo de experiências e afinidades coletivas. Assim, “não existe uma arte ‘automática’ nem arte ‘imita’: ela compreende o mundo” (MARCUSE, 1973, p.96).

Para complementar as questões na era digital, Lawrence (2005), autor do livro *Cultura Livre*, aponta que as indústrias culturais já foram, ou estão sendo beneficiadas pela pirataria. “Todas as gerações davam boas-vindas aos piratas do passado — até agora”. Como exemplo, ele cita as empresas de TV à cabo que “dessa forma construíram seus impérios em parte porque “piratearam” o valor criado pelas redes de TV ” (LAWRENCE, 2005, p 56).

Assim, a nova ordem midiática propulsionada pela internet pretende dissolver a diferenciação entre produtor e consumidor, que envolve o ciclo econômico graças aos laços afetivos cultivados socialmente por um determinado produto. O questionamento gira em torno das ações dos fãs, que podem, ou não serem considerada “pirataria”. (LAWRENCE, 2005, p 57-61).

Se podemos entender “pirataria” como o uso de propriedade intelectual dos outros sem permissão — mesmo que o princípio “se tem valor, tem direito” estiver correto — então a história da indústria cultural é uma história de pirataria. Todos os setores importantes da “grande mídia” da atualidade — filmes, música, rádio e TV à cabo— nasceram de um tipo de pirataria bem definida. A história recorrente é como os piratas da geração passada se uniram ao country club dessa geração — até agora. (LAWRENCE, 2005, pág. 67)

As comunidades de fãs, com suas fantasias e interesses, movimentam o mercado das corporações midiáticas. Para ele, se considerar o fã um “copiador” pode-se dizer que a indústria cultural é um história de cópias (piratarias) (LAWRENCE, 2005, p 57-61).



Neste âmbito, enfatizando o sistema capitalista que envolve uma complexidade que gira em torno de uma busca da satisfação, Mészáros (2006), filósofo e intelectual marxista húngaro, retrata o consumir como uma atividade de satisfação e prazer imediatos essenciais da existência humana na sociedade, isto de maneira reificada. Aliás, na perspectiva atual das comunidades de fãs, produtor e consumidor estão dissolvidos apenas no indivíduo.

A essa concepção segue duas atividades diferentes, porém igualmente prejudiciais. A primeira expõe o homem-mercadoria. A segunda tenta amenizar os efeitos do homem passivo, enfatizadas por Mészáros:

A primeira subordina todas as principais funções da sociedade. O tão propalado dessa relação é o homem-mercadoria, que é um escravo de seu consumo e das suas complicadas instituições que lhe permite ser um homem-mercadoria passivo. Ao contrário, a segunda atitude prática minimiza a importância do consumo individual e cria instituições capazes de impor as leis que regulam o funcionamento de um sistema de produção com consumo individual restrito. (MÉSZÁROS, István, 2006, p.186).

3. A cultura colaborativa dos *fanfics* na Internet

Com a popularização da internet na década de 1990, as pessoas puderam ter acesso a informações antes desconhecidas e não distribuídas pelas mídias convencionais, tais como a televisão e os jornais. Entretanto, o material produzido passou por uma série de mudanças tanto no conteúdo quanto na forma, já que o usuário passou a ser mais exigente quanto àquilo que queria conhecer. Questões como layout e navegabilidade da página foram mais discutidas e atualizadas para atender o gosto da demanda que se formava.

Com a chamada Web 2.0, ficou difícil distinguir quem é usuário e quem é produtor na internet. A partir dessa fase mais interativa da web, as pessoas puderam ter acesso a códigos de aplicativos e tiveram a disponibilidade de modificar conteúdos de acordo com a necessidade de cada um.

Como já apresentado, os *ficwriters* de Harry Potter produzem seus próprios produtos baseados nos livros originais da saga, escritos por J.K. Rowling, mantendo uma ideia de produção livre, sem proprietário intelectual.

Manuel Castells (2003), no livro *A Galáxia da Internet*, já define a comunidade virtual como uma extensão da cultura hacker, que se utilizou da tecnologia desenvolvida



por eles para benefício de várias pessoas de um mesmo grupo da internet. Isso garantiu facilidade e praticidade de moldar conteúdos e utilizar aplicativos.

Com as *fanfics* e os produtos elaborados pelos fãs de Harry Potter não foi diferente. No começo da saga, jogos de computador foram desenvolvidos por fãs, como o jogo *Quidditch*⁸ de 1997. Nele um jogador de “quadribol”, que seria o próprio Potter, precisa pegar os “pomos de ouro”, desviar de bolas azuis e se proteger com uma bola vermelha, de maneira semelhante ao que ocorre no primeiro filme da saga, *Harry Potter e a Pedra Filosofal*. Porém, este jogo em específico trouxe um elemento que não se encontrava nos demais jogos desenvolvidos com a mesma temática, a gratuidade.

As comunidades virtuais, tais como as *fandoms*, trabalham com os valores da comunicação livre e com a formação autônoma das redes. Nelas, estão presentes o compartilhamento gratuito de produtos relacionados à comunidade e a liberdade de encontrar a própria destinação quando navegar na internet.

Há na cultura hacker um sentimento comunitário, baseado na integração ativa a uma comunidade, que se estrutura em torno de costumes e princípios de organização social informal. As culturas não são feitas de valores nebulosos. São enraizadas em instituições e organizações. Há uma organização desse tipo na cultura hacker, mas ela é informal; isto é, não é imposta pelas instituições da sociedade (CASTELLS, 2003, p. 43)

Outro termo que não pode ser esquecido quando falamos de *fanfics* e produção intelectual na internet é a convergência. Segundo Henry Jenkins, convergência trata-se do “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos”, além da cooperação entre esses mercados midiáticos e ao comportamento do público em relação aos meios de comunicação.

Segundo ele, os consumidores não estão mais atrelados a uma única mídia, e sim perpassam por todas, a fim de conseguir novas experiências sobre os conteúdos que busca. Dessa maneira um fã não se contenta apenas com os sete livros da saga Harry Potter, mas quer também saber de jogos relacionados, documentários sobre o processo criativos e sobre como a magia fictícia se espalhou no “mundo real”. A *fandom* quer ver novas versões das histórias em novos suportes, como os quadrinhos, ter o poder de criar e alterar conteúdos, e não apenas se alimentar dessas novidades.

⁸ Desenvolvido por Philipp Engel, com colaboração de Carl Bunton, Eric W. Engler e Markus Stephany. Encontrado no site <http://www.filzip.com> e redistribuído pela revista brasileira “Top Games Evolution”, através de CD-ROM, pela editora Digerati.



Dessa maneira, a convergência representa uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (JENKINS, 2008). Entretanto, não podemos afirmar que essa junção de conteúdos só é possível por causa dos aparelhos utilizados, da tecnologia manipulada. Os próprios manipuladores, no caso os *ficwriters*, possuem um arsenal criativo adquirido pelas experiências advindas das leituras e do compartilhamento de informações com outras pessoas que são fãs de Harry Potter. O público, que antes era passivo ao que era transmitido pela grande mídia, agora pode produzir o que quer consumir, transformando a “inteligência coletiva” em uma fonte alternativa de poder.

4. As *fanfictions* e o *fandom* de Harry Potter

4.1 Harry Potter como produto de indústrias do entretenimento

Em 1990, a então professora de literatura Joanne Kathleen Rowling imaginou, à espera de um trem do metrô londrino, o personagem que marcaria a sua vida e a literatura infantojuvenil do início século XXI. Data desse período o esboço do personagem Harry Potter, que nasceu definitivamente sete anos depois, no primeiro livro da saga de J. K. Rowling, *Harry Potter e a Pedra Filosofal*. (ÉPOCA, n. 686, 11 jul, 2011, p. 122 -123).

Desde então, de 1997 a 2007, foram dez anos de aventuras e desventuras do jovem bruxo, que acompanhou, encantou e cresceu ao lado de crianças e adolescentes de todo mundo. Segundo dados da revista Época, a história de Potter, composta por sete livros, ao todo vendeu 450 milhões de exemplares, foi traduzida para 70 idiomas e lançada em 200 países (ÉPOCA, n. 686, 11 jul, 2011, p. 123). A revista ainda cita que a criação de J. K. Rowling é “a série infantojuvenil de livros mais vendida da história” (ÉPOCA, n. 652, 15 nov, 2010, p. 78).

Além disso, a partir de 2001, a saga passou a ser cinematografada em oito filmes, que junto aos livros, brinquedos e outros produtos “fizeram da série uma marca com valor estimado de US\$ 15 bilhões” (ÉPOCA, n. 724, 2 abr, 2012, p. 117). Os filmes também são citados pela revista como “a franquia de maior êxito em 115 anos de existência do cinema” (ÉPOCA, n. 652, 15 nov, 2010, p. 78) e é ressaltado que “cinco das 20 produções mais vistas na história do cinema pertencem à saga” (ÉPOCA, n. 686, 11 jul, 2011, p. 124).



A história mágica de Harry Potter se constitui claramente em uma franquia, que, de acordo com Padrão, “consiste em lançar a mesma criação nos mais diversos produtos licenciados” (2007, p.6). Segundo ele, essa é umas das tendências da Indústria Cultural que foi consolidada pelo uso das novas tecnologias. A narrativa de Rowling se encaixa em um contexto transmidiático⁹ de entretenimento, ao se fazer presente em diversos suportes de comunicação, como livros, filmes e jogos (FORMAGGIO; OLIVEIRA, 2010, p. 4).

A variedade de mídias em que a criação de J. K. Rowling se apresenta potencializa a publicidade dos produtos. Isso porque é gerado tanto um marketing oficial quanto um espontâneo, que se espalham na internet rapidamente, seja através de estratégias da empresa ou pela *fandom* (PADRÃO, 2007, p. 6). Segundo Freire Filho, esse “sem-número de produtos derivados (...) ambicionam intensificar o grau de imersão do público no universo do seu artefato favorito” (2007, p. 9).

Na óptica de Henry Jenkins (2008), a transmidialidade de produtos como o da saga Harry Potter se enquadra como uma expressão natural da cultura da convergência, iniciada no final do século XX. Ao tratar de convergência, o autor se refere

[A]o fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2008, p.27)

Esse aspecto da sociedade contemporânea não se deve apenas às novas tecnologias surgidas e está relacionado a uma mudança no próprio comportamento do indivíduo, caracterizando uma nova cultura.

Jenkins ainda fala da chamada “*lovemark*” ou “capital emocional”¹⁰ (2008, p. 169), categorias nas quais Harry Potter pode ser incluído. Segundo o autor, o termo se refere a empresas capazes de causar tamanho impacto emocional nos consumidores que deles são exigidos “lealdade além de toda a razão” (JENKINS, 2008, p. 274).

De acordo com Freire Filho (2007), a maioria dos fãs se contenta em consumir os produtos e subprodutos oficiais da sua paixão. Mas o autor ressalva que

⁹ Segundo Henry Jenkins, “uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia” em que “vários canais são utilizados para comunicar uma ideia” e “com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (*apud* FORMAGGIO; OLIVEIRA, 2010, p. 4).

¹⁰ Segundo Jenkins, os conceitos de “*lovemark*” e “capital emocional” foram criados em 2004, por Kelvin Roberts, diretor geral da empresa Saatchi & Saatchi.



[U]ma parcela deste público, porém, se dedica a produzir materiais suplementares ao conteúdo primário do seu interesse – desenhos, pinturas, ficções, poemas, músicas, vídeos, entre outras criações compartilhadas (...). (FREIRE FILHO, 2007, p.5)

É nesse contexto que se enquadram as *fanfics* e os *ficwriters* de Harry Potter. No FanFiction.Net¹¹, o site mais utilizado para as publicações do gênero segundo Onofre et al, Harry Potter se encontra entre as três ficções mais populares (2011, p. 3). Além disso, a *fandom* do jovem bruxo ao redor do globo se reúne em centenas de outras redes sociais, blogs e sites específicos pela internet, a fim de compartilharem histórias e opiniões a cerca do universo mágico criado pela escritora.

4.2 *PotterMore* e a participação colaborativa dos pottermaníacos na internet

Um comunicado oficial lançado em 23 junho de 2011¹² causou alvoroço dentro das comunidades *online* de fãs e entusiasmou os milhões de seguidores de Harry Potter. Nele, Rowling anunciou a criação do novo site oficial, o *PotterMore*¹³. Segundo a revista Época, dois minutos após o vídeo em que a escritora trouxe a notícia à legião de fãs, cerca de 4 milhões de pessoas tentaram conquistar uma das vagas na versão beta (experimental) do site, destinadas ao primeiro 1 milhão de usuários (ÉPOCA, n. 686, 11 jul, 2011, p. 120).

A seleção se deu a partir do dia 31 de julho de 2011, data do aniversário fictício de Harry Potter e da escritora Rowling, através de desafios *online* lançados aos fãs, que, ao completarem a missão, ganharam o direito de acesso. Esses primeiros usuários tiveram a função de ajudar na construção do site, opinando, apontando defeitos e dando sugestões para um maior aperfeiçoamento. Após alguns adiamentos, a página foi aberta ao público em geral em abril de 2012.

Tanta disputa para fazer parte desse projeto ainda em aprimoramento se deve ao conceito diferenciado que ele apresenta. Segundo a descrição do próprio site, o “PotterMore é uma experiência de leitura online única de J. K. Rowling, construído a partir dos livros Harry Potter”¹⁴. Assemelhando-se a uma rede social, nele os fãs podem

¹¹ Disponível em <<http://www.fanfiction.net>>. Acesso em 01 maio 2012.

¹² Disponível em <http://press.pottermore.com/launch/pottermore_pressrelease_230611.pdf>. Acesso em 01 maio 2012.

¹³ Disponível em <<http://www.pottermore.com>>. Acesso em 01 maio 2012.

¹⁴ Tradução dos autores: “Pottermore is a unique online reading experience from J.K. Rowling, built around the Harry Potter books”. Disponível no endereço <<http://www.pottermore.com/en/about>>. Acesso em 01 maio 2012.



participar e compartilhar com os amigos as histórias dos livros, além de eles mesmos criarem de maneira colaborativa alguns conteúdos, como detalhes das histórias e *fan arts* (desenhos de seus personagens favoritos).

Os usuários têm acesso a 50 páginas de conteúdo extra e inédito sobre personagens da série e histórias paralelas (ÉPOCA, n. 686, 11 jul, 2011, p. 120), além de ilustrações e detalhes do universo mágico de Hogwarts¹⁵, segundo o comunicado. Os participantes podem ainda navegar pelos capítulos do primeiro livro¹⁶, duelar com outros amigos “bruxos”, aprender as poções e interagir com outros aspectos da história.

No final de março de 2012, foi criado o *PotterMore Shop*¹⁷, a única loja virtual responsável pela venda dos *e-books* (livros digitais) e audiolivros. De acordo com a revista Época, “novas versões dos livros digitais, com imagens e sons incorporados à narrativa, chegarão ao site até o fim do ano” (ÉPOCA, n. 724, 2 abr, 2012, p. 117). Também está previsto que sejam vendidos acessórios destinados aos pottermaníacos.

Tudo isso, segundo o comunicado, submetido à visão e ao gerenciamento da própria escritora. Sobre o motivo que a levou à nova criação, J.K. Rowling comentou:

Eu queria dar algo em troca para os fãs que têm seguido Harry tão devotamente através dos anos, e trazer as histórias para a nova geração digital. Eu espero que os fãs e aqueles que são novos ao Harry se divirtam tanto ajudando a moldar o PotterMore quanto eu. Assim como eu contribuí para o site, todos poderão participar ao enviar seus próprios comentários, desenhos e outros conteúdos, em um ambiente seguro e amigável – PotterMore tem sido projetado como um lugar para compartilhar histórias com seus amigos à medida que você navega pelo site (ROWLING, 2011)¹⁸.

4.3 O campo de batalha entre fãs e empresas

¹⁵ Hogwarts é lugar onde fica a Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts, local que serve de cenário principal para o enredo dos livros da série.

¹⁶ Segundo *PotterMore Insider*, blog oficial da plataforma, o segundo livro da série, *Harry Potter e a Câmara Secreta*, ainda será transferido para o site e não é mencionada nenhuma previsão. Disponível em <<http://insider.pottermore.com/p/pottermore-site-updates.html>>. Acesso em 01 maio 2012.

¹⁷ Disponível em <http://shop.pottermore.com/en_US?c=USD>. Acesso em 01 mai. 2012.

¹⁸ Tradução dos autores: “I wanted to give something back to the fans that have followed Harry so devotedly over the years, and to bring the stories to a new digital generation. I hope fans and those new to Harry will have as much fun helping to shape Pottermore as I have. Just as I have contributed to the website, everyone else will be able to join in by submitting their own comments, drawings and other content in a safe and friendly environment – Pottermore has been designed as a place to share the stories with your friends as you journey through the site.” Disponível em <http://press.pottermore.com/launch/pottermore_pressrelease_230611.pdf>



A relação entre Rowling e seus fãs, quanto aos direitos autorais da série e à recriação de suas histórias pelo público, é umas das mais liberais no meio literário e é reafirmada com a criação do *PotterMore*. Em relação à questão legal, Rowling se difere de artistas como a escritora Anne Rice, que proíbe qualquer recriação de suas obras, e o diretor de cinema George Lucas, que, apesar de promover premiação para as adaptações dos fãs, controla o poder criativo e limita as adaptações a poucos gêneros¹⁹.

Rowling parece se encaixar mais entre autores como Stephenie Meyer, da saga *Crepúsculo* e George R.R. Martin, de *A Guerra dos Tronos*, que mantém uma relação mais próxima e menos rígida com os fãs (ÉPOCA, n° 686, 2011, p.122-123). Em 2004, segundo o jornal britânico BBC, J. K. Rowling declarou se sentir “lisonjeada pelas pessoas quererem escrever suas próprias histórias” e ocuparem parte do tempo pessoal criando versões de Harry Potter (WATERS, 2004)²⁰. Segundo o jornal, a ressalva da autora seria quanto à questão das *fanfictions* não terem objetivos comerciais ou conotação sexual utilizando a obra original, devendo ser assinadas pelos próprios *ficwriters*.

Freire Filho caracteriza a relação dúbia entre fãs e indústrias do entretenimento como “um eventual campo de batalha”, cheio de tensões (2007, p. 14). De um lado, estão os indivíduos ligados afetivamente a alguns produtos, dos quais reclamam para si os direitos sobre eles. De outro lado, estão as empresas, que, movidas por interesses econômicos e pela proteção da propriedade intelectual, trazem os fãs para atividades que não interfiram comercialmente ou os combatem juridicamente.

Freire Filho afirma que dentro da convergência de mídias são criados meios alternativos pré-estabelecidos oficiais para que fãs atuem sem que haja prejuízos econômicos. Para ele, ao mesmo tempo em que as empresas “estimulam o engajamento interativo e imersivo comercialmente estruturado”, buscam “vigiar, cooptar e, se for necessário, censurar” a atividade de fãs que possam servir de concorrência para o produto original (2007, p. 10).

Esses espaços “de vigilância” servem para coibir “atividades não-oficiais” e são alternativas a um possível combate judicial, que pode fazer com que os fãs reajam coletivamente através de petições, protestos e boicotes. Freire cita o exemplo do caso da

¹⁹ Conhecido desde 2007 como *Star War Fan Movie Challenge*, e originalmente chamado de *Star Wars Fan Film Awards*, o prêmio estimula fãs da série a apenas produzir os gêneros de animações, documentários e paródias, que são legalmente protegidos pela constituição estadunidense, com uma série de limitações e com até 10 minutos. (FREIRE FILHO, 2007, p. 12 e 13; LUIZ, 2009, p. 7).

²⁰ Disponível em <<http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/arts/3753001.stm>>. Acesso em: 01 maio 2012.



Warner Bros, produtora da franquia cinematográfica Harry Potter, que em 2001 notificou 107 sites de fãs, nos quais eram postados materiais que “diluía os direitos da propriedade intelectual”. Em resposta, foi organizado o *Potter War* e o *Defense Against the Dark Arts*, protestos online que propunha o veto a todos os produtos da empresa relacionado à saga, com exceção dos livros originais (2007, p. 11).

Segundo Freire Filho, a internet é um espaço em que essas tensões se intensificam, devido ao sentimento de liberdade que é proporcionado aos usuários e pelo alcance global desse meio. Nesse cenário, sites oficiais e clubes na internet de fãs como o *PotterMore* são vistos pelo autor “como veículos para incrementar o investimento (emocional, espiritual, intelectual, financeiro) dos fãs nas produções corporativas e suas mercadorias adjacentes”, ao mesmo tempo que inibe atividades paralelas amadora que possam atingir os direitos à propriedade intelectual (2007, p. 9).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo as *fanfictions* tendo sido originadas ainda na segunda metade do século XX, foi somente após o advento da internet que elas alcançaram popularização, destaque e importância, dentro da sociedade do início do século XXI. Inseridas em uma cultura da convergência, em que várias são as mídias utilizadas pelas indústrias do entretenimento para levar o público a consumir um maior número de produtos oficiais, as *fanfics* se apresentam como uma importante mudança no sistema econômico.

Elas se constituem como obras amadoras e representam os diversos materiais produzidos de maneira colaborativa na internet. São um reflexo da sublimação dos limites tênues entre produtor e consumidor.

Na cultura do compartilhamento, o indivíduo não encontra mais posição entre consumidor e produtor, ocasionando uma ampla difusão de interesses individuais, que nas comunidades de fãs tornam-se coletivos. Já virou hábito tratar o consumo como algo passivo ou meramente individualista. Mas esta visão oscila agora com a grande rede de compartilhamento que é feita por cada indivíduo em seu local, realizada num espaço cibernético.

Movidos pelos conceitos de liberdade e cultura participativa, associados à internet, as *fandoms* começam a burlar a lógica do sistema econômico vigente e criar seus próprios produtos. Eles demonstram despreocupação em relação a valores preciosos à Indústria Cultural, como a propriedade intelectual e a obtenção de recursos



pecuniários, e passam a serem vistos como possíveis concorrências. Tudo isso motivados, também, pelo prazer e amor que cultivam pelo objeto de idolatria.

Na internet, os fãs têm um campo propício para a disseminação desses bens não oficiais, com alcance e repercussão global. Por atingirem o âmbito dos interesses comerciais, as *fanfics* e outras *fan arts* acabam gerando tensões entre fãs e empresas, as quais tentam criar espaços oficiais como forma de controle às produções alternativas.

Seja uma forma de se manter o controle à propriedade intelectual, seja realmente uma nova e “única” experiência de participação colaborativa destinadas aos fãs do jovem bruxo Harry Potter, o site *PotterMore* aponta uma maior atenção voltada ao público consumidor, e, agora, também produtor, o que pode ser um reconhecimento da força que podem ter as *fandoms*. Por fim, pode-se afirmar que as fanfics fazem parte de um mundo globalizado e compartilhado no ciberespaço, mesclando consumo de produtos oficiais e gratuitos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003, p. 243.

ENGEL, Philipp et al. *Quidditch*, 1997. Jogo eletrônico. 1 CD-ROM.

FANFICTION.Net. Disponível em < <http://www.fanfiction.net>>. Acesso em 01 maio 2012.

FORMAGGIO, Erick Beltrami; OLIVEIRA, Mariana Correa de. A colaboração entre jovens viabilizada pela internet: uma análise dos casos Harry Potter e The Sims. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 11., 2010, Novo Hamburgo. *Anais eletrônicos*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0540-1.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2012.

FREIRE FILHO, João. Convergências e Divergências Midiáticas: Fãs, Indústrias do Entretenimento e os Limites da Interatividade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007. Santos. *Anais eletrônicos*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1400-1.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2012.

GIRON, Luís Antônio; VENTICINQUE, Danilo. Hogwarts para sempre. *Época*, São Paulo, n. 686, p.119-124, 11 jul. 2011.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008. p.293.

MARCUSE, Herbert. *A arte na sociedade unidimensional*. In: LIMA, Luis C. *Teoria da cultura de massa*. 4.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990, p. 244-250.

LAWRENCE, Lessig. *Cultura livre: Como a Grande Mídia Usa a Tecnologia e a Lei Para Bloquear a Cultura e Controlar a Criatividade*. São Paulo: Trama, 2005. p. 336



LUIZ, Lucio. Fan films e cultura participatória. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. *Anais eletrônicos*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0106-1.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2012.

MAGALHÃES, Henrique. *O que é fanzine*. São Paulo Brasiliense, 1993, p. 78.

MANSUR, Alexandre; GIRON, Luís Antônio. A Geração Harry Potter. *Época*, São Paulo, n. 652, p.76-84, 15 nov. 2010.

MÉSZÁROS, István. *A teoria da Alienação em Marx*. São Paulo: Boitempo, 2006, p. 296.

ONOFRE, Evelyn et al. Ciberliteratura: Analisando o universo das fanfictions na Internet. In: Fortaleza, 2011. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 13., 2011, Maceió. *Anais eletrônicos*. Disponível em <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0877-1.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2012.

PADRÃO, Márcio. Leituras resistentes: fanfiction e internet VS. Cultura de massa. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação*, Brasília, v.10, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/199/200>>. Acesso em: 01 maio 2012.

PIERRE, Lévy. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999, p. 264.

POTTERMORE. Disponível em <<http://www.pottermore.com>>. Acesso em 01 maio 2012.

POTTERMORE PRESS RELEASE. J.K. Rowling announces Pottermore. Reino Unido, 23 jun 2011. Disponível em <http://press.pottermore.com/launch/pottermore_pressrelease_230611.pdf>. Acessado em: 01 maio 2012.

POTTERMORE Shop. Disponível em <http://shop.pottermore.com/en_US?c=USD>. Acesso em 01 maio 2012.

SÁ, Simone de Pereira. Fanfictions, comunidades e culturas das interfaces. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002, Salvador. *Anais eletrônicos*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP8SA.pdf>. Acesso em: 01 maio 2012.

VENTICINQUE, Danilo. J.K. Rowling revela sua visão digital. *Época*, São Paulo, n. 724, p.116-117, 02 abr. 2012.

WATERS, Darren. Rowling backs Potter fan fiction. *BBC News*, Reino Unido, 27 maio 2004. Disponível em <<http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/arts/3753001.stm>>. Acesso em: 01 maio 2012.

WHEN will Harry Potter and the Chamber of Secrets be available? PotterMore Insider. Reino Unido. Disponível em: <<http://insider.pottermore.com/p/pottermore-site-updates.html>>. Acesso em 01 maio 2012.