

HARRY POTTER¹

*produção, consumo e estratégias de entretenimento*²

Silvia Helena Simões Borelli³

Resumo: *Analisar a série Harry Potter, como produto midiático de alto impacto na produção cultural industrializada (campos editorial, cinematográfico e das mídias interativas) e no mercado de bens simbólicos voltado ao entretenimento. Como suporte híbrido – livros, filmes, games, entre outros – articula palavras escritas às imagens audiovisuais e digitalizadas; como manifestação da cultura popular de massa, relaciona matrizes culturais tradicionais, presentes nas narrativas mágicas, nos contos de fadas e nas aventuras, aos modelos industrializados de produção e circulação de produtos em larga escala.*

Palavras-Chave: *Harry Potter. Produção, divulgação e consumo. Cultura das mídias e do entretenimento.*

1. Livro em série: produção, divulgação e consumo em larga escala.

A série Harry Potter chegou ao Brasil, em 2000, na forma de livro, três anos depois que os primeiros volumes – *Harry Potter and philosopher's stone*, *Harry Potter and the chamber of secrets* e *Harry Potter and the prisoner of Azkaban* – foram lançados na Inglaterra (Bloomsbury Publishing Plc) e nos Estados Unidos (Scholastic Press), tiveram sua tradução para variadas línguas, além da inglesa, e conquistaram um espaço considerável no mercado editorial internacional.

Para recuperar o “tempo perdido” a editora Rocco, detentora dos direitos autorais no Brasil, publicou os mesmos três volumes – *Harry Potter e a pedra filosofal*, *Harry Potter e a câmara secreta* e *Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban* –, em uma maratona editorial, nos meses de março, agosto e novembro de 2000, respectivamente.

Desde então, a trajetória da série no Brasil acompanhou o ritmo acelerado dos novos lançamentos no mercado internacional e alcançou patamares bem-sucedidos no *ranking* dos

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Mídia e Entretenimento”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

² Este texto toma como ponto de partida a tese de Livre Docência, **Harry Potter: Campo literário e Mercado, Livros e Matrizes Culturais**, de minha autoria, defendida na PUCSP, em agosto de 2006.

³ PUCSP e SENACSP; sborelli@pucsp.br e Sborelli@sp.senac.br.

“mais vendidos”; como em todo o mundo, transformou-se, rapidamente, em um *best-seller* (BORELLI, 1996).

O quarto livro, *Harry Potter e o cálice de fogo*, editado em língua inglesa em 2000 (*Harry Potter and the goblet of fire*), ganhou o mercado brasileiro no primeiro semestre de 2001, pouco tempo depois da versão original em inglês. O quinto volume da série, *Harry Potter and the Order of the Phoenix*, foi lançado concomitantemente na Inglaterra, Estados Unidos, Canadá e Austrália, em junho de 2003, além de em outros países de línguas não inglesas, e no Brasil, em dezembro do mesmo ano, com o título *Harry Potter e a Ordem da Fênix*. O sexto volume, *Harry Potter and the half-blood prince*, ficou disponível em língua inglesa a partir de julho de 2005, e o seu lançamento no Brasil deu-se ao final do mesmo ano, com o título traduzido para *Harry Potter e o enigma do príncipe*⁴.

Em agosto de 2000, o caderno *Mais!* confirmou a tendência acima apontada ao divulgar a lista de “os mais vendidos do mês”: os livros *...a pedra filosofal*⁵ e *...a câmara secreta* ocuparam os dois primeiros lugares na coluna reservada a “ficção”, com a informação de que, até aquele momento, tinham sido vendidos “mais de 35 milhões de exemplares em 35 países”. Em março de 2001, poucos meses depois do lançamento de *...o prisioneiro de Azkaban*, uma nova medição de *Mais!* classificou os três primeiros livros da série entre os “10 mais”, posicionando-os, respectivamente, nos 3º, 4º e 6º lugares do *ranking* (A DUPLA..., 1º/10/2000).

Assim como o caderno *Mais!* outros jornais e revistas em todo o mundo⁶ confirmaram a mesma tendência e *Harry Potter* tornou-se uma referência no contexto da cultura das mídias como produto, que se desdobra, cuja produção, divulgação, consumo e recepção estão envolvidos em dimensões de larga escala equacionadas, sempre, tomando por base os milhões de livros e leitores e as monumentais cifras daí resultantes.

⁴ Os seis volumes disponíveis na edição brasileira foram traduzidos do inglês por Lia Wyler.

⁵ Os títulos dos livros, filmes e demais produções serão referidos, daqui para frente, por seus “subtítulos” – *...a pedra filosofal*, *...a câmara secreta*, *...o prisioneiro de Azkaban*, *...o cálice de fogo*, *...a Ordem da Fênix*, *...o enigma do príncipe* –, sem que seja necessário repetir, a cada citação, o “prefixo” *Harry Potter*, marca da série.

⁶ Consta da versão original deste trabalho uma leitura analítica detalhada dos números capazes de definir os contornos de um *best-seller*, assim como o lugar ocupado por cada um dos volumes da série no *ranking* dos mais vendidos entre 2000 e 2005. Há ainda uma densa análise comparativa da presença da série no campo editorial e no mercado de bens simbólicos na Inglaterra, Brasil, França e Itália.

É interessante observar que, em um mercado de bens simbólicos integrado pelos mecanismos de circulação e consumo nos diferentes cantos do planeta e pelas conexões de um mundo globalizado, um *pool* formado por editoras, uma em cada país, e orquestrado pela editora no país de origem, aciona, conjuntamente, as estratégias de marketing; assim, o personagem Harry Potter e sua autora são vistos, ao mesmo tempo, em vários pontos do mundo: em *outdoors*, *busdoors*, cartazes, caldeirões de papelão, anúncios de página inteira, vitrinas especiais, sócias do jovem protagonista (COLASANTI, 18/2/2001:D20).

Há uma organização em forma de espetáculo que responde claramente pelos pressupostos de um clássico padrão da cultura de massa (MORIN, 1984:70 e 77). Esse cenário pôde ser confirmado, durante pesquisa por mim realizada em janeiro de 2001, na França e na Itália, por ocasião do lançamento de *...o cálice de fogo*: nas ruas de Paris, Florença e Roma, próximo às grandes, pequenas e médias livrarias, nas bancas de jornal e nos variados suportes midiáticos que se instalaram na paisagem das cidades contemporâneas, era possível observar imagens do jovem bruxo, de seus amigos e desafetos, do velho castelo que abriga a escola, de vassouras voadoras, além de crianças e jovens vestidos de bruxos e bruxas, andando pelas ruas, caracterizados como os personagens que compõem a narrativa.

Destacam-se nesse padrão de encenação, entre outros elementos, as festas de lançamento de novos livros da série realizadas no interior de livrarias ou em outros espaços coletivos. O que se pode observar é uma interessante articulação entre estratégias de *marketing* e traços daquilo que se considera um modelo de comemorações populares mais tradicionais; misturam-se, nesses lugares, diferentes segmentos, gerações e estilos: membros de fã-clubes e aficionados, pais e filhos, grupos de amigos e amigas, estudantes uniformizados de uma mesma escola e curiosos em geral que promovem verdadeiras performances, que reverberam não apenas nas livrarias, como também os festejos que ocupam as ruas nas proximidades.

Vale registrar, como exemplo, o depoimento do psicanalista Contardo Caligaris, participante de um desses eventos:

Na sexta passada, à meia-noite, o quarto volume das aventuras de Harry Potter estava enfim solto pelo mundo. Tinha minha reserva numa livraria de Brookline – tranqüila cidade residencial [...] Assim, meia-noite se aproximando, fui procurar meu exemplar [...] Surpresa: a livraria estava cheia [...] Eram centenas de pais sonolentos e felizes, trazendo crianças que haviam lutado até então contra o sono. Outras pareciam já ter dormido: era um desfile de pijamas, camisolas e pantufas. [...] Atrás de mim na fila, um senhor arvorava uma cicatriz zigzagueando na testa,

como Harry Potter. Um rapaz fantasiado de mago abria a porta e desejava boa-noite. Mas o clima não era de festa mascarada. As pessoas estavam lá para comprar o livro. Na minha frente, duas irmãs (12 e 13 anos) acompanhadas pelo pai, ambas de camisola. Cada uma ganha um exemplar. Ambas abraçam o livro, um tijolo de 730 páginas, como se fosse um ursinho de pelúcia [...] Logo começam a ler, enquanto o pai espera o cartão ser processado: a cada frase levantam o rosto, sorriem uma para a outra, apertam forte o volume, suspirando. E voltam a ler. (CALLIGARIS, 13/7/2000)

Outros episódios, típicos dos momentos de lançamento de novos livros, permitem confirmar a tendência, acima mencionada, sobre estratégias que promovem o produto e incitam a curiosidade dos leitores. A referência a um deles, como exemplo, refere-se ao lançamento, nos Estados Unidos, de *...o enigma do príncipe*; pautas específicas de divulgação foram acionadas poucos dias antes dos lançamentos e objetivavam confirmar, por meio de dados estatísticos e altas cifras, a competência e a legitimidade da série para enfrentar os fluxos de mercado que, em poucos dias, estariam ao seu alcance:

Harry Potter continua se superando. O sexto livro da série campeã de vendas Harry Potter e o Príncipe Mestiço, aguardado nas livrarias americanas para o dia 16 de julho, contará com a maior primeira edição literária já registrada em todos os tempos, com um total de 10,8 milhões de cópias [...] São impressionantes 4 milhões de cópias a mais que o então-recorde para uma primeira edição, estabelecido por Harry Potter e a Ordem da Fênix, o quinto livro da série [...] Nem tão sigiloso é o fato de que exuberantes 102 milhões de cópias de todos os livros da série já foram impressas nos Estados Unidos, sendo que no mundo inteiro foram vendidas 260 milhões de cópias escritas em 62 idiomas. (MEMMOTT, 30/3/2005)

Vale a pena atentar para as qualificações que a matéria ressalta, do tipo: “continua se superando” (superando-se a si mesmo, na comparação entre os volumes anteriores da série!), “série campeã de vendas”, “a maior primeira edição em todos os tempos”, “são impressionantes”, “exuberantes”, para não mencionar também as cifras, todas acima dos “muitos milhões de cópias”.

Nesse sentido, a cotação de tudo que envolve *Harry Potter* é impressionantemente alta. Dois fatos colaboraram para esclarecer esta afirmação: 1) a venda, em 2003, na famosa casa de leilões Sotheby, em Londres, por 28.680 libras (cerca de R\$ 170 mil), de um manuscrito de 93 palavras contidas no livro, ainda inédito, do quinto episódio da saga, *...a Ordem da Fênix*, e 2) ainda a venda, por 5 mil libras (cerca de 8 mil dólares), de uma cópia autografada do mesmo livro. O que chamou a atenção, entretanto, é que o comprador voltou para casa sem o objeto de desejo, pois o livro, naquele momento – março de 2003 –, era apenas uma promessa: o texto estava sendo escrito e demorou ainda três meses para ser publicado!

Ressalta-se que ambos os leilões tiveram sua renda revertida para instituições de caridade e fizeram parte das estratégias de marketing da editora. (FORTUNATO, 31/3/2003; 10/1/2003)

É também alta a cotação de J. K. Rowling, que ocupa um espaço privilegiado na hierarquia dos autores “bem pagos” dentro do campo literário: desde 1997, Rowling quadruplicou sua fortuna, avaliada em US\$ 420 milhões de dólares, e seu patrimônio permitiu que ocupasse, de acordo com a lista compilada anualmente pelo jornal britânico *The Sunday Times*, o lugar de mulher mais rica do mundo do entretenimento na Inglaterra. Segundo o jornal *Mail on Sunday*, Rowling faturou, apenas em 2003, US\$ 173 milhões, ou seja, o dobro em relação a 2002 (ROWLING..., 29/12/2003:D6).

A excessiva visibilidade, a fama e a fortuna, assim como a circulação por espaços multimidiáticos, trouxeram incontáveis dividendos para a autora e para o esquema que a mantém no mercado de bens simbólicos; mas permitiram, por outro lado, que o produto sofresse as conseqüências da superexposição e, também, ficasse sujeito às oscilações de um mercado ainda carente de regras e bastante vulnerável às práticas da “pirataria”.

Foram vários os incidentes (plágios, roubos e versões não autorizadas, entre outros) ocorridos, em várias partes do mundo, antes, durante e depois do lançamento, em junho de 2003, de *Harry Potter and the Order of the Phoenix*.

No que diz respeito aos plágios, dois se destacaram. O primeiro deles, em julho de 2002, quando era possível comprar, por US\$ 1,5, nas ruas de Pequim, na China, o exemplar de um livro intitulado *Harry Potter e o leopardo abordam o dragão*, que nada tinha a ver com o personagem original. O segundo, em novembro de 2002, quando J. K. Rowling e a Time Warner entraram com um processo contra um escritor e uma editora russos (Dmitry Yemets e Editora Eksmo, respectivamente), responsáveis pela autoria e divulgação dos livros *Tanya Grotter e o contrabaixo mágico* e *Tanya Grotter e o piso evanescente*, além de mais uma série considerável de livros da mesma personagem, como pode ser confirmado pelo site russo FictionBook.lib. (FORLANI, 4/7/2003).

Já os episódios referentes à pirataria envolvem os livros *...a Ordem da Fênix* e *...o enigma do príncipe*. O primeiro deles diz respeito a uma edição não autorizada do livro *...a Ordem da Fênix* que chegou ao mercado paquistanês (HARRY..., 5/7/2003:D2) com cada exemplar sendo vendido entre 295 e 495 rúpias (de US\$ 5 a 8,50), contra os US\$ 29,99 do original; a enorme procura pela versão não autorizada obrigou os livreiros do circuito oficial

a reduzirem suas encomendas. O segundo, ocorreu no Chile (HARRY..., 2/8/2003:D2): a tradução de *...a Ordem da Fênix* para o espanhol estava prevista para o final de 2003, mas já em agosto circulava pelas ruas de Santiago uma versão pirata, com cada exemplar sendo vendido por US\$ 17, contra os US\$ 42 da versão inglesa nas livrarias; notícias posteriores informaram que os responsáveis tinham sido presos. O terceiro caso refere-se a um grupo de *hackers* que veiculou pela Internet, poucas horas depois do lançamento e do início das vendas de *...a Ordem da Fênix* na Inglaterra, uma versão pirata integral escaneada do original; acompanhava essa versão uma nota de incentivo, que soava, no mínimo, irônica: “recomendamos que você compre o livro, já que é um dos livros mais bem escritos de todos os tempos” (PIRATARIA, 9/8/2003:D2; VERSÃO..., 23/6/2003).

Apenas mais uma informação para compor a listagem das cópias e plágios potenciais: o jornal *Times*, de Londres, informou que conseguiu baixar, em apenas 17 minutos, uma versão eletrônica de *...a Ordem da Fênix*, logo após seu lançamento (FORTUNATO, 29/6/2003).

Considera-se que um produto com as características de *Harry Potter*, *best-seller* incontestado, inserido na cultura midiática e na indústria do entretenimento, está sujeito a mecanismos de superexposição resultantes de uma estratégia ousada e agressiva de produção e divulgação, que atinge patamares de consumo exorbitantes e entra num contexto de mercado ainda incapaz de gerenciar os fluxos migratórios paralelos. Tais fluxos fogem às regras e criam práticas com poucos mecanismos de controle e contenção, como plágios, roubos de originais, reprodução indébita, todos submetidos à genérica rubrica de “pirataria”, tão usual em tempos de múltiplas e aceleradas reprodutibilidades técnicas.

2. Filmes, internet, jogos eletrônicos.

O fato de *Harry Potter* se apresentar como um produto serializado foi significativo na definição sobre as migrações da narrativa para outras formas culturais (WILLIAMS, 1997:213-215). O livro vira *audiolivro*, filme, jogo eletrônico, RPG, entre outras adequações possíveis: a palavra escrita transforma-se em sons e imagens pelos múltiplos mecanismos de apropriação e convergência, de interfaces e interatividades, de acordo com os novos padrões tecnológicos de produção e relação com os usuários. O livro, por si só um suporte midiático – forma e conteúdo em estreita relação (BAKHTIN, 1993) –, serve de base para variadas estratégias de migração digital em que, por processos de fusão ou fissão (VILCHES,

2003:234-235 e 244), a narrativa ganha espaço, transforma seu registro de temporalidade e circula em proporções ainda mais intensamente mundializadas do que quando seu suporte era originalmente o livro.

Sabe-se já, de longa data, da existência de uma estratégia de mercado midiático cujo objetivo é o de articular, no limite, as diferentes indústrias culturais; são essas estratégias que permitem que as formas culturais circulem de mídia em mídia, por meio de adaptações ajustadas aos padrões emergentes.

Fala-se indistintamente de *Harry Potter* como texto, audiotexto, ou *Harry Potter* como imagem, como se um já tivesse se transformado no palimpsesto do outro ou, da mesma forma, um no hipertexto do outro:

Enquanto o tecido do palimpsesto nos põe em contato com a memória – e com a pluralidade de tempos – que todo texto carrega, acumula, o hipertexto remete à enciclopédia, às possibilidades presentes na intertextualidade e intermedialidade [...] [assumir] a tecnicidade midiática como dimensão estratégica da cultura. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001:63)

Ainda que o livro continue sendo a origem, o ponto de partida de todo esse processo migratório, não há como se furtar ao fato de que se vive um momento em que “múltiplas escrituras”, capazes de compor um circuito comunicacional integrado, dentro de um contexto de cultura das mídias, desafiam a percepção dos produtores culturais, assim como dos leitores, receptores, usuários:

Porque estamos diante de uma mudança nos protocolos e processos de leitura, que não significa, nem pode significar, a simples substituição de um modo de ler por outro, senão a articulação complexa de um e outro, da leitura de textos e da de hipertextos, da dupla inserção de uns em outros, com tudo o que isso implica de continuidade e rupturas, de reconfiguração da leitura como conjunto de modos muito diversos de navegar pelos textos. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001:62)

Aos textos, imagens e sons produzidos à luz das novas tecnologias, deveriam corresponder um novo sensorio apto a “ler” e se apropriar de todos esses estímulos, ou *chocs*, por passagem – um depois do outro –, por alternância – um ou outro –, por simultaneidade – todos ao mesmo tempo; sensorio esse similar, talvez, àquele detectado por Benjamin (1989) nos transeuntes e nas “passantes”, personagens da poesia de Baudelaire que circulavam pelas metrópoles modernas ainda em formação.

Martín-Barbero (1998:14), numa retomada histórica, aponta para a existência de um “descentramento cultural”, em curso desde os movimentos de maio de 68 – “liberar sensações, explorar o sentir, explodir o sentido” –, que estaria possibilitando não só a revalorização de práticas e experiências – artes de saber e de fazer (CERTEAU, 1994a;

1994b) –, mas também a emergência de uma “visibilidade cultural” que resultaria das relações entre tecnicidade – “técnica como constitutiva, como dimensão imanente de uma visão antropológica de comunicação” (LOPES, 2001) – e novos imaginários, visando à composição de uma “nova era do sensível”.

Para Martín-Barbero (1998:15) o cinema – e, de certa forma, a fotografia – teria sido o primeiro a provocar um conjunto de desordens culturais: imagens produzidas mediante os mecanismos de reprodutibilidade técnica e nexos estabelecidos com o sensorio das multidões. A ruptura seguinte se deu com o aparecimento da televisão e seu afastamento da cultura ilustrada e proximidade com a cultura popular de massa. Seria possível afirmar que se estaria enfrentando, hoje, uma terceira ruptura, a da produção de imagens digitalizadas, das convergências entre mídias e processos e da emergência de um usuário que se sente e se diz mais ativo – mesmo que isso possa ser discutível –, porque sujeito às brechas colocadas pelos processos de interatividade.

Seria este, em linhas gerais, o panorama dentro do qual a série *Harry Potter* se transforma em produto de uma cultura multimidiática, passando por várias etapas de um processo migratório em que a forma cultural assume-se também como forma histórica: o livro que vira filme e *audiolivro*, o livro e o filme que viram jogos eletrônicos, todos ancorados numa matriz de narrativa mítica, mágica, fantástica, de aventura, em diálogo com os modelos dos contos de fadas ou contos maravilhosos (BETTELHEIM, 2004; PROPP, 1983)⁷. Forma cultural destinada a crianças e jovens – e também adultos, juvenilizados ou adultescentes (MORIN, 1984 e 1986; CALIGARIS, 1998) – que perseguem, reiteradamente – pela leitura do livro, assistindo ao filme ou jogando no computador –, o gosto pela ação, o prazer pelo deslocamento incessante do personagem e um tom narrativo que permanece num registro limiar entre real e ficcional.

A primeira migração se deu do livro, palavra escrita, para o livro, palavra falada: a Listening Library anunciou, durante o lançamento de *...a Ordem da Fênix*, a venda de 135 mil cópias do livro em CD e fita cassete e, imediatamente, mais 75 mil cópias em CD tiveram que ser solicitadas para responder à demanda. O interesse pelo formato em audiolivro é

⁷ Consta, ainda, na versão mais ampla deste trabalho uma análise interna da narrativa da série *Harry Potter*, com objetivo de decodificar suas relações com as matrizes dos contos de fada, contos maravilhosos, aventura, magia e fantástico.

grande, a ponto de permitir que o narrador das histórias se tornasse famoso e mobilizasse uma multidão de fãs interessados: na mesma noite do lançamento de *...a Ordem da Fênix*, em Nova York, “Jim Dale, o narrador do audiolivro, começou a ler o novo volume às 23h50 para uma multidão que fez fila da Broadway até a Quinta Avenida” (FORTUNATO, 29/6/2003).

Merecem destaque, neste cenário de uma cultura multimidiática, as adaptações até então disponíveis para o cinema dos quatro primeiros livros, *...a pedra filosofal*, *...a câmara secreta*, *...o prisioneiro de Azkaban* e *...o cálice de fogo*. Produzidos pela Warner Bros Pictures, numa parceria anglo-americana, foram veiculados em circuito mundial, respectivamente, em 2001, 2002, 2004 e 2005 e sua trajetória acompanha o bem-sucedido percurso pelas trilhas do mercado já alcançado pelos livros.

O primeiro deles, *...a pedra filosofal*, lançado no Brasil em novembro de 2001, com roteiro de Steve Kloves, direção de Chris Columbus, teve seus direitos adquiridos em 1997, por US\$ 700 mil, pelo produtor David Heyman, consumiu 125 milhões de dólares, foi disputado pela Coca-Cola – que quis ter sua marca associada ao pequeno bruxo, mas foi vetada pela autora – e tornou-se o segundo filme de maior bilheteria “de todos os tempos” (US\$ 961 milhões), ficando apenas atrás de *Titanic*. Nota-se que, nesse momento, quatro livros da série já tinham sido publicados e vendidos cerca de “110 milhões de exemplares” em todo o mundo (aproximadamente “800 mil no Brasil”) (FORLANI, 21/11/2001; 4/11/2002; BOSCOV, 21/11/2001:151).

Vale a pena ressaltar, nessa versão cinematográfica, a presença, no *casting*, de veteranos atores de teatro e cinema como Richard Harris (Alvo Dumbledore), Maggie Smith (Minerva McGonagall), Robbie Coltrane (Rúbeo Hagrid), John Hurt (senhor Olivares, o artesão das varinhas mágicas) e Alan Rickman (Severo Snape). Atores consagrados pelo teatro e pelo cinema aparecem com o objetivo de agregar valores, critérios de distinção e legitimidade semelhantes àqueles buscados pelo campo literário, revelando o permanente embate entre um modelo hegemônico de cultura culta – em permanente luta com a cultura popular de massa –, pela constituição das hegemonias no campo cultural (WILLIAMS, 1997; BOURDIEU, 1996).

As cifras da adaptação para o cinema de *...a câmara secreta*, em novembro de 2002, no Brasil, não são muito diferentes de seu antecessor. Ainda com roteiro de Steve Kloves, direção de Chris Columbus e produção de David Heyman, e com poucas alterações na equipe

responsável pela produção filmica de *...a pedra filosofal* – destaque para a entrada do ator Kenneth Branagh como o hilário Gilderoy Lockhart, professor de Defesa contra as Artes das Trevas –, o filme carrega para as salas de cinema uma multidão de espectadores.

É interessante observar um fato registrado nesse lançamento. Assim como por ocasião do aparecimento de novos livros, em que os jovens tomavam conta dos espaços das cidades, vestidos a caráter, e se apropriavam das ruas transformando-as em lugares alternativos, o mesmo fato vem ocorrendo com o lançamento de todos os filmes da série; acrescenta-se apenas uma novidade a esse cenário: para além do personagem do livro, *Harry Potter* tem agora um ator, garoto de “carne e osso”: “Vestidos de feiticeiros, os fãs gritavam quando o ator Daniel Radcliffe chegou ao local. Alguns deles haviam esperado por horas na fila na esperança de encontrar o astro”. (PRÉ-ESTRÉIA..., 4/11/2002)

O terceiro filme, adaptado do original em livro de *...o prisioneiro de Azkaban*, lançado no Brasil em junho de 2004, passa por significativas alterações na equipe de produção e no corpo de atores: sai o diretor Chris Columbus – que se transforma em um dos produtores, juntamente com David Heyman –, que é substituído pelo mexicano Alfonso Cuarón; Michael Gambon assume o papel de Alvo Dumbledore, no lugar do ator Richard Harris, falecido em outubro de 2002, logo após o término das filmagens de *...a câmara secreta*; destaca-se, ainda, mais uma vez, a entrada de atores consagrados como Gary Oldman no papel de Sirius Black, Emma Thompson como Sibila Trelawney, a estranha professora de Adivinhações, e David Thewlis como o atormentado Remo Lupin, o lobisomem, professor de Defesa contra a Arte das Trevas.

O quarto filme, *...o cálice de fogo*, lançado no Brasil em novembro 2005, mantém o roteiro e a produção sob as responsabilidades de Steve Kloves e David Heyman, mas a direção muda mais uma vez e é assumida por Mike Newell, que já dirigiu *Quatro casamentos e um funeral* e *O sorriso de Mona Lisa*; Ralph Fiennes, em destacada e rápida presença, ao final da história, encarna um Voldemort assustador, com a face transfigurada, sem nariz, e a cabeça “esculpida” tal qual a de uma serpente.

A serialidade é, sem dúvida, um dado significativo para as indústrias culturais e para o mercado de bens simbólicos. Uma série bem-sucedida como *Harry Potter* potencializa o produto e os retornos dele resultantes; foi assim com o folhetim no século XIX e continua sendo com outros seriados na atualidade.

Além da conexão com os filmes, há um intenso circuito de divulgação de *Harry Potter* pela Internet. Um exemplo banal pode caracterizar a dimensão desse fenômeno: foi possível encontrar, no site de busca Google (www.google.com.br), em junho de 2006, 160 milhões de referências disponíveis sobre *Harry Potter*, em inúmeros idiomas – inglês, francês, espanhol, alemão, de vários países escandinavos, além de japonês, chinês e vietnamita, neles incluídos uma variedade de estratégias, como a de um *site* que disponibilizou, traduzido em diferentes idiomas, resumos de capítulos de ...o cálice de fogo. No *site* da Amazon.com também foi disponibilizada a leitura de trechos do audiolivro ...a Ordem da Fênix (www.cesnur.org).

É também na Internet que proliferam os *blogs* e os *fanfics*, espaços virtuais produzidos para que fãs escrevam contos e crônicas sobre seus heróis favoritos. Criam novas histórias e mundos alternativos, baseados em personagens existentes na narrativa original, e podem – e muitas vezes o fazem – questionar os rumos dados pela autora de *Harry Potter* aos personagens e as relações estabelecidas entre eles (ZAPPI, 8/8/2005:10). Os jovens escritores de *fanfics* podem também promover a migração de seus textos escritos para outras linguagens, como a dos quadrinhos, por exemplo; alguns desses jovens desenham *mangás*, um tipo japonês de história em quadrinhos, cuja matriz serviu para a produção dos *animes*, animações também de origem japonesa.

Tratando-se de jogos eletrônicos, sua produção é permanente e se intensifica quando do aparecimento de cada livro, mas estão principalmente articulados aos momentos de lançamento dos filmes. A Electronic Arts já tinha disponibilizado no mercado, em 2001, dois jogos eletrônicos: *A pedra filosofal* e *A câmara secreta* permitem navegar por todas as dependências da Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts, jogar quadribol, participar de duelos entre bruxos e de batalhas com duendes e outros monstros contidos na trama (www1.folha.uol.com.br/folha/arquivos, 12/12/2001).

Jogos como esses são também disponibilizados em outros países, que adotam estratégias de mercado semelhantes à utilizada para a venda dos livros; na Itália, por exemplo, assim como é possível encontrar um *cofanetto* com um conjunto de livros, há os *cofanettos* com jogos digitais, em que os participantes podem, em cenário 3D, explorar o castelo de Hogwarts, resolver enigmas e revelar segredos, formular encantamentos, lutar contra os inimigos, voar em vassouras em plena partida de Quadribol (<http://store.apple.com/Apple/WebObjects/italystore>, 19/5/2006).

A reflexão sobre a relação da literatura com outras mídias e com imagens digitalizadas leva a um importante debate sobre as articulações entre vocalidade, escritura e imagética:

Televisão, filme e jogos de computador acabam com a imaginação. Tudo é fornecido e o que o telespectador tem a fazer é mudar seu cérebro para o nível passivo. Ler, por outro lado, requer um cérebro ativo. O leitor se torna o diretor do elenco, completa o set de filmagem, o figurino e os suportes, assim como o cenário. Uma boa história fantástica ou de ficção científica pode retirá-lo de seu mundo comum para que, no retorno, você o veja de um jeito um pouco diferente. (REESE, 29/10/2000)

A posição acima expressa uma das tendências desse debate: imagens matam a imaginação, tornam passivos os receptores; a leitura seria a forma privilegiada de comunicação capaz de acionar o cérebro e a imaginação e tornar ativas as mentes dos leitores.

Essa posição – já se sabe discutível –, supõe a existência de uma hierarquia entre as diversas manifestações comunicacionais; supõe, ainda, que quanto mais se sofisticam os recursos tecnológicos, mais se embotam os mecanismos de percepção. É como se, na leitura de textos escritos, o potencial imaginário estivesse em sua plena capacidade de equacionamento e, com o advento das imagens, os receptores ficassem subjugados ao comando dos produtores. Entretanto, coisas semelhantes foram e são ditas a respeito da passagem da oralidade para a escritura: a escrita foi também responsabilizada pela restrição da sensibilidade e pelo dilaceramento da oralidade como forma de expressão e de identificação histórica de inúmeras culturas.

Há, contudo, outros posicionamentos diante dessa mesma questão e eles preconizam que os chamados meios de comunicação, em especial o rádio e a televisão, teriam condições de recuperar a oralidade e a imagem e, com isto, estariam rompendo com a linearidade da escrita impressa e sua cultura racional; com isto estariam abrindo espaço para o retorno à cena do que ficou “submerso” na cultura e na subjetividade durante séculos de hegemonia de uma cultura letrada, baseada na escrita.

Martín-Barbero (2001) reforça a idéia da existência de uma *mélange* cultural que deriva da não-exclusão de diferentes linguagens. E que a cultura resultaria de um conjunto articulado de traços do erudito, culto e ilustrado, com manifestações da cultura popular e, também, com produtos culturais já mergulhados em padrões culturais midiáticos. Assim sendo, vozes, escrituras e imagens não se excluíam, pelo contrário, configurariam uma nova realidade de convivência conflituosa, porém possível.

Uma posição também interessante sobre o tema é assumida por Paul Zumthor (1993), que não quer refletir sobre a oralidade, mas sim sobre a “vocalidade”; e parte da hipótese da existência de um “nomadismo da voz” e de que as vozes migraram de séculos anteriores até hoje e foram sendo apropriadas, nesses fluxos migratórios, por diferentes formas culturais.

Assumir com Zumthor essa perspectiva significa afirmar a possibilidade de que tais fluxos migratórios sempre deixam restos, resíduos de formas tradicionais – vozes, textos e imagens – que, como traços, cacos, cicatrizes, marcas, sobrevivem e podem ser restituídos pelos mecanismos seletivos de reposição e recuperação da cultura. De uma cultura popular de massa, articulada aos contextos midiáticos e do entretenimento. *Harry Potter* aparece como uma entre outras manifestações culturais, capazes de colaborar para este debate.

Referências

- A DUPLA façanha de Harry Potter. **Folha de S.Paulo**, SP, 1º out. 2000. Mais!, p. 24.
- BAKHTIN, M. **Questões de literatura e de estética: a teoria do romance**. SP: Unesp, 1993.
- BETTELHEIM, B. **Psicanálise dos contos de fadas**. RJ: Paz e Terra, 2004.
- BORELLI, S. H. S. **Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil**. SP: Educ/Estação Liberdade/Fapesp, 1996.
- BOSCOV, I. Feitiço pela metade. **Veja**, SP, ano 34, n. 46, 21 nov. 2001.
- BOURDIEU, P. **As regras da arte**. SP: Companhia das Letras, 1996.
- CALLIGARIS, C. A sedução dos jovens. **Folha de S.Paulo**, SP, 20 set. 1998. Mais!, p. 5.
- _____. O segredo de Harry Potter. **Folha de S.Paulo**, SP, 13 jul. 2000. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/folha/arquivos.
- CERTEAU, M. de; GIARD, L. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994a.
- COLASANTI, M. Harry Potter é muito mais moda que magia. **O Estado de S. Paulo**, SP, 18 fev. 2001. Caderno 2/Cultura, p. D20.
- FORLANI, M. Harry Potter ganha disputa judicial. 4 abr. 2003. Disponível em: www.omelete.com.br.
- _____. There's something about Harry. 21 nov. 2001. Disponível em: www.omelete.com.br.
- FORTUNATO, E. Editora espera lançar Harry Potter e a Ordem da Fênix em julho. 10 jan. 2003. Disponível em: www.omelete.com.br.
- _____. 8 mil dólares pelo novo Harry Potter. 31 mar. 2003. Disponível em: www.omelete.com.br.
- _____. Harry Potter continua enlouquecendo o mercado. 29 jun. 2003. Disponível em: www.omelete.com.br.
- HARRY Potter pirata chega ao Paquistão. **O Estado de S. Paulo**, SP, 5 jul. 2003. Caderno 2, p. D2.
- HARRY Potter em espanhol nas ruas do Chile. **O Estado de S. Paulo**, SP, 2 ago. 2003. Caderno 2, p. D2.
- LOPES, M. I. V. Apresentação à edição brasileira. In: MARTIN-BARBERO, J.; REY, G. **Os exercícios do ver**. SP: Editora Senac, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. Arte/comunicação/tecnicidade no final do século. **Margem. Tecnologia, cultura**. SP: Educ/Fapesp, n. 8, 1998.

_____. REY, G. **Os exercícios do ver**. SP: Editora Senac, 2001.

MEMMOTT, C. Novo livro da série Harry Potter já tem 10,8 milhões de cópias prontas para rodar. **Folha de S.Paulo**, SP, 30 mar. 2005. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/folha/arquivos.

MORIN, E. **Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo 1**. Neurose. RJ: Forense Universitária, 1984.

_____. **Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo 2**. Necrose. RJ: Forense Universitária, 1986.

PIRATARIA. **O Estado de S. Paulo**, SP, 9 ago. 2003. Caderno 2, p. D2.

PRÉ-ESTRÉIA de Harry Potter atrai milhares de fãs em Londres. 4 nov. 2002. Disponível em: www.bbc.co.uk/portuguese/noticias.

PROPP, V. **Morfologia do conto**. Lisboa: Vega, 1983.

REESE, C. Better to encourage imagination. **The Orlando Sentinel**, 29 out. 2000. Disponível em: www.cesnur.org.

ROWLING, J. K. **Harry Potter and philosopher's stone**. London: Bloomsbury Publishing Plc, 1997.

_____. **Harry Potter and the chamber of secrets**. London: Bloomsbury Publishing Plc, 1998a.

_____. **Harry Potter and the prisoner of Azkaban**. London: Bloomsbury Publishing Plc, 1999a.

_____. **Harry Potter e a câmara secreta**. RJ: Rocco, 2000b.

_____. **Harry Potter e a pedra filosofal**. RJ: Rocco, 2000c.

_____. **Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban**. RJ: Rocco, 2000e.

_____. **Harry Potter and the globet of fire**. London: Bloomsbury Publishing Plc, 2000a.

_____. **Harry Potter e o cálice de fogo**. RJ: Rocco, 2001b.

_____. **Harry Potter and the Order of the Phoenix**. London: Bloomsbury Publishing Plc, 2003a.

_____. **Harry Potter e a Ordem da Fênix**. RJ: Rocco, 2003b.

_____. **Harry Potter and the half-blood prince**. London: Bloomsbury Publishing Plc, 2005a.

_____. **Harry Potter e o enigma do príncipe**. RJ: Rocco, 2005b.

ROWLING é a escritora mais bem paga de todos os tempos. **O Estado de S. Paulo**, SP, 29 dez. 2003. Caderno 2, p. D6.

VERSÃO pirata de “A Ordem da Fênix”, novo livro de Harry Potter, é divulgada na Internet de graça. 23 jun. 2003. Disponível em: www.ultimosegundo.ig.com.br.

VILCHES, L. **A migração digital**. SP: Loyola; RJ: PUC-RIO, 2003.

WILLIAMS, R. **Cultura**. RJ: Paz e Terra, 1992.

_____. **Marxismo y literatura**. Barcelona: Península, 1997.

ZAPPI, L. Cuidado, J.K. **Folha de S.Paulo**, SP, 8 ago. 2005. Folhateen, p. 10.

ZUMTHOR, P. **A letra e a voz**. SP: Companhia das Letras, 1993.