



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Letícia Cristiele Pereira de Cássia
Thaís Barbosa de Medeiros

**Biboca Diagonal:
Produto transmídia para fãs brasileiros de Harry Potter**

Mariana
2017



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Leticia Cristiele Pereira de Cássia
Thaís Barbosa de Medeiros

**Biboca Diagonal:
Produto transmídia para fãs brasileiros de Harry Potter**

Memorial descritivo de produto web apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora:
Prof^a Jan Alyne Barbosa Prado

Mariana
2017

Catálogo na fonte: Bibliotecário: Essevalter de Sousa - CRB6a. - 1407 - essevalter@sisbin.ufop.br

C958b Cássia, Letícia Cristiele Pereira de
Biboca Diagonal [recurso eletrônico/gravação de vídeo/filme
cinematográfico] : Produto transmídia para fãs brasileiros
de Harry Potter / Letícia Cristiele Pereira de Cássia
e Thaís Barbosa de Medeiros.-Mariana, MG, 2017.
1 CD-ROM; 4 3/4 pol.+ 1 monografia (65 f.).

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade
Federal de Ouro Preto, Instituto de Ciências Sociais
Aplicadas, Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo
e Serviço Social, DECSO/ICSA/UFOP

1. Literatura infantojuvenil - Teses. 2. Harry Potter
(Personagem fictício). 3. MEM. 4. Convergência tecnológica
- Teses. 5. Monografia. 6. Mídia digital - Teses.
7. Comunicação e cultura - Teses. 8. Jornalismo -
Teses. I.Medeiros, Thaís Barbosa de. II.Prado, Jan
Alyne Barbosa Prado. III.Universidade Federal de Ouro
Preto - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas -
Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço
Social. IV. Título.

CDU: Ed. 2007 -- 007
: 15
: 1417742

Letícia Cristiele Pereira de Cássia e Thaís Barbosa de Medeiros

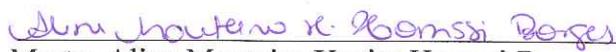
Curso de Jornalismo – UFOP

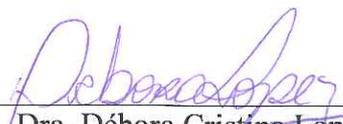
Biboca Diagonal:

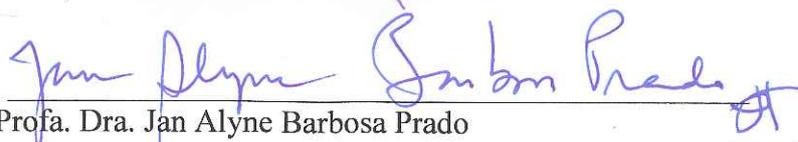
Produto transmídia para fãs brasileiros de Harry Potter

Trabalho apresentado ao Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profa. Dra. Jan Alyne Barbosa do Prado.

Banca Examinadora:


Mestra Aline Monteiro Xavier Homssi Borges


Profa. Dra. Débora Cristina Lopez


Profa. Dra. Jan Alyne Barbosa Prado

Mariana, 29 de março de 2017.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer primeiramente à J.K.Rowling, por ter escrito os livros que fizeram e fazem toda diferença em nossas vidas. Foi o amor pela saga que nos uniu e permitiu que nos tornássemos amigas, propiciando também a realização desse trabalho.

Agradecemos aos lufanos Gabriel Breunig e Rafael Henrique Del’Boccio, pelo trabalho duro, a lealdade e a gentileza.

Agradecemos às sonserinas Daniele Medeiros e Gabi Araujo, pela astúcia, sagacidade e ambição.

Agradecemos aos grifinórios João Vitor Marcondes e Gabriela Santarosa, pela coragem, companheirismo e determinação.

Agradecemos à Jan Alyne, nossa orientadora, que acreditamos fielmente ser um membro da corvinal e, portanto, um exemplo de sabedoria, criatividade e inteligência.

Agradecemos, por fim, aos nossos pais que, mesmo trouxas, nos apoiaram durante todo esse processo e sempre aguentaram nossas loucuras.

Malfeito, feito!



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



RESUMO

A saga Harry Potter tem sido um sucesso entre público e crítica desde o lançamento do primeiro livro, Harry Potter e a Pedra Filosofal, em 1997. Vinte anos depois, vimos a obra se ampliar em diferentes mídias e a criação de um universo expandido, que a configuram como um produto transmídia de sucesso. Tendo isso em mente, juntamente com os conceitos de convergência e cultura participativa de Henry Jenkins, resolvemos criar um site para fãs brasileiros de Harry Potter, colocando esses conceitos em prática e produzindo conteúdos que expandem a narrativa a partir da ótica do fandom.

Palavras-chave: Harry Potter; fandom; transmídia; convergência; cultura participativa



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



ABSTRACT

The Harry Potter series has been a public-critical success since the launch of the first book, Harry Potter and the Sorcerer's Stone, in 1997. Twenty years later, we have seen the narrative expanding into different media and creating a successful transmedia production. With this in mind, along with Henry Jenkins's concepts of convergence and participatory culture, we decided to create a site for Brazilian Harry Potter fans, in order to put those concepts into practice and produce transmedia from the fandom point of view.

Keywords: Harry Potter, fandom, transmedia, convergence, participatory culture



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Organograma do site.....	40
FIGURA 2 - Palheta de cores.....	41
FIGURA 3 - Palheta de cores.....	41
FIGURA 4 - Palheta de cores.....	41
FIGURA 5 - Tipografia	42
FIGURA 6 - Tipografia	42
FIGURA 7 - Tipografia	42
FIGURA 8 - Tipografia	42



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1. Referencial teórico	10
1.1 Convergência e Cultura Participativa	10
1.2 Narrativas Transmídia	14
1.3 Fancultura e Fandom	17
2. Planejamento e desenvolvimento do produto	23
2.1 Análise de similares	23
2.2 O Beco Diagonal	27
2.3. Conteúdo	28
2.3.1 Floreios e Borrões	29
2.3.2 Profeta Diário	33
2.2.3 Empório de Corujas/ Penas de Escritórios	35
2.2.4 Madame Malkin: roupas para todas as ocasiões	35
2.2.5 Artigos de qualidade para quadribol	36
2.2.6 Gemialidades Weasley	38



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



2.3 Planejamento Visual	39
2.3.1 Cor	41
2.3.2 Tipografia	42
2.3.3 Grid	43
3. Montagem do Site	44
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
4. REFERÊNCIAS	47



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



INTRODUÇÃO

A saga Harry Potter, criada pela britânica J.K. Rowling, é um fenômeno cultural e midiático. Até 2016, foram sete livros publicados, mais de 400 milhões de cópias vendidas e traduzidas para 78 idiomas¹. O universo ficcional do bruxinho, no entanto, há muito ultrapassou as páginas da obra original. Em 2001, o primeiro livro “Harry Potter e a Pedra Filosofal”, publicado em 1997, foi adaptado para o cinema, iniciando uma empreitada que resultaria em oito filmes, que juntos somam uma bilheteria de \$7,7 bilhões de dólares².

Não fosse o bastante, uma série de outros produtos e produções baseados na saga foram lançados. Jogos, sites, peças teatrais e novos livros são apenas alguns exemplos dessa expansão de conteúdo e plataformas. Isso, sem se esquecer da participação ativa dos fãs, que criam suas próprias histórias (fanfictions), vídeos (fanvideos) e ilustrações (fanarts) inspirados na saga. Temos, então, uma obra transmidiática.

Ainda assim, é importante ressaltar que, apesar do grande volume de produtos relacionados à saga, estamos em um momento de consolidação do universo expandido criado por Rowling. Em 30 de julho de 2016, o roteiro da peça “Harry Potter e a Criança Amaldiçoada” foi publicado. Já em novembro do mesmo ano, o spin-off³ “Animais

¹ Dados da editora Rocco. Disponível em: <http://www.rocco.com.br/livro/?cod=2668> Acesso em 20 de maio de 2016.

² Disponível em: <http://glamurama.uol.com.br/nos-19-anos-do-primeiro-harry-potter-os-numeros-magicos-da-saga/> Acesso em 20 de maio de 2016.

³ Também chamado de derivagem, é utilizado para designar produtos derivados de algo já desenvolvido ou



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Fantásticos e Onde Habitam” chegou aos cinemas, iniciando uma nova trilogia, recebida com sucesso pela crítica e pelo público. Todas essas novidades geraram grande efervescência entre os fãs, fazendo com que o fandom⁴, que nunca deixou de produzir, se tornasse ainda mais ativo.

Frente a isso, decidimos criar um produto transmidiático em formato de site para fãs brasileiros, baseado no local fictício, Beco Diagonal⁵. Em consequência, o site possui uma identidade visual que remete ao local em questão, possibilitando uma identificação dos fãs com o ambiente que já conhecem pelos livros e filmes. Sendo assim, temos como objetivo criar um site que se diferencie, tanto no conteúdo quanto no design, dos sites brasileiros sobre a saga. Além de se configurar como um produto transmídia, por explorar elementos da história, possibilitar novas formas de experimentá-la e se utilizar de várias mídias para isso.

Dessa forma, a criação desse produto como trabalho de conclusão de curso se justifica pela possibilidade de experimentação e aplicação de conteúdos como transmídia, convergência e planejamento visual, observando na prática conceitos que estudamos num plano teórico.

É necessário destacar ainda que, embora o site se baseie no Beco Diagonal, optamos pelo nome Biboca Diagonal, para fazer referência a um momento de “Harry Potter e a Câmara Secreta”(1998), no qual o protagonista se confundiu e errou o nome do local, chamando-o de Biboca Diagonal. O principal motivo da mudança é evidenciar que esse é um site voltado para

pesquisado anteriormente.

⁴ Grupo de fãs

⁵ O Beco Diagonal é uma rua de lojas existente nos livros e filmes da saga.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



fãs ativos da saga, aqueles que se intitulam Potterheads e já estão inseridos na lógica do fandom, sendo capazes de compreender rapidamente a referência.

No primeiro capítulo deste memorial teórico discorremos sobre convergência midiática, cultura participativa, narrativas transmídia e cultura de fãs. Já o segundo capítulo se propõe a pensar a construção do produto. Para isso fizemos uma análise de similares, a partir dela definimos o conteúdo e estabelecemos um planejamento visual, com base na proposta do site e nos conceitos de usabilidade e experiência do usuário. A partir da bagagem teórica adquirida, em conjunto com a experiência de produção do site, tecemos nossas considerações finais

1. Referencial Teórico

1.1 Convergência e Cultura Participativa

Para a criação do produto escolhido foi necessário primeiramente refletir sobre convergência midiática. De acordo com Zubizarreta (2008), não existe unanimidade em relação a esse conceito e são várias as abordagens possíveis. Fragoso (2006), por exemplo, trabalha com a ideia de convergência midiática a partir de três frentes: a convergência dos



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



modos de codificação, a convergência dos tipos de suporte e a convergência dos modos de distribuição.

Segundo a autora, a convergência dos modos de codificação se refere à capacidade de “empacotar” em um único formato (no caso, o código binário) enunciados originalmente pertencentes a categorias semióticas distintas (texto, som e imagem)” (FRAGOSO, 2006, p. 17). Ou seja, essa forma de convergência se dá quando é possível reunir diferentes tipos de mensagens em um mesmo suporte. Esse fenômeno pode ser observado, por exemplo, quando um texto, uma fotografia e uma música se encontram na mesma unidade de armazenamento (pendrive, CD, disquete, etc.).

A convergência dos suportes, por sua vez, acontece quando diferentes linguagens se unem em um mesmo suporte, algo que existe desde os jornais impressos, que já reuniam textos e imagens em um único produto. De acordo com Santaella (1992), a partir do jornal, todas as mídias são intermídias e multimídias. (FRAGOSO, 2006).

A convergência de diferentes linguagens para um mesmo suporte, desde pelo menos a televisão, já catalisava a sinergia entre as diferentes mídias (como as conhecemos hoje). Formatos como a telenovela e o telejornal são evidências de um hibridismo que sempre existiu entre as mídias e que a portabilidade, resistência e longevidade das unidades digitais de armazenamento apenas veio, mais recentemente, potencializar. A este respeito, é fundamental ter em mente que as mídias nunca existiram em isolamento. Componentes de um sistema complexo, co-existem afetando-se mutuamente desde sempre e funcionam como referência essencial para qualquer nova tecnologia que se pretenda midiática. (FRAGOSO, 2006, p. 18)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



A convergência dos modos de distribuição, por fim, está ligada a homogeneização dos modos de distribuição de produtos midiáticos e “migração das estratégias e finalidades comunicativas que hoje identificamos com o rádio, a televisão e os meios impressos para as redes digitais de comunicação (não raro, ainda mais restritivamente, para a World Wide Web)” (FRAGOSO, 2006, p.19).

Esses três tipos de convergência atuam juntas e, segundo a autora, é necessário pensar se essa combinação é desejável, uma vez que declara que mídias preexistentes, que se destacam pela independência, são obsoletas, podendo levar ao desaparecimento das mesmas. Nesse sentido, é válido destacar que “a ‘morte’ de um meio não significa apenas o desaparecimento de uma configuração tecnológica em sentido estrito, mas muitas vezes implica também o esquecimento das formas de enunciação que lhe eram peculiares” (FRAGOSO, 2006, p. 19).

Tendo em mente nossa proposta de site, no entanto, mais do que compreender como diferentes tipos de suportes, linguagens e distribuição convergem, é necessário entender como conteúdos de diferentes mídias se unem em uma única narrativa. É necessário, então, apresentar e discutir o conceito de convergência midiática de Henry Jenkins.

Por convergência Jenkins (2009) se refere

[...] ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais,



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p.29)

Como percebemos, o autor defende que convergência é mais do que apenas uma mudança tecnológica, podendo ser também entendida como uma transformação cultural, algo que incentiva os consumidores a fazerem novas conexões e procurar novas informações através de conteúdos de mídias dispersos.

Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão online, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica. (JENKINS, 2009, p.49)

Para Jenkins (2009), essa mudança demanda que as empresas de mídia reavaliem suas antigas ideias a respeito do que significa consumir mídias. Os novos consumidores já não podem ser encarados como um público previsível, isolado e inativo, a audiência assume agora uma postura produtiva e socialmente conectada. “Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos.” (JENKINS, 2009, p. 47)

Sendo assim, Jenkins (2009) passa a trabalhar com a noção de Cultura Participativa, na qual os consumidores não ocupam mais um papel passivo frente à produção de conteúdo, adotando uma postura ativa nessa produção. Tal mudança faz com que os consumidores e produtores se confundam.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura do que outros. (JENKINS, 2009, p.30)

Já que estamos tratando de cultura participativa e nosso produto é um site sobre a saga Harry Potter, precisamos mencionar também o caso do The Daily Prophet⁶ e seu impacto sobre uma cultura que ainda aprende a lidar com essa participação efetiva do público. Vale ressaltar ainda que devemos ao The Daily Prophet a simples possibilidade de podermos desenvolver esse trabalho.

Heather Lawver era uma adolescente de 13 anos quando deu início o The Daily Prophet. Sua proposta era criar um “jornal” escolar online para a Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts, se inspirando no jornal fictício, de mesmo nome, existente nos livros. O site se tornou popular, permitindo a interação entre os fãs, que podiam criar seus próprios artigos, personagens e histórias, a partir do universo criado por Rowling.

No entanto, a Warner Bros, estúdio que possui os direitos sobre as adaptações cinematográficas dos livros, mantinha uma política rigorosa de proteção a sua propriedade. Ao descobrir o The Daily Prophet, o estúdio processou Heather, na tentativa de acabar com mais um site não autorizado. A garota, por sua vez, iniciou um boicote aos produtos da marca Potter, algo que foi aderido por outros fãs, ganhando uma proporção tão significativa que fez

⁶ O site não existe mais.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



o estúdio recuar e anular o processo.

Esse evento ficou conhecido como uma das Guerras de Harry Potter e ajudou a mudar o modo como a Warner Bros se relaciona com os conteúdos produzidos pelos fãs. Surge também como um acontecimento que pode ser encarado como um exemplo de mudanças e consolidação de uma cultura que ainda não possui regras fixas.

Diante a tudo o que foi exposto até aqui, fica evidente a ideia de que os “consumidores” estão se tornando produtores de conteúdo. No entanto, Van Dijk e Nieborg (2009) questionam esse conceito se baseando em uma pesquisa sobre adultos online nos Estados Unidos, desenvolvida pela Forrester em 2007. De acordo com os dados desse estudo, 52% das pessoas online não atuam de forma ativa na produção de conteúdo e apenas 13% são efetivamente “criadoras”. A partir desses números, os autores sugerem que

“a criação e a participação ativa de conteúdo digital parece ter muito menos relevância do que as multidões que ele atrai.[...] A criatividade em massa, de um modo geral, é um comportamento consumista com um nome diferente.” (VAN DIJK, NIEBORG, 2009, p.861 apud JENKINS, GREEN, FORD, 2014, p.196)

Van Dijk e Nieborg questionam também se é possível dizer que houve realmente alguma mudança, em um mundo no qual a maior parte dos usuários é aquele que consome o conteúdo desenvolvido por outras pessoas. Além disso, essa parcela de espectadores “não ativos” permanece como a mais atraente para anunciantes e proprietários de sites. Sendo assim, os autores acreditam que a mudança de “audiência” para “usuários” é ilusória.

Jenkins, Greend e Ford (2014) encaram esse contexto de modo diferente. Os autores



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



defendem que mesmo os comportamentos “mais passivos” possuem seu valor dentro da ótica comercial e não comercial. Outro ponto importante é que, ainda que a fluidez das barreiras entre produtores e consumidores seja interessante, não se deve assumir que as atividades que envolvem uma participação mais ativa por parte do público sejam mais significantes ou valiosas que as demais.

[...]Nós acreditamos que ainda há pessoas que estão essencialmente “escutando” e “assistindo” à mídia produzida por outros. No entanto, assim como Yochai Benkler (2006), argumentamos que mesmo aqueles que estão “apenas” lendo, ouvindo ou assistindo fazem isso de formas diferentes em um mundo onde reconhecem seu potencial de contribuição para conversas mais amplas sobre aquele conteúdo do que em um mundo onde são impedidos de ter uma participação significativa. (JENKINS, GREEN, FORD, 2014, p.196)

Vale ressaltar também que ao focar em estatísticas que incluem apenas adultos, Van Dijk e Nieborg podem ter subestimado as mudanças na produção cultural. Segundo Jenkins, Greend e Ford (2014), uma pesquisa de 2007, desenvolvida pelo Pew Center for the Internet & American Life (LENHART et al.), indicou que 64% dos adolescentes online nos Estados Unidos tinham produzido seus próprios conteúdos e que 39% circulavam esses conteúdos. Dados do Pew, dos últimos cinco anos, constataam um aumento de mais de 10% na produção de mídia pelos jovens, algo que sugere que a participação ativa pode se tornar uma tendência. Ainda assim, isso não significa que estamos – ou algum dia estaremos – em um contexto no qual todo consumidor é também um produtor.



1.2 Narrativas Transmídia

O conceito de transmídia apareceu pela primeira vez em 2003, em um artigo de nome *Technology Review*, publicado por Henry Jenkins. Nesse artigo, o autor afirmava que estamos em uma nova era de convergência das mídias, algo que resulta em um fluxo de conteúdo por meio de vários canais (SCOLARI, 2013).

De acordo com Scolari (2013), as narrativas transmídia são uma forma particular de narrativa que se espalham através de diferentes sistemas de significação (por exemplo: verbal, audiovisual, interativo) e de mídia (exemplos: filmes, quadrinhos, jogos). É importante destacar que essas narrativas não contam a mesma história, mas contribuem para ampliar um mesmo universo. Tal conceito se encaixa em nosso site, que se propõe a ser uma nova forma de experimentar o universo de Harry Potter, sem recontar a história dos livros ou dos filmes.

Quando se faz referência às Narrativas Transmídias não estamos falando de uma adaptação de uma linguagem para outra (por exemplo, do livro para o filme), mas de uma estratégia que vai muito além do mundo narrativo que abrange diferentes mídias e linguagens. Assim, o relato se expande, aparecem novos personagens ou situações que transcendem os limites do universo de ficção. Esta dispersão textual que encontra na narrativa sua linha condutora — ainda que fosse mais adequado falar de uma rede de personagens e situações que compõem um mundo — é uma das mais importantes fontes de complexidade da cultura de massa contemporânea. (SCOLARI, 2013, p. 26, tradução nossa).

Jenkins (2009) destaca que, para as narrativas transmídia funcionarem, é necessário que cada meio se utilize de suas particularidades para expandir a história original. Ainda assim, essas mídias precisam produzir conteúdos que possam ser consumidos isoladamente,



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



permitindo que a franquia possa ser acessada e compreendida através de qualquer uma delas. Além disso, o autor ressalta que a profundidade dessa experiência de recepção por várias mídias motiva o consumo, enquanto a redundância acaba com o interesse do fã e o afasta.

Dessa forma, é válido pontuar que a saga Harry Potter já é em si transmidiática. Os sete livros foram adaptados para o cinema, originando oito filmes. Ainda assim, segundo Scolari (2013), os filmes não podem ser vistos como exemplos de narrativas transmídia, pois não expandem o universo narrativo dos livros, sendo apenas adaptações para uma nova mídia. Nesse caso, os jogos, parques temáticos, a peça de teatro “A Criança Amaldiçoada” e a trilogia “Animais Fantásticos e Onde Habitam” surgem como exemplos de produções transmidiáticas.

De todo modo, para Scolari (2013), um dos grandes exemplos de narrativa transmídia dentro do universo Harry Potter está no Pottermore. O site lançado por J.K. Rowling, em 2009, é um mecanismo para continuar a saga fora dos livros — com a publicação de contos e informações sobre lugares e personagens — e permitir a interação entre a autora e seus fãs. De acordo com o autor,

O que o Pottermore faz é converter a marca Harry Potter de um produto adaptado para uma verdadeira marca transmídia. Transmídia é interação: a audiência não quer apenas uma relação intensa com sua narradora (isso já acontece com J.K.Rowling), mas também que esse site tenha algum impacto no mundo narrativo (SCOLARI, 2013, p.31, tradução nossa).

Jenkins (2010), por sua vez, aponta sete princípios que caracterizam as narrativas transmídia. O primeiro deles se refere ao potencial de *compartilhamento x profundidade*. O compartilhamento está relacionado à capacidade que um conteúdo tem de se dispersar pelas



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



mídias. Já a profundidade faz referência à capacidade de nos debruçarmos sobre um conteúdo que nos interessa, nos motivando a procurar mais sobre ele.

Ou seja, o fato da história de Harry Potter se desdobrar em diferentes mídias surge como um exemplo de compartilhamento. Já as pessoas que leram os livros e desejaram ampliar essa experiência, buscando sites com essa temática, lendo fanfics ou jogando os jogos, são manifestações da profundidade.

O segundo princípio é o da *continuidade x multiplicidade*. A continuidade se refere às produções que se inserem dentro do cânone da obra original. A multiplicidade, por sua vez, não se prende ao cânone, oferecendo maior liberdade criativa. Sendo assim, percebemos que os filmes e contos, que a própria J.K.Rowling tem publicado no Pottermore, são exemplos de continuidade. O site que criamos, no entanto, tem uma proposta que se aproxima mais da multiplicidade.

O próximo princípio é o da *imersão x extração*. A imersão ocorre quando o consumidor tem a oportunidade de entrar, de alguma forma, no mundo de uma determinada história. Pensando em Harry Potter, isso acontece a quem visita o parque temático “O Mundo Mágico de Harry Potter”. A extração, contudo, se dá quando o consumidor traz algum elemento do produto consumido para o seu cotidiano. Usar camisetas inspiradas na obra de Rowling pode ser utilizado como exemplo.

O princípio seguinte é o da *construção de mundos*. Nele percebemos que o foco está na forma como as localidades ficcionais são construídas, enriquecendo o universo e o tornando mais real para os fãs que desejam conhecer ou viver nesses lugares. É válido



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO



ressaltar que essa construção não se limita aos ambientes, toda a cultura, vestuário, alimentação e formas de agir dos personagens são responsáveis por ela e acabam sendo, de alguma forma, apropriadas por quem os consome. É a construção de mundos que permite a existência de cosplays ou de jogos como Quadribol de trouxa, por exemplo.

O quinto princípio é o da *serialidade*. Está relacionado com a capacidade de um conteúdo se fragmentar dentro de uma mesma mídia ou de várias mídias. Segundo Jenkins (2010), a serialidade se relaciona também com a ideia de dividir conteúdos em capítulos ou seções. Os filmes da saga Animais Fantásticos e Onde Habitam são exemplos de serialidade, pois, embora dentro do mesmo universo e da mesma linha temporal, contam uma narrativa anterior a de Harry e seus amigos, mas que tem algum impacto na construção da sociedade conhecida por eles.

Temos ainda o princípio da *subjetividade*, que se refere a olhar para os mesmos eventos por múltiplos pontos de vista. Por exemplo: se optássemos por contar a história do livro Harry Potter e a Pedra Filosofal pelo ponto de vista de Draco Malfoy, um de seus antagonistas, teríamos um resultado completamente diferente e estaríamos aplicando a subjetividade.

Por fim, existe a *performance*. Este sétimo e último princípio abarca a capacidade que as produções transmídias têm de levar seus consumidores a produzirem seus próprios conteúdos transmidiáticos. Algo que se aplica fortemente ao nosso projeto, uma vez que o desejo de criar um site sobre essa tema surge após anos experimentando uma série de produções que vão além dos livros, como os filmes, jogos, vídeos e fanfictions. Além disso,



pretendemos que nosso público também produza uma parte do conteúdo.

1.3 Fancultura e Fandom

A “fancultura” não é um fenômeno recente. Segundo Miranda (2009), teve sua origem junto à popularização da televisão, do cinema e o surgimento dos ídolos jovens. Como o próprio termo indica, “fancultura” se refere a “uma cultura de fãs que desejam ficar o mais próximo possível do mundo a que assistem e daqueles que representam os seus personagens favoritos” (MIRANDA, 2009, p.52). Com o decorrer dos anos e especialmente com o início da era digital, no entanto, o modo dessas pessoas se organizarem sofreu alterações, resultando na criação de comunidades, especialmente na internet, que se denominam fandom.

A noção de “fandom” é explicada por Inocencio, Cavalcanti e Izidio (2014) como uma junção do termo “fã” com o sufixo da palavra inglesa “kindom” (reino), significando literalmente “reino de fãs”. Dessa forma, a palavra refere-se a um conjunto de apaixonados por um determinado produto cultural, que satisfazem o desejo de participar ativamente da produção e circulação de conteúdos dos seus produtos favoritos.

De acordo com Scolari (2013), essa forma de organização nasceu na década de 1930. Nesse período, na Europa e nos Estados Unidos, os amantes de ficção científica e fantasia se reuniam em clubes e associações, com o intuito de trocar ideias sobre seus assuntos preferidos. Algo que foi crescendo e em 1939, a primeira *World Science Fiction Convention*⁷

⁷ Popularmente chamada de Worldcon, *World Science Fiction Convention* é a mais antiga convenção de ficção



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



foi celebrada em Nova York. Já na década de 1970, com a popularização de séries de TV como *Star Trek*, se iniciou uma grande produção de quadrinhos, histórias e vídeos, feitos por fãs, com o objetivo de expandir o conteúdo das ficções adoradas.

Ainda assim, segundo Scolari (2013), foi a partir do desenvolvimento das tecnologias digitais que essas comunidades de fãs tiveram a oportunidade de se expandir em escala global. Isso facilitou a comunicação entre seus membros e permitiu que os conteúdos produzidos por eles pudessem ser mais facilmente distribuídos, o que acabaria intensificando essa produção.

Para Miranda (2009), é provável que a grande novidade trazida pelos fandoms seja a formação de um novo tipo de leitor. Um leitor que não se contenta com a possibilidade de ler e interpretar um texto de forma subjetiva e que não encara a leitura como uma atividade individual, o que traz a necessidade de pertencimento a uma comunidade e mudanças na relação do público com a obra.

Se o leitor individualizado no mundo real sujeita-se a receber/perceber o cânon institucionalizado respeitando as normas e códigos que presidiram à sua sistematização, o leitor coletivizado do fandom apresenta-se muito mais independente, selecionando não só o seu cânon particular como estabelecendo novas regras para a recepção/percepção da obra literária, incluindo estratégias de leitura produtiva e criativa através dos mais diversos recursos tecnológicos disponíveis no ciberespaço (MIRANDA, 2009).

Ainda de acordo com a autora, esse novo tipo de leitor não aceita uma leitura silenciosa, precisando compartilhar suas percepções e conhecer a de outras pessoas. Assim, os

científica existente. O evento teve início em 1939, mas foi interrompido em 1941 em consequência da Segunda Guerra Mundial, retornando em 1946 e acontecendo anualmente desde então.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



integrantes de um fandom constroem visões coletivas de uma obra e transformam a leitura em um jogo, no qual a principal regra é a interatividade.

Ao ingressar num fandom, o novo leitor busca um modo de ler através do qual também possa atuar. O texto precisa se converter numa provocação argumentativa, num manancial de ideias a ser continuamente revisitado, desconstruído e recriado. Neste sentido, a interpretação deixa de ser entendida como a “busca de um sentido” para se converter numa “produção de sentidos” (MIRANDA, 2009).

Um fandom, segundo Miranda (2009), seria, então, um sistema digital que abrange diversas manifestações e produções, indo desde a recepção até a criação artística, passando pela crítica. Dentro desses grupos, a leitura e a crítica recebem papéis importantes, pois é a partir delas que uma série de novas produções — fictícias, teóricas ou poéticas — irá surgir. Dessa forma, a obra original passa a ser a cultuada não apenas pelo seu conteúdo, mas também pelas possibilidades que gera, por sua capacidade de ser reciclada, reinterpretada e reapropriada sem se esgotar.

Segundo Campos (2015), um grupo de fãs se assemelha a outros grupos culturais. Algo reforçado pelo fato de dentro desses fandom existir uma forma própria de linguagem, literatura e arte que não são facilmente assimiladas por pessoas que não estejam inseridas nessa comunidade.

Ao criar estes aspectos e atividades culturais, os fãs criaram um tipo de comunidade da qual somente eles poderiam participar plenamente. Cada uma dessas atividades é um modo de comunicação no qual os fãs interagem e se relacionam entre si para criar uma comunidade íntima, mas muito diversificada. Embora existam diferentes níveis de participação por fãs, os fandoms são comunidades onde os fãs são capazes de construir “identidades culturais” através do apego textual da mídia (CAMPOS,



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



2015, p.43-44).

O fandom de Harry Potter também segue a lógica acima. De acordo com Inocencio, Cavalcanti e Izidio (2014), a saga do bruxinho alcançou proporções mundiais nos campos editorial, cinematográfico e digital, criando um universo ficcional extenso e plural, que mantém hoje uma das maiores bases de fãs de que se tem notícia, tanto dentro quanto fora do ciberespaço.

Segundo as autoras, quando “Harry Potter e as Relíquias da Morte (parte 2), até então último filme da saga, chegou aos cinemas em 2011, a mobilização dos fãs foi gigantesca. As imagens promocionais do filme usavam o título “*it all ends*”⁸, em resposta o fandom passou a utilizar a expressão “*will never be the end*”⁹, evidenciando não apenas que o amor pela saga se manteria, mas que a marca Harry Potter já havia ultrapassado as esferas da literatura e do cinema.

A partir disso, a escritora J.K.Rowling e a Warner Bros. Entertainment, detentoras dos direitos autorais da saga, se mantiveram empenhadas em continuar a criar conteúdos que alimentassem a paixão dos fãs. Desde o lançamento da última adaptação cinematográfica, a marca Harry Potter já anunciou uma nova trilogia de filmes, lançou jogos, exibiu uma peça teatral que continuava a histórias dos livros, inaugurou um parque temático e colocou no ar uma rede social específica para fãs, o Pottermore.

Ainda assim, nem só de conteúdos oficiais vive o fandom de Harry Potter. A produção

⁸ “Tudo acaba”, em tradução nossa.

⁹ “Nunca será o fim”, em tradução nossa.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



dos fãs também é extensa e diversificada. Fanfics, fanfilmes, fanarts e sites especializados são apenas alguns exemplos de produções não oficiais que mantêm a saga viva e deixam a própria autora sem reação diante a organização cultural desse grupo.

Os sites de fãs tinham uma apresentação muito profissional; com facilidade estavam à altura dos sites de quaisquer dos meus editores. E eles recebiam dezenas de milhares de visitantes. Tinham fóruns, quadros de mensagens, editoriais, notícias atualizadas, trabalhos de arte dos fãs, obras de ficção dos fãs, citações do dia de meus livros... e as guerras de ships... Santo Deus, as guerra de ships...¹⁰ [...] O fandom de Harry Potter online se tornou um fenômeno global com sua própria linguagem e cultura, suas próprias guerras e festivais, suas próprias celebridades. (ROWLING,2011,p. 13-14)

De acordo com Jenkins (2008), a “pottermania” pode ser explicada a partir de três aspectos: trama complexa, inteligência coletiva e entusiasmo. A complexidade da trama cria vazios e questionamentos que motivarão o leitor a explorar o texto, buscar respostas ou criar suas próprias teorias e suposições. Essas respostas, sejam canônicas ou frutos da imaginação do leitor (headcanons), serão compartilhadas com outros leitores, criando uma inteligência coletiva.

Nesse contexto, o conceito de inteligência coletiva se refere “a essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros” (JENKINS, 2008, p. 54). Para o autor, a internet surge, então, como um mecanismo que potencializa ações coletivas. Segundo Mascarenhas (2010), no ciberespaço o trabalho cooperativo funciona de forma semelhante a uma colmeia de abelhas. As comunidades de conhecimento são formadas por laços sociais descobertos na internet, ao mesmo tempo em que contribuem para o

¹⁰ Ship é um termo que deriva da palavra inglesa relationship, que significa relacionamento. O termo viralizou com as *fanfics*, quando os escritores começaram a utilizar a frase “*I ship them*” para personagens que torciam para que ficassem junto como um casal.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



fortalecimento social da própria internet, criando um círculo de colaboração que mantém essas comunidades vivas.

O entusiasmo, por sua vez, é um elemento necessário para que o consumidor se proponha a participar da produção, ou tenha o desejo de interferir nos significados da obra original. Para que essa vontade seja despertada, o leitor precisa ser provocado e estimulado pelo material que consome, não apenas durante o momento de consumo, mas na ação que esse consumo desencadeia, ou seja, a produção.

De acordo com Mascarenhas (2010), um fandom é caracterizado pelos laços de solidariedade criados entre seus membros, que compartilham os mesmos interesses e sentimentos. As noções de comunidade e afetividade também se tornam importantes dentro desse contexto. Melissa Anelli, editora do *Leaky Cauldron*¹¹ e autora do livro reportagem “Harry e seus fãs”, exemplifica essas ideias a partir de sua experiência pessoal dentro do fandom, especialmente no momento do atentado terrorista de 11 de setembro de 2001. No momento do atentado, Melissa morava em Nova York e encontrou a preocupação e apoio, para superar as longas horas sem notícias da irmã, em pessoas que nunca vira pessoalmente e estavam dispersas em várias partes do mundo, a única coisa que as conectava era a paixão por Harry Potter e a amizade surgida por isso.

Depois que avisei os amigos e a família que estava bem, só me restaram as mensagens relacionadas a Harry Potter. Várias tinham entrado dos muitos frequentadores dos fóruns de discussão que eu visitava.

Melissa! Ah, meu Deus, estamos todos tão preocupad9os (sic) com você!, escreveu um.

Você ESTÁ VIVA GRAÇAS A DEUS! (sic), escreveu outro.

¹¹ Disponível em: www.leakynews.com. Acesso em 15 de julho de 2016.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Rames e B.K. entraram dizendo mais ou menos a mesma coisa, comentando como os leitores do Leaky que sabiam que eu morava em Nova York estavam preocupados com minha segurança. Eu havia me tornado membro do quadro de funcionários havia apenas alguns dias, o fato de que gente que eu nunca tinha visto já se importava comigo me surpreendeu. [...] Mais quatro mensagens instantâneas tinham aparecido; eram todas de membros da Hogwarts Online e de leitores do Leaky que queriam apenas falar... a respeito daquele dia, a respeito de Potter, a respeito de qualquer coisa que pudesse confortá-los ou tirar seus pensamentos do que estava acontecendo. Eu não queria deixá-los fazer isso sem mim. (ANELLI, 2011, p. 52)

Segundo Zanella (2013), as narrativas ficcionais podem ser encaradas como manifestações de uma identidade compartilhada e referências de pertencimento a uma geração ou comunidade. Sendo assim, o fandom “é o reconhecimento, através de um produto cultural, de aflições, ambições e desejos — só acessados pela fantasia, muitas vezes — que um grupo de pessoas tem em comum” (ZANELLA, 2013, p.31).

Os fãs, então, formam grupos que se identificam por possuírem interesses em comum e afinidades culturais. Essas afinidades acabam agindo como a cola social que os une. Embora a individualidade, as teorias pessoais e as aspirações internas tenham espaço dentro de um fandom, seus membros acabam se organizando de forma a encontrar aqueles que possuem ideias semelhantes e a criar um pensamento coletivo, algo que gera o sentimento de identidade compartilhada. Além disso, ao se inserir no mundo ficcional da obra reverenciada, se vestindo como algum dos personagens (cosplay) ou escrevendo suas próprias histórias a respeito daquele universo (fanfiction), cria-se a sensação de pertencimento (ZANELLA, 2013).



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**





**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



2. Planejamento e desenvolvimento do produto

2.1 Análise de similares

O desenvolvimento de um produto exige que primeiramente seja definido seu público alvo e se compreenda o contexto no qual essa produção estará inserida. Como pretendemos criar um site para fãs, torna-se evidente que nosso público alvo são os fãs da saga Harry Potter, com maior ênfase nos que fazem uso dos ambientes digitais, produzindo e/ou consumindo conteúdos relacionados ao universo mágico criado por J.K. Rowling.

Para entender o contexto desse site, no entanto, é preciso mais do que conhecer as obras ficcionais que o inspiram. É necessário analisar produtos que se assemelhem a nossa proposta, buscando assimilar sua relação com o público alvo e suas principais características, para definir o que em nosso produto irá se aproximar ou diferenciar dos sites já existentes.

Sendo assim, desenvolvemos uma pesquisa de similares, estudando os principais sites



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



produzidos por fãs brasileiros sobre a saga Harry Potter. Nesse ponto vale frisar que sites oficiais como o Pottermore¹² (<https://www.pottermore.com/>) – criado em 2009 pela própria Rowling – foram excluídos, pois além de desejarmos focar em uma perspectiva brasileira, temos como principal intuito pensar conteúdos a partir da ótica do fã que lê a saga, assiste aos filmes e/ou produz seus próprios conteúdos independentes, e não de quem criou a série original.

Começamos nossa análise com o Potterish (<http://potterish.com/>). Criado em 27 de novembro de 2002, cinco dias após o lançamento do segundo filme (Harry Potter e a Câmara Secreta) no Brasil, o site se mantém online há 13 anos. De acordo com informações da própria página, o Potterish surgiu do tédio de duas universitárias, durante o período de férias, e acabou se tornando o maior site brasileiro sobre Harry Potter e um dos cinco maiores do mundo. Em 27 de setembro de 2006 recebeu o FSA – Fã-site Award, prêmio que a escritora J.K. Rowling entregava aos melhores sites de “Harry Potter” ao redor do mundo. O Potterish foi o sexto site a receber o reconhecimento e o primeiro de língua não-inglesa.

Atualmente conta com uma equipe de mais de cem pessoas e mantém um conteúdo diversificado, contando com mais de 350 entrevistas de Rowling traduzidas e legendadas, informações sobre atores, filmes, livros, enciclopédia sobre a série, galeria de vídeos, galeria de imagens, material de fã, fórum, fanfics e etc.. O conteúdo é tamanho que acabou originando outras duas páginas: o Dicionário da Madame Pince¹³ e a Floreios e Borrões.¹⁴

¹² Disponível em: <https://www.pottermore.com>. Acesso dia 16 de Julho de 2016

¹³ Disponível em: http://wiki.potterish.com/index.php?title=P%C3%A1gina_principal. Acesso em 16 de Julho de 2016.

¹⁴ Disponível em: <http://fanfic.potterish.com/index1.php>. Acesso em 16 de Julho de 2016.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



O Dicionário da Madame Pince funciona como uma espécie de enciclopédia do universo Harry Potter, contendo biografias dos personagens, descrição de lugares, feitiços e todo tipo de informação. Seu nome surge como uma referência à bibliotecária da Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts, Irma Pince.

Já a Floreios e Borrões — inspirada na livraria de mesmo nome existente nos livros — surge como um espaço destinado às fanfictions¹⁵ escritas pelos fãs sobre personagens e eventos referentes à saga de Rowling. É possível perceber, então, a iniciativa de tentar incluir o público do site, de forma mais participativa, na produção de seu conteúdo.

Analisando tudo isso, fica claro que o Potterish tenta fornecer a maior quantidade de informação possível a quem o acessa, pensa seções fazendo referência ao universo ao qual se refere e consegue ser uma boa fonte de informação. Ainda assim, não investe na multimídia, ficando preso a textos, muitas vezes longos demais para a web, e quase sem a utilização de imagens, o que compromete a usabilidade do site. Outro problema encontrado é o layout das páginas que é pouco atrativo e não faz referências efetivas ao universo da saga.

O próximo site analisado foi o Beco Diagonal (www.becodiagonal.com.br), que coincidentemente possui o nome do local no qual nos baseamos para a criação de nosso produto. No entanto, diferente de nossa proposta, esse site não faz qualquer referência ao ambiente do Beco Diagonal em seu layout ou conteúdo. Ainda nesse aspecto visual, assim como o Potterish, o site pouco investe em elementos gráficos que efetivamente dialoguem com o universo Harry Potter.

¹⁵ “Por fanfiction estamos nos referindo à prática de escrever histórias baseadas em universos ficcionais – personagens, cenários e acontecimentos de ficção – criados por terceiros” (PADRÃO, 2007)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Criado há mais de uma década, o Beco Diagonal se encontra em um período de pouca produção. A seção “Colunas”, por exemplo, não recebe textos novos desde 2011 e o conteúdo do site tem se limitado a fazer curadoria de notícias esporádicas sobre os atores dos filmes ou o lançamento de “Animais Fantásticos e Onde Habitam”.

O site O profeta Diário (<http://www.opdiario.com/>) existe desde Janeiro de 2011 e foi criado para manter os fãs informados sobre o lançamento do filme “Harry Potter e as Relíquias da Morte (parte 2)”. A página continuou funcionando depois do lançamento, mas saiu do ar em 2012 devido a problemas na equipe. Em 2014 o site retomou seu funcionamento e, segundo os criadores, se compromete a informar os fãs sobre tudo relacionado à saga. No entanto, seu foco principal está nos filmes. A página possui um podcast chamado Pottercast Brasil¹⁶, um canal no Youtube¹⁷ e um perfil no Facebook¹⁸, que serve para divulgar as publicações do site, sem veicular conteúdos adicionais.

O site, o canal no Youtube e o perfil no Facebook têm caráter noticioso e não aprofundam o conteúdo ou produzem reflexões acerca do universo. O podcast é um pouco diferente, procurando discutir os assuntos de forma aprofundada e propondo reflexões como, quanto custaria estudar em Hogwarts hoje. Além disso, também veicula notícias.

Outro ponto importante é que o Profeta Diário não possui uma identidade visual que remeta à saga. Observamos a presença de alguns elementos, mas o uso deles não foi feito para criar uma identificação com o universo criado por Rowling. Por exemplo, a logo do site, que é

¹⁶ Disponível em: <http://www.opdiario.com/p/pottercast.html> / Acesso em 12 de Abril de 2016

¹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCMVVbhtqwNzWVdTUUM4jEcQ>. Acesso em 12 de Abril de 2016

¹⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/oprofetadiario/> Acesso em 15 de Maio de 2016



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



um pomo de ouro, não tem qualquer relação com o jornal bruxo que dá nome à página, se relacionando, na verdade, ao esporte bruxo, Quadribol, no qual o pomo de ouro é uma das bolas.

As cores também não permitem que se estabeleça a relação entre o site e a saga. Segundo Evans, “certas cores e combinações de cores conseguem imediatamente gerar sentimentos quando vistas ou ajudar a identificar um tema social ou cultural” (2006, p. 51). Dessa forma, o uso de cores, ou uma combinação de cores, que lembre o universo de Harry Potter seria o adequado.

O próximo site analisado foi o Animagos (<http://animagos.com.br/>). A página foi criada visando a produção de notícias sobre a adaptação cinematográfica do livro "Animais Fantásticos e onde Habitam". Apesar disso, veicula notícias relacionadas a todo o universo de Harry Potter. O site possui um perfil no Facebook¹⁹, um Podcast²⁰ e um canal no Youtube²¹. O perfil no Facebook basicamente serve para circular conteúdos publicados no site.

O canal do Youtube é dividido em Vlogs, cujos conteúdos variam desde vídeos com curiosidades até o sorteio de livros. A seção do canal intitulada “Animais Fantásticos e Onde Habitam” divulga notícias sobre o filme homônimo. Já em “Harry Potter and the Cursed Child” são encontrados vídeos com informações sobre a peça de teatro de mesmo nome. Por fim, existe o Muffliato que apresenta dramatizações de trechos dos livros de Harry Potter, produzidas pela Scholastic²² e veiculadas pelo canal.

¹⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/siteanimagos>. Acesso em 10 de Maio de 2016

²⁰ Disponível em: <http://animagos.com.br/category/podcast/>. Acesso em 10 de Maio de 2016

²¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/animagosbrasil>. Acesso em 10 de Maio de 2016

²² Editora responsável por publicar os livros de Harry Potter nos Estados Unidos.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



O Podcast tem dez episódios e trata de assuntos diversos, mas normalmente comentam algum acontecimento. Os áudios estão sempre acompanhados de um texto e em alguns casos também há presença de fotos.

O Layout do site sofreu alterações em Maio de 2016, se tornando mais dinâmico e atraente. Entretanto, mesmo com a mudança não possui uma identidade visual relacionada ao universo Harry Potter. As fontes tipográficas, cores e disposição dos elementos na página não foram pensados segundo o contexto do site. Segundo Evans (2006), a organização do conteúdo e dos elementos deve se relacionar com o contexto daquele produto. Essa relação é o que falta ao Animagos.

Após analisar os sites de fãs, passamos a estudar os canais no Youtube referentes à saga criada por Rowling. O primeiro deles foi o Observatório Potter (<https://www.youtube.com/user/observpotter>), que teve seu primeiro vídeo postado em fevereiro de 2013. Segundo o criador, Thiego Novais, esse foi o primeiro canal sobre a série Harry Potter no Youtube.

Em geral, os vídeos buscam aprofundar o conteúdo dos livros, há também listas de curiosidades sobre a saga, como "5 teorias bizarras sobre a série Harry Potter". Além disso, há também a divulgação de notícias. O canal é apresentado por um fã que o faz como se conversasse com os espectadores e costuma ser bem humorado. Ele tem um número grande de inscritos e visualizações e é um dos canais mais famosos sobre a saga. O Observatório Potter possui também um perfil no Facebook²³, que divulga outras informações além dos vídeos.

²³ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/observpotter>. Acesso em 25 de Abril de 2016



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Sobre os canais no Youtube destacamos ainda o Expresso Hogwarts²⁴, surgido em 10 de agosto de 2013, e o Caldeirão Furado²⁵, de 18 de abril de 2013. Ainda assim, ambos possuem um formato muito similar ao do Observatório Potter e os três canais mantêm vários vídeos sobre os mesmos temas, apresentando as mesmas informações, em sua maioria retiradas do Pottermore, com pouco ou nenhum diferencial.

2.2 O Beco Diagonal

Ele bateu na parede três vezes com a ponta do guarda-chuva. E o tijolo que tocou estremeceu, torceu-se. No meio apareceu um buraco, que se foi alargando cada vez mais. Um segundo depois se viram diante de um arco bastante grande até para Hagrid, um arco que abria para uma rua de pedras irregulares, serpeava e desaparecia de vista.

—Bem-vindo — disse Hagrid. — ao Beco Diagonal. (ROWLING, 2000, p. 65)

Dentro do universo mágico de J.K. Rowling, o Beco Diagonal é uma área bruxa de compras, contendo uma variedade de lojas e restaurantes. É também o local responsável pela verdadeira introdução de Harry Potter ao mundo bruxo, já que é o primeiro local mágico visitado pelo garoto que cresceu entre os trouxas (pessoas sem magia). Essa primeira visita é também responsável por momentos determinantes dentro da história, como a compra da

²⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/canalcalse>. Acesso em 15 de Julho de 2016

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/MundoDoNada> Acesso em 15 de Julho de 2016



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



varinha e de Edwiges, a coruja que acompanhará o protagonista pelos próximos sete anos.

O Beco Diagonal é um local secreto que só pode ser visto por bruxos ou criaturas mágicas. Sua porta de entrada fica atrás do Caldeirão Furado, um bar muito popular entre os feiticeiros, em um pequeno pátio que parece acabar em uma parede de tijolos. No entanto, se os tijolos corretos forem acionados, uma passagem se abre em forma de arco, revelando o beco.

Também é possível acessar essa rua por meio de lareiras e pló de flu²⁶. É durante uma das viagens pela rede de flu que Harry se confunde e troca o nome do beco, o chamando de Biboca Diagonal. Por esse motivo, a logo escolhida para o produto é uma lareira com fogo verde, cor que as chamas ficam após entrarem em contato com o flu.

2.3. Conteúdo

Um dos aspectos primordiais para a construção do nosso produto foi a definição dos conteúdos a serem produzidos, algo que esteve desde o primeiro momento atrelado ao planejamento visual do site. Definimos que a página inicial seria baseada no Beco Diagonal e, a partir dessa primeira página, o usuário poderia clicar nas lojas e acessar os conteúdos desenvolvidos para cada uma delas.

Sendo assim, é válido apontar que esses conteúdos foram pensados para se encaixarem

²⁶ Pó de Flu é um pó reluzente e prateado usado por bruxos e bruxas para viajar através de lareiras. Ao ser ativado produz chamas verdes.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



nas propostas de cada uma dessas lojas, fazendo referência aos tipos de produtos que podem ser encontrados ou às relações que nelas se estabelecem. Com isso em mente, criamos um site que conta com sete menus, referentes aos sete estabelecimentos escolhidos. Nesse ponto, é importante mencionar que o número sete é muito importante e recorrente dentro do universo mágico criado por J.K.Rowling, sendo inclusive descrito, pela estudiosa da aritmância²⁷, Bridget Wenlock, como o número mágico mais poderoso.

2.3.1 Floreios e Borrões

Em relação à construção da página, a primeira loja escolhida foi a Floreios e Borrões, uma livraria, na qual a maioria dos estudantes da Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts compram seus livros. Segundo Rowling, a Floreios e Borrões “é um tesouro empoeirado de literatura, absolutamente perfeito para qualquer bruxo que espere tirar o atraso em sua leitura”. (REVENSON, 2015, p. 30)

Sendo assim, ao considerar as peculiaridades do local, determinamos que esse ambiente seria dedicado à análise e disposição de informações sobre o universo criado por J. K. Rowling. Essa seção se tornou, portanto, responsável por permitir reflexões e aquisição de conhecimento sobre a saga Harry Potter, um papel que se encaixa muito bem nos propósitos de uma livraria. Os conteúdos da Floreios e Borrões foram, então, divididos em textos, infográficos, linha do tempo e testes.

Os textos tinham como intuito analisar e problematizar questões presentes nos

²⁷ Aritmância é uma disciplina mágica, na qual se estuda as propriedades dos números. No universo dos livros, Bridget Wenlock foi uma das maiores pesquisadoras da área.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



produtos da marca Harry Potter ou referentes ao comportamento do fandom, gerando reflexão. Ao escrever sobre o queerbaiting²⁸ na peça Harry Potter e a Criança Amaldiçoada²⁹, por exemplo, pretendíamos pensar a representatividade LGBT – ou melhor, a falta dela – dentro da obra, iniciando um debate sobre uma questão importante, atual e pouco discutida dentro da comunidade de fãs.

O texto sobre Fleur Delacour³⁰ se encaixa nessa mesma lógica e busca desmascarar o machismo que, embora não esteja presente nos livros, ainda é uma realidade (mesmo que de forma velada) entre os potterheads, e se mostra principalmente pela forma como determinadas personagens femininas são mal interpretadas e odiadas.

Fica claro, então, que pensar questões sociais e defender minorias foi uma preocupação durante a produção do site, e a Floreios e Borrões acabou se mostrando um dos melhores lugares para levantar esse tipo de pauta. Ainda assim, nem todos os textos dessa seção possuem essa carga social. Em “Dursley e Malfoy: dois lados da mesma moeda” ou “Por que não nos lembramos de Cedrico Diggory?”, por exemplo, apresentamos apenas discussões sobre questões dos livros que não víamos debatidas em outros espaços dedicados a Harry Potter na internet.

Após a finalização dos textos, se iniciou o processo de produção dos infográficos. O objetivo deles era apresentar informações importante sobre o universo Harry Potter de forma

²⁸ Queerbaiting pode ser definido como a criação de tensão romântica e/ou sexual entre dois personagens do mesmo gênero, sem o intuito real de desenvolver uma relação amorosa entre eles, atraindo o público LGBT, sem perder o público heterossexual conservador.

²⁹ O que acontece no texto “Harry Potter e o queerbaiting amaldiçoado”.

³⁰ “Em defesa de Fleur Delacour: por que amamos Draco e odiamos Fleur?”



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



simples, acessíveis e com apelo visual. Considerando que criamos um produto para a internet, a preocupação em seguir as características da web também se fazia presente. Portanto, optamos por infográficos interativos, nos guiando pelo princípio da multimídia.

O primeiro infográfico criado foi o dos objetos mágicos. Para isso, fizemos uma lista dos objetos que se destacam dentro da história – seja por terem sido fundamentais em momentos importantes, por serem muito poderosos ou por serem elementos recorrentes na trama – e passamos a pesquisar sobre eles tanto dentro dos sete livros quanto no *Pottermore*, que possui uma seção inteira denominada “magical objects” e traz informações complementares sobre esses itens, suas histórias e funcionamentos.

Após essa pesquisa, definimos nossa lista inicial, optando por produzir conteúdo apenas sobre objetos que possuíam um perfil no *Pottermore*, por possuímos informações mais detalhadas sobre eles. Além disso, o fato de J.K.Rowling dedicar seu tempo a escrever textos inteiros sobre esses objetos indicava que eles eram mais relevantes que os demais. Sendo assim, nossa ideia inicial era criar uma figura interativa com os seguintes objetos: espada de Gryffindor, chapéu seletor, mapa do maroto, penseira, pedra filosofal, berrador, vira-tempo, horcruxes e relíquias da morte.

A produção, no entanto, nos mostrou que havia uma grande quantidade de informações sobre as horcruxes³¹ e relíquias da morte³². Além disso, a importância desses artefatos, a saga inteira gira em torno deles, revelou a necessidade de que tivessem seus

³¹ Uma horcrux é um objeto usado para esconder um pedaço da alma de um bruxo, impedindo que ele seja morto. Elas só podem ser criadas após um assassinato.

³² As relíquias da morte são três: varinha das varinhas, pedra da ressurreição e capa da invisibilidade. Segundo a lenda, a pessoa que possuir as três se torna o Senhor da Morte.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



próprios infográficos.

Após tudo isso, chegamos a uma estrutura básica, definindo que a arte deveria conter uma breve explicação sobre o que era o objeto, suas propriedades mágicas e objetivo de sua criação. A história e curiosidades também poderiam ser incluídas, quando esses dados existiam. Por fim, haveriam vídeos mostrando os momentos em que os objetos foram usados nos filmes, ou contendo conteúdo extra sobre eles.

Os infográficos se mostraram uma forma interessante e atrativa para se distribuir informações, o que nos levou a utilizá-los também para tratar de produções do próprio fandom que gostaríamos de divulgar. Um exemplo disso é o infográfico que trata do Wizard Rock³³. Apresentar as bandas sob um vinil, com pequenos textos e os vídeos de suas músicas linkados a elas, pareceu se adequar mais à web do que apenas dispor essas informações por meio de um texto. Além disso, evidenciava nossa tentativa de nos diferenciar dos demais sites sobre Harry Potter, que trabalham predominantemente com textual.

Ainda pensando na melhor forma de dispor determinadas informações, criamos uma linha do tempo com os principais eventos do mundo bruxo entre os anos 1000, quando Hogwarts foi fundada, e 1991, ano em que Harry Potter descobre que é um bruxo. Todos os eventos dessa sequência temporal ocorrem antes do começo dos livros e, embora muitos deles tenham influência direta na trama, não acompanhamos seu desenrolar³⁴.

Alinhar esses acontecimento em uma linha temporal se mostrou importante, pois

³³ Wizard Rock (também chamado de Wrock) é um subgênero do Rock que surgiu entre 2002 e 2004, nos Estados Unidos. As bandas se caracterizam pelas performances e músicas humorísticas que falam sobre Harry Potter. As canções são produzidas de forma independente e distribuídas na internet.

³⁴ A única exceção, até o momento, é a chegada de Newt Scamander à Nova York.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



permite que os fãs se localizem do universo criado por Rowling, algo que se torna necessário após o lançamento de *Animais Fantásticos e Onde Habitam*, que se passa na década de 1920. Considerando que todas essas datas estavam espalhadas pelos livros e textos do Pottermore, a linha do tempo faz com que as pessoas consigam acessá-las mais facilmente. Além disso, é importante ressaltar que texto, fotos e vídeos se unem nessa linha para que cada um dos eventos ali expostos possa ser compreendido de forma mais completa, algo que surge com mais um exemplo de multimídia no nosso produto.

É necessário destacar, por fim, que tanto a linha temporal quanto os infográficos não são exemplos de produção transmidiática. Isso acontece, porque elas não trazem nenhuma informação nova ou diferente perspectiva para a obra, e apenas apresentam informações que já estão nos livros ou no Pottermore com uma nova roupagem, funcionando mais como adaptação (crossmídia) do que como expansão.

Finalizando a *Floreios e Borrões*, temos uma série de quizzes que buscam testar o conhecimento dos fãs sobre elementos da obra. Para respondê-los é necessário um conhecimento detalhado dos livros e de informações lançadas apenas no Pottermore. O teste sobre a “mui nobre e antiga casa dos Black”, uma das mais influente famílias bruxas, é um exemplo disso.

Para respondê-lo corretamente não basta ter lido o capítulo de “Harry Potter e a Ordem da Fênix” em que Sirius Black fala sobre sua família. É preciso ter coletado pequenas informações sobre Black importantes para o mundo mágico, mas não necessariamente para a trama principal, no decorrer de todos os livros, é necessário conhecer a imagem da árvore



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



genealógica, divulgada por J.K. Rowling há alguns anos, e ter lido o texto sobre essa família publicado no Pottermore. Sendo assim, para responder corretamente as questões desse quizz é preciso ter conhecimento transmidiático sobre a saga Harry Potter.

2.3.2 Profeta Diário

O segundo menu definido foi o Profeta Diário, o principal jornal bruxo em circulação. O Profeta Diário, no entanto, apresenta uma cobertura tendenciosa, manipuladora e sensacionalista. Essa conduta é evidenciada pela figura da repórter e correspondente especial, Rita Skeeter, uma jornalista famosa por escrever matérias, artigos e biografias que costumam ser baseados em informações manipuladas e entrevistas exageradas. Por essa particularidade das publicações e da jornalista, resolvemos dividir o conteúdo desse ambiente em três seções.

A primeira é referente a notícias sobre a saga, a autora, os atores/atrizes e os filmes. Apesar de todos os sites analisados no item 02 contarem com esse tipo de informação, acreditamos que nosso produto ficaria incompleto sem algum modo das pessoas se informarem sobre as novidades desse universo, especialmente em um contexto em que novas produções estão sendo lançadas.

A segunda é uma seção de perfis intitulada “A Vida e as Mentiras de...”³⁵, na qual personagens da saga são perfilados pela jornalista Rita Skeeter. Seguindo o estilo da repórter, apostamos em textos sensacionalistas, cínicos e pontuados por interpretações maliciosas dos

³⁵ O nome dessa seção é inspirado no título do livro “A Vida e as Mentiras de Alvo Dumbledore”, uma biografia não autorizada escrita por Rita Skeeter, na tentativa de manchar a reputação do ex-diretor de Hogwarts.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



fatos. Ao escrever os perfis a regra era investir no exagero, errar propositalmente o nome de personagens e distorcer, ao máximo, os acontecimentos narrados.

Considerando que esses são textos fictícios, que seriam publicados em um jornal, escolhemos personagens que, após os acontecimentos de Harry Potter e as Relíquias da Morte, teriam alguma relevância para a comunidade bruxa, ao ponto de suas vidas serem consideradas motivo de interesse público. Todos os perfilados são também pessoas próximas a Harry Potter, algo que permitiu que Rita Skeeter fizesse o que mais gosta: inventar mentiras sobre o Menino que Sobreviveu.

Por fim, e ainda investindo na figura da correspondente especial do Profeta, temos um programa de entrevistas — em áudio — denominado “No Armário de Vassouras com Rita Skeeter”³⁶. A ideia inicial era que as entrevistas fossem gravadas em vídeo, contudo, resolvemos mudar a mídia ao refletir sobre como esse seria um programa voltada para o público bruxo, que não utiliza televisão ou internet, mas que tem uma relação muito próxima com o rádio. Dessa forma, definimos que esse seria um programa semanal da Rádio Radiofônica dos Bruxos, a principal estação de rádio que conhecemos nos livros.

A escolha dos entrevistados também se baseou no nível de fama alcançado por eles, após o desfecho da saga. Ainda assim, por se tratar de mídia mais glamourizada pelos bruxos, investimos em personalidades que teriam um status de celebridade, como a cantora Celestina Warbeck e o jogador de Quadribol Olívio Wood.

De qualquer modo, a principal diferença entre “A Vida e as Mentiras de...” e o “No

³⁶ Durante o Torneio Tribuxo, evento que acontece em Harry Potter e o Cálice de Fogo, Rita Skeeter é responsável por entrevistar os competidores, o que acaba fazendo em um armário de vassouras.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Armário de Vassouras com Rita Skeeter” consiste na possibilidade de interação entre a jornalista e sua “vítima”, o que existe apenas no programa. Os perfilados não têm direito à resposta e podemos apenas imaginar sua reação. No rádio, todavia, a dinâmica muda e é possível ouvir a indignação ou o desconforto do convidado diante aos absurdos proferidos por Skeeter.

Nesse ponto, é interessante ressaltar que tanto os perfis quanto as entrevistas se inserem no princípio transmidiático da subjetividade. Isso acontece, porque há a intenção de representar os personagens, já conhecidos, e narrar suas trajetórias a partir da visão de outra personagem, algo que apresenta um novo ponto de vista para a história criada por Rowling. Além disso, os dois casos surgem também como exemplos de multiplicidade, já que não fazem parte do cânone de Harry Potter, mas apresentam uma realidade não-oficial que faz sentido para os fãs.

2.2.3 Empório de Corujas/ Penas de Escritórios

A terceira loja escolhida foi o Empório de Corujas, como o próprio nome indica, esse é o local responsável por vender corujas, animais que funcionam como correio do mundo bruxo. Sendo assim, optamos por fazer dessa loja um mecanismo de comunicação com o público, no qual é possível enviar vídeos, comentários, fanfics, etc.

Em parceria com a proposta acima, a Penas de Escritórios – loja que vende penas, principais instrumento de escrita da saga – é o local no qual esses conteúdos, enviados pelos



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



usuários, são hospedados. Nesse caso percebemos a utilização dos princípios da performance, uma vez que há o estímulo para que o público produza seus próprios conteúdos, e da subjetividade, pois as fanfics permitem que a história seja explorada pelo ponto de vista de diversos personagens.

2.2.4 Madame Malkin: roupas para todas as ocasiões

A loja da Madame Malkin é o local do Beco Diagonal aonde os alunos de Hogwarts vão para comprar os uniformes, trajes a rigor, capas de viagem etc.. Decidimos, então, que essa loja acolheria dois tipos de conteúdos, ambos relacionados ao vestuário.

O primeiro deles se refere aos cosplays de Harry Potter. Cosplay é a abreviação dos termos *costume play*, podendo ser traduzido como uma representação de um personagem a caráter, ou seja, fazer cosplay é se caracterizar de um personagem e representá-lo. Essa prática é bem comum em eventos como a Comic Com Experience³⁷, que acontece no Brasil desde 2014.

Além disso, se caracteriza como uma extração que, como foi explicado no item 3.4, ocorre quando os fãs trazem algo do mundo ficcional adorado para seu cotidiano. É possível perceber também o princípio transmídia da construção de mundos, uma vez que existe uma apropriação, por parte dos fãs, do modo de se vestir e se comportar de determinado personagem. Dessa forma, entrevistamos uma fã que faz cosplay para exemplificar a

³⁷ É a principal feira cultural pop do Brasil.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



relevância dessa arte para o fandom.

O segundo tipo de conteúdo se refere a pequenos textos informativos sobre produtos da saga – relacionados principalmente ao vestuário ou a caracterização de algum personagem e/ou estudante de Hogwarts – onde eles podem ser encontrados e por qual valor.

2.2.5 Artigos de qualidade para quadribol

Essa é uma das lojas no Beco Diagonal, na qual se compra artigos para Quadribol, o esporte mais popular no mundo bruxo. Ele é jogado por dois times, cada um com sete bruxos montados em vassouras. Os jogadores de cada time se dividem entre um goleiro, dois batedores, um apanhador e três artilheiros.

O goleiro é responsável por impedir que a *goles*, uma das bolas do jogo, passe por um dos três arcos, que são o equivalente ao gol. Os batedores carregam tacos para rebater os balaços, que são duas bolas pequenas e pesadas que tentam derrubar os jogadores das vassouras. Eles são responsáveis por proteger o resto do time e acertar os balaços no time adversário. Os artilheiros devem passar a *goles* pelos aros do time adversário, computando 10 pontos cada vez que a *goles* passa por um aro. Por fim, temos o apanhador que é responsável por capturar o *pomo de ouro*, uma bola muito pequena, veloz e difícil de pegar. Ela concede a quem capturá-la 150 pontos. Um jogo de quadribol só acaba quando o *pomo* é capturado.

Nessa loja abrigamos narrações de jogos importantes da Grifinória, sediados em Hogwarts. Sobre elas, é importante destacar que possuem diferentes narradores e cada um



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



deles tem um modo próprio de entender o esporte e se relacionar com a Grifinória, o que influencia o seu relato. Lino Jordan, por exemplo, é um membro dessa casa, o que faz com que todas as suas emissões estejam bem longe da imparcialidade e carregadas de amor pelo lar dos leões³⁸. Zacharias Smith, por sua vez, nutre uma forte inimizade por Harry Potter, o que transparece pelo modo como está constantemente questionando ou menosprezando suas escolhas como capitão.

Para produzir esse conteúdo foram usados trechos dos livros, no quais temos pedaços das falas dos narradores, em conjunto com descrições em terceira pessoa dos jogos. Para preencher as lacunas, as descrições foram adaptadas para a fala do narrador em questão. O texto também teve acréscimos de coisas que o personagem, de acordo com seu perfil, falaria naquele momento. Um exemplo disso está nas narrações de Luna e suas divagações sobre testrálios³⁹, algo que não está em seu texto original, mas que combina com a personalidade sonhadora da menina e sua tendência a falar sobre questões que as demais pessoas consideram estranhas.

Sendo assim, os roteiros que deram origem as narrações apresentam um misto de informações que estão no cânone e de informações que vieram de nossa imaginação, se configurando tanto como um exemplo de performance quanto de multiplicidade.

Além disso, na Artigos de Quadribol falamos sobre os jogos de Quadribol dos trouxas,

³⁸ O leão é o animal símbolo da Grifinória.

³⁹ Testrálio é uma raça de cavalos alados com um corpo esquelético, rosto com características de répteis, asas de couro que se assemelham a um taco. São muito raros e apenas pessoas que já viram a morte conseguem enxergá-los.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



ou Quadribol na vida real, que é uma versão sem vassouras voadoras, sem as bolas encantadas e com regras diferentes. É uma prática bem comum, existindo inclusive uma Associação Internacional de Quadribol. Considerando a popularidade do esporte, explicamos, através de um infográfico, como jogá-lo. Temos, então, um conteúdo que possibilita a imersão que, como citado no item 3.4, ocorre quando o consumidor consegue, de alguma forma, entrar no mundo da história.

2.2.6 Gemialidades Weasley

Por fim, temos a Gemialidades Weasley, uma loja que recebe destaque especial nos livros por ter sido criada pelos gêmeos Fred e Jorge — personagens regulares e muito queridos pelos fãs — e vender itens ligados ao entretenimento e que possibilitam todo tipo de traquinagem. Em função desse tom divertido e informal, definimos que o canal do Youtube, criado para o site, estaria linkado a esse estabelecimento.

Após analisar os três principais canais no Youtube dedicados a Harry Potter, percebemos vários vídeos com a mesma temática, gerando redundância de informações e conteúdos que pouco se diferenciam entre si. Há também muitos conteúdos retirados dos textos do Pottermore, apenas repetindo as informações que podem ser encontradas no site.

Sendo assim, optamos por seguir uma lógica inversa dos demais youtubers, não focando em explicar ou contextualizar elementos do universo da saga. Nosso foco esteve, portanto, em questões que movimentam os debates dos fãs, como as guerras de ships (casais), o descontentamento brasileiro com a peça “A Criança Amaldiçoada” e, assim como aconteceu



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



com os textos da Floreios e Borrões, investir em problematizações sobre a falta de representatividade na história ou porque casais extremamente populares entre os fãs, como Dramione (Draco Malfoy e Hermione Granger) e Snily (Severus Snape e Lily Evans) romantizam relacionamentos abusivos.

Além disso, pensando que o Youtube é um ambiente marcado pela informalidade, entretenimento e trivialidades, investimos também em alguns TOP's 7 que se caracterizam por terem um tom mais descontraído e descompromissado que os demais vídeos.

2.3 Planejamento Visual

Ao pensar o planejamento visual do site primeiramente foi necessário considerar três conceitos, que estão intimamente ligados e garantem uma navegação bem sucedida. Em primeiro lugar temos a *arquitetura da informação*, que segundo Rosenfeld, Morville e Arango (2015, p. 19), é basicamente, “uma disciplina do design focada em tornar as informações fáceis de ser encontradas e compreendidas”. Em outras palavras, a arquitetura da informação compreende a organização e estruturação do conteúdo de forma que o usuário consiga acessá-lo facilmente.

Este conceito trabalha em conformidade com o de *usabilidade*. Segundo a *International Organization for Standardization*⁴⁰ “usabilidade é a medida pela qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com

⁴⁰ Organização Internacional para Padronização, popularmente conhecida como ISO.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



efetividade, eficiência e satisfação em um contexto de uso específico” (ISO 9241-11). Ou seja, a usabilidade avalia se um site é facilmente utilizável ou não. Steve Krug (2006) defende que uma das coisas fundamentais para um site ser fácil de usar é não fazer o usuário pensar. Ao afirmar isso, ele quis dizer que, o usuário não deve ter que pensar como funciona o site, onde achar as coisas, que ícones servem para o que. As informações devem estar claras, de fácil visualização, ou seja, deve permitir uma navegação simples. Sendo assim, a arquitetura da informação compreende a organização do conteúdo e a usabilidade mede se essa organização foi eficiente.

Por último, temos o conceito de *experiência do usuário* que considera não só a capacidade de navegação do site, mas também a interação do usuário com o conteúdo. Segundo a página UXBooth⁴¹, os UX designers, como são conhecidos os profissionais da área, trabalham para tornar as coisas mais profundas, visando uma resposta emocional do usuário sobre o que ele acabou de efetuar.

Pensando nisso, criamos um site com um layout de fácil navegação, que permite uma experiência diferenciada e uma identificação do público com a saga Harry Potter. Pensando nisso, o layout da página foi feito a partir de ilustrações do Beco Diagonal, para que, assim, o usuário possa sentir que está nesse ambiente.

Em design gráfico, o uso de ilustrações para criar identificação com um tema, pode ser definido como uma tradução gráfica. Segundo Samara (2010), uma tradução tenta transmitir uma ideia concreta e fundamental de um tema sem detalhes específicos. Ou seja, ao fazer essa

⁴¹ Página voltada para designers com o objetivo de compartilhar conhecimento sobre experiência do usuário. Disponível em: <http://www.uxbooth.com/>. Acesso em 26 de Julho de 2016.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



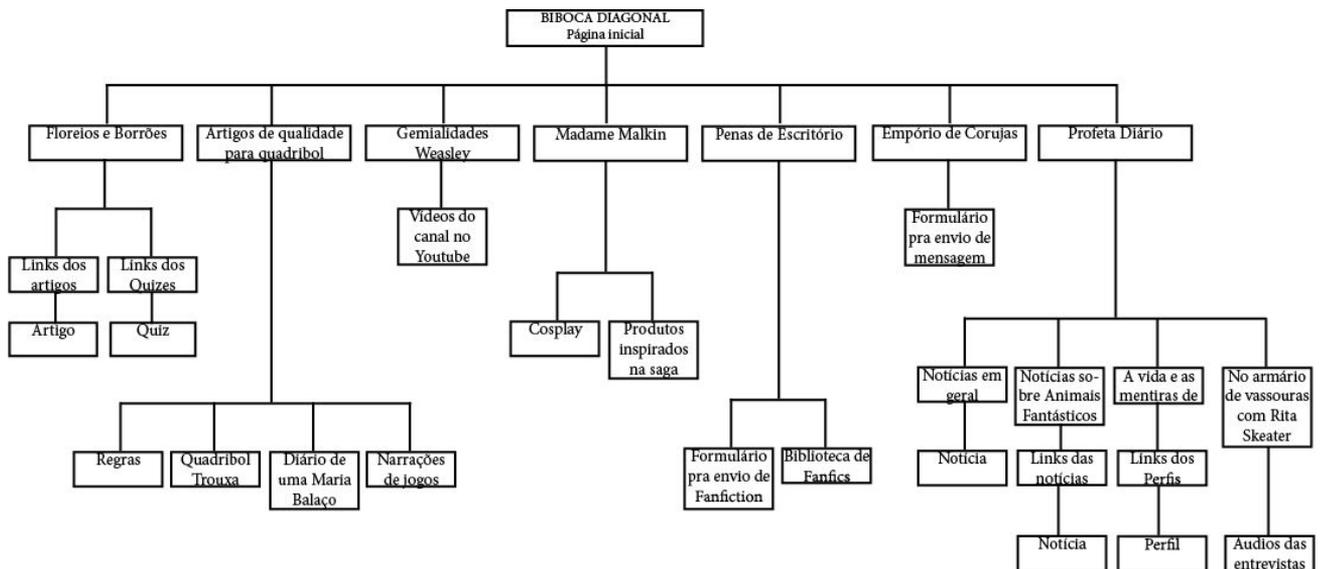
tradução tentamos transmitir a ideia do Beco Diagonal, sem a pretensão de criar o Beco verdadeiro, ou nos apegar a detalhes específicos. Ainda de acordo com Samara (2010), uma tradução gráfica é feita com outros elementos em conjunto à ilustração, como fotografias e tipografia.

Dessa forma, aliando esses elementos, procuramos criar uma experiência para o usuário, na qual ele possa se identificar com a saga e proporcionar uma ideia de como seria estar no Beco Diagonal e fazer parte do mundo bruxo. A partir dessa ilustração, a pessoa pode clicar nas lojas e acessar os conteúdos do site. As páginas com as notícias, vídeos, e outros conteúdos tem um layout baseado em ilustrações de suas respectivas lojas no beco diagonal. Na figura 1 está um organograma simplificado do site com base na estrutura proposta.

Figura 1:



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO



Ainda pensando na experiência do usuário e na usabilidade do site, definimos três pontos fundamentais na criação visual da página, que utilizamos como norteadores na criação. São eles o uso da cor, da tipografia e do grid que são elementos básicos para a criação de um layout eficiente.

2.3.1 Cor

Utilizamos três paletas de cores como base (Figuras 2, 3 e 4) que foram inspiradas nos filmes da saga e nas descrições das quatro casas da Escola de Hogwarts, existentes no livro. Essa escolha foi feita considerando, como defende Samara (2010), que há poucos estímulos visuais tão potentes quanto as cores. Os fãs da saga normalmente se identificam com alguma



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO CURSO DE JORNALISMO



dessas casas e suas respectivas cores representam muito para eles. Dessa forma, tínhamos a intenção de criar uma identificação e, ao mesmo tempo, tornar a página atrativa.

Figura 2:

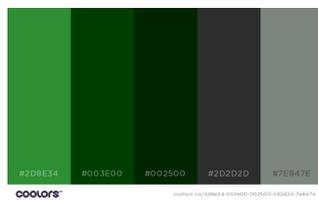
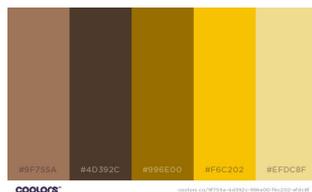


Figura 3:



Figura 4:



2.3.2 Tipografia

Utilizamos duas fontes criadas com base na saga. Uma para a logomarca do site (Figura 5) e outra (Figura 6) para a loja “Artigos de qualidade para Quadribol”, mencionada no item 2.2.5. A opção por essas duas famílias de fontes foi feita com o objetivo de criar uma identificação do usuário com o universo de Harry Potter. Para os títulos e layouts das outras lojas utilizamos a fonte Modern Antiqua (Figura 7). Já para o corpo do texto a fonte serifada



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



2.3.3 Grid

Utilizamos grids flexíveis, que como explicitado por Evans (2006), permitem criar uma variedade de layouts mantendo a ideia central. Fizemos essa escolha, considerando que cada loja da ilustração base trata de um assunto específico e que os conteúdos, por divergirem entre si, podem exigir estruturas diferentes. Ao mesmo tempo, o grid define uma unidade visual para o site.

Outro ponto considerado, quando pensamos o grid, foi a usabilidade do site, já que é através dele que organizamos todos os elementos. Como dito anteriormente, a página deve ser de fácil navegação, permitindo que o usuário encontre as informações de forma fácil e rápida. O grid escolhido permite que essa usabilidade ocorra de forma eficaz.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



3. Montagem do Site

Durante todo o processo de produção tivemos que tomar decisões, com base nos recursos e tempo disponíveis, para a criação do site. Dessa forma, testamos diferentes plataformas de criação de layout de páginas para internet e, de acordo com o que planejamos



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



para o design e para o conteúdo e nossas limitações, escolhemos dois programas que melhor se adequaram a nossa proposta.

Utilizamos o Adobe Flash – um programa de edição e execução de arquivos SWF, também denominados arquivos Flash, que permite a produção de materiais, designs e animações para a internet – para criar a parte interativa do site. Todos os botões que linkam uma página a outra, as explicações dos conteúdos das lojas e a interação dos mesmos com as ilustrações utilizados, foram criados no Flash pois, como dito anteriormente, é o software que melhor permite a interação que precisávamos.

Já para a montagem do layout final das páginas, usamos o Adobe Dreamweaver, que é um programa de edição de páginas para a Web, que se assemelha aos softwares de criação de layout e permite a fácil importação dos conteúdos criados no Flash, sendo ideal para a nossa produção.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da execução desse projeto foi possível experimentar na prática conceitos trabalhados durante a graduação como convergência, transmídia e planejamento visual. Essa experimentação permitiu um envolvimento efetivo com tais conceitos e, portanto, atingimos um grau de maior entendimento a respeito dos mesmos.

Antes do envolvimento com a criação do site, já éramos fãs de Harry Potter e consumidoras das diferentes mídias, nas quais a história se expandiu. Também já estávamos envolvidas em um processo de criação de conteúdo, através das fanfictions. Ainda assim, não tínhamos a compreensão de como esse processo se inseria em um contexto mais amplo. Consumíamos e produzíamos transmídia, sem nos darmos conta de que consumíamos e produzíamos transmídia.

Com o desenvolvimento do projeto, no entanto, fomos capazes de entender as dinâmicas comunicacionais, nas quais já estávamos inseridas, e que têm se consolidado ao longo dos anos. Embora produções transmidiáticas não sejam novidade – Stars Wars expandia sua narrativa por meio de HQ's, por exemplo, desde meados dos anos 1980 – , a lógica da transmídia e da criação de universos expandidos tem se tornada cada vez mais comum na cultura pop.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Produzir a Biboca Diagonal também nos fez perceber a importância dos fandom e da fãcultura. Embora sua relevância social seja algumas vezes ignorada, grupos de fãs são verdadeiras comunidades, tendo própria cultura, linguagem e lógicas de organização. Essa cultura se expressa em nosso site e, ao produzir um trabalho acadêmico que se baseia nela, mostramos sua relevância.

É preciso também tecer comentários a respeito da criação do site. Em nosso projeto, procuramos fugir do texto sempre que possível, e pensar conteúdos em outras mídias. Isso é fundamental quando se trabalha com um produto para internet e quando se produz uma narrativa transmídia. Também utilizamos mais de uma plataforma para publicar os conteúdos. Além do site, criamos um canal no *Youtube*, um perfil no *Facebook*, um perfil no *Twitter* e uma conta no *SoundCloud*.

Em relação ao conteúdo também nos preocupamos com a inserção de temas atuais e de problematizações que consideramos importantes. Entendemos que, em uma sociedade na qual machismo, racismo e lgbtfobia são estruturais, o preconceito se manifesta dentro dos grupos de fãs e, ao tratar dessas questões em um produto que é voltado para essas pessoas, podemos gerar alguma mudança ou reflexão, ainda que mínimas.

Elaboramos ainda uma identidade visual para a página, algo que se baseia nas ilustrações do Beco Diagonal e das lojas presentes no mesmo, no uso fontes tipográficas e de cores que foram criados com base em Harry Potter, ou se relacionam com elementos da saga. Com isso, tínhamos o objetivo, como dito anteriormente, de proporcionar uma experiência diferente das que os outros sites para fãs propiciam, e gerar uma identificação do fandom com



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



o Universo de Harry Potter.

É preciso destacar ainda que a Biboca Diagonal surgiu como consequência do princípio transmidiático da profundidade, ou seja, da capacidade de nos debruçarmos sobre um conteúdo, que nos interessa, nos motivando a procurar mais sobre ele. Em sua produção aplicamos os princípios da performance, da multiplicidade, da subjetividade, do compartilhamento e da serialidade.

A performance se deu por sermos fãs produzindo nossos próprios conteúdos. O fato desses conteúdos não estarem no cânone da saga, não sendo criações oficiais, os tornou exemplos da multiplicidade. Ao propor um novo olhar para os personagens – através dos textos da Rita Skeeter, por exemplo – aplicamos a subjetividade. O compartilhamento surgiu na capacidade de nossas produções se dissiparem por várias mídias, estando ligado a serialidade, já que realmente fizemos uso de mais de uma mídia, usando texto, áudio e vídeo, por exemplo.

Dito tudo isso, aproveitamos um momento no qual o fandom de Harry Potter se encontrava em expansão – em consequência de lançamentos como Animais Fantásticos e Onde Habitam e A Criança Amaldiçoada – e tentamos expandir a narrativa de Rowling, a partir da nossa perspectiva e de forma conceitual. Ao fim do processo podemos dizer que alcançamos nosso objetivo.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO



4. REFERÊNCIAS

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

CAMPOS, Roberto Rodrigues. **Harry Potter e a institucionalização de um fenômeno cultural convergente**. Tese (Mestrado). Universidade do Estado da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens, Salvador, 2015.

EVANS, Poppy. **Exploring publication design**. Clifton Park, NY: Thomson/Delmar Learning
c2006.

FRAGOSO, Suely. Reflexões sobre a convergência midiática. Revista Líbero. Ano VIII, Números 15/16, 2006.

INOCENCIO, Luana; CAVALCANTI, Gêsa; IZIDIO, Ana Raquel. De Hogwarts para o fandom: narrativa transmídia e o entretenimento como experiência para os fãs de Harry Potter. In: **Congresso Internacional de Comunicação e Consumo**, 4., 2014, São Paulo. Disponível em:
<http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gt_seis/GT06_GESA_CAVALLCANTI.pdf> Acesso em: 05-02-2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. **Transmedia Education: the 7 Principles Revisited**. 2010. Disponível em:
<http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html> Acesso em: 10/03/2016.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO



KRUG, Steve. **Don't Make Me Think: a common sense approach to web usability**. 2. ed. Berkeley: New Riders Publishing. 2006.

MASCARENHAS, Alan. A inteligência coletiva do fandom na rede. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 12., 2010. Campina Grande.

MIRANDA, Fabíola Moes. Fancultura e texto literário: união no ciberespaço. **Encontros de Vista**. n. 3, p.52-61, jan./jun. 2009. Disponível em: <http://www.encontrosdevista.com.br/Artigos/FANCULTURA_E_TEXTO_LITERARIO_UNIAO_NO_CIBERESPACO.pdf> Acesso em: 20-06-2016

MIRANDA, Fabíola Moes. Fandom: um novo sistema literário digital. **Hipertextus Revista Digital**, Pernambuco, n.3, jun. 2009. Disponível em: <<http://hipertextus.net/volume3/Fabiana-Moes-MIRANDA.pdf>> Acesso em: 24-06-2016.

ROSENFELD, Louis; MORVILLE, Peter; ARANGO, Jorge. **Information Architecture: For the Web and Beyond**. 4 ed. Graveston Highway North: O'Reilly Media, 2015.

ROWLING, J.K. **Harry Potter e a pedra filosofal**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SAMARA, Timothy. **Elementos do design: guia de estilo gráfico**. 1 ed. Porto Alegre: Bookman 2010.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan**. 1 ed. Barcelona: Centro Libros PAPP, S. L. U., 2013.

TURNING pages: editorial design for print media : magazines, books, newspapers. 1 ed.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**



Berlin: Die Gestalten Verlag Publishers. 2010.

ZANELLA, Gabriel Ibarra. **Harry Potter e a “ordem” dos fãs**: um estudo sobre a articulação do fandom na era da convergência. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.