



Confundo¹: Harry Potter e a Pedra Filosofal Através do Jornalismo Cultural Brasileiro²

Rafael Duarte Silva³
Tobias Arruda Queiroz⁴

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

RESUMO

Fenômeno mundial da literatura infanto-juvenil, Harry Potter ultrapassou as expectativas de público conquistando crianças e adultos em diversos países, mas chegou tarde, e confuso, na imprensa brasileira. Este trabalho é dividido em três partes, nas quais serão apresentadas um panorama sobre o jornalismo cultural, a relação entre Harry Potter e a imprensa brasileira e tem como base de análise duas matérias, uma publicada no caderno *Ilustrada* (2000) e outra na revista *Veja* (2000), com o intuito de perceber a influência e qualidade do jornalismo cultural brasileiro produzido em cadernos e sessões culturais de grandes jornais e revistas no período que antecedeu o lançamento de Harry Potter e a Pedra Filosofal.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo cultural; crítica literária; Harry Potter.

1 INTRODUÇÃO

A transformação da cultura em valor, distribuída por toda parte de maneira padronizada, serializada, acaba suprimindo a sua função crítica, sua autenticidade, para atender uma demanda de padrões e estereótipos criados por ela mesma.

A indústria cultural chega ao século XXI em plena produção. O novo modelo de cultura, moldado pela ciência e pela tecnologia, promove a racionalidade técnica e subjuga o indivíduo, organiza a sociedade perante a irracionalidade, reduzindo o pensamento e o discurso a uma única dimensão.

Filmes, programas de rádio e de televisão, jornais e revistas, passaram a ser produzidos de acordo com um esquema de organização que prioriza a rentabilidade econômica e o controle social, onde o cidadão é persuadido a consumir comportamentos e produtos que, desde o princípio da criação, são feitos para conquistar e satisfazer o grande público.

Nesse contexto, o jornalismo cultural sofreu significativas mudanças na maneira de atuar. A crítica se tornou mais passiva e os cadernos culturais diversificados e

¹ Feitiço para confundir ou iludir o oponente. Neste artigo, o nome desse feitiço foi usado para se referir a maneira confusa como o livro *Harry Potter e a Pedra Filosofal* foi retratado no jornalismo cultural impresso.

² Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

³ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da UERN, email: rafael_duartesilva@hotmail.com.

⁴ Orientador do Trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UERN, email: tobiasqueiroz@uern.br



comerciais, com grandes espaços para anúncios e matérias de caráter mais informativo, afetando na sua influência e na maneira de ver e avaliar os produtos culturais.

No início do século XXI um fenômeno literário se expandiu em proporções e possibilidades ainda inesperadas pela indústria cultural. Harry Potter, o menino bruxo, movimentou durante dez anos uma produção de notícias que envolveram livros, filmes, mudança de hábitos, religião, disputas judiciais e, é claro, muito dinheiro. Ano após ano, críticos do mundo todo debateram em jornais e revistas os valores desse produto cultural que ainda hoje não sabem se nasceu para ser um sucesso ou foi transformado em um.

Diante de críticas boas e más, bem fundamentadas ou não, o jornalismo cultural produzido nos EUA e Europa foi fundamental para manter os livros de J.K. Rowling na lista dos mais vendidos nos anos de lançamento e incentivar no mundo todo o hábito a leitura e escrita. No Brasil, a imprensa parecia está sob o efeito de um feitiço estuporante até o ano 2000, três anos após a publicação britânica, quando os livros foram lançados no país.

Este trabalho tem como finalidade analisar a influência e qualidade do jornalismo cultural brasileiro produzido em cadernos e sessões culturais de grandes jornais e revistas para o lançamento de Harry Potter e a Pedra Filosofal.

Na primeira parte, será apresentado um resumo sobre o fenômeno Harry Potter, com informações sobre os livros e filmes, e um breve histórico sobre o surgimento do jornalismo cultural na Europa, EUA e Brasil, bem como suas influências e principais autores. A segunda parte, dividida em três tópicos, abordará a relação entre Harry Potter e a imprensa brasileira no início dos anos 2000 e uma análise de duas matérias relacionadas ao lançamento do primeiro livro. Para isso, optou-se por veículos impressos, de grande circulação e já consolidados no jornalismo cultural, como a *Ilustrada*⁵, caderno cultural do jornal Folha de São Paulo e a sessão cultural da Revista *Veja*⁶, ambos disponibilizados gratuitamente em seu acervo digital. Além disso, a pesquisa restringiu-se a análise das notícias brasileiras de Harry Potter e a Pedra Filosofal por ser o precursor de outros seis livros de sucesso e se tornar assunto recorrente entre os críticos e a imprensa internacional. Dessa forma, pretende-se discutir o contexto de transição vivenciado pelo jornalismo da época e analisar o impacto dessas mudanças na produção de críticas relacionadas ao livro.

⁵ <<http://acervo.folha.com.br/fsp/2000/02/19/21/>>. Acesso em: 25 nov. 2013.

⁶ <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>> Acesso em: 3 jan. 2014.



1.1 O fenômeno

Em 1º julho de 1997 chegou às livrarias britânicas, sem muito alarde, o que seria nos anos seguintes o maior sucesso editorial da época. *Harry Potter and the Philosopher's Stone*, ou Harry Potter e a Pedra Filosofal no Brasil, foi publicado pela pequena editora *Bloomsbury*, após ser recusado por outras dez sob o pretexto de ser grande demais para um livro infantil, cerca de 80 mil palavras. Na capa, o nome J. K. Rowling, abreviatura de Joanne Kathleen Rowling, foi escolhido para evitar uma possível resistência dos leitores do sexo masculino.

Contudo, ao contrário do que se esperava, o livro agradou não só as crianças, como também os pais, jovens, homens e mulheres de todas as idades, alcançando o topo da lista dos mais vendidos e o valor inusitado de 100 mil dólares pela venda dos direitos de publicação em território americano concebido a editora *Scholastic*, além de conquistar, entre outros, o prêmio de Livro do Ano pelo “British Book Awards”.

Com uma tiragem inicial de 500 exemplares, Harry Potter e a Pedra Filosofal é o primeiro e mais vendido livro de uma série composta por sete livros. Harry é um garoto órfão que descobre seu lado bruxo aos 11 anos de idade, quando recebe uma carta de admissão para estudar magia na escola de bruxaria de Hogwarts. Até então, o garoto vive no armário embaixo da escada na casa dos tios, que o desprezam, num subúrbio de Londres. Com a ajuda de Hagrid, o gigante de barbas longas e cabelos embaraçados, e com a supervisão dos olhos atentos e sábios de Alvo Dumbledore, Harry inicia os estudos em Hogwarts, onde não só aprende a lidar com feitiços e porções, mas a enfrentar seus medos, a fama e a ameaça constante do maior bruxo das trevas, Lord Voldemort, responsável pelo assassinato de seus pais e pela cicatriz em forma de raio deixada em Harry durante o ataque.

Poucos meses após o lançamento, Harry Potter e a Pedra Filosofal, assim como Rowling, já estampavam os principais cadernos, jornais e revistas britânicas sob diferentes manchetes que vendiam, acima de tudo, não a história de Harry Potter, mas a de sua autora, que passou por inúmeras dificuldades antes de alcançar a fama.

Isso parece com um filme: uma mãe solteira anda pelas ruas de uma chuvosa cidade, empurrando seu bebê recém-nascido no carrinho. Com o bebê dormindo, ela entra em cafeterias onde fica tomando café e rascunhando uma história infantil. Três anos depois e a jovem mãe acabou de vender seu manuscrito para uma editora por £100.000, dois



estúdios de Hollywood estão interessados na história, e ela acabou de entregar o seu segundo livro. (GLAISTER, 1997)

Independente do sucesso, Rowling já havia afirmado que a série seria composta por sete volumes, um número muito poderoso no mundo mágico e que provavelmente trouxe sorte para autora. O lançamento do primeiro livro em 1997 foi seguido por Harry Potter e a Câmara Secreta (1998), Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban (1999), Harry Potter e o Cálice de Fogo (2000), Harry Potter e a Ordem da Fênix (2003), Harry Potter e o Enigma do Príncipe (2005) e, por último, Harry Potter e as Relíquias da Morte (2007). Além dos sete livros, J. K. Rowling também escreveu mais outros três relacionados ao mundo bruxo: Animais Fantásticos e Onde Habitam (2001), Quadribol Através dos Séculos (2001) e Os contos de Beedle, O Bardo (2008).

Ao todo, a série foi traduzida para mais de 64 línguas e vendeu mais de 450 milhões de cópias, rendendo a autora uma quantia aproximada de 1 bilhão de dólares. Tamanho sucesso atraiu a atenção da indústria cinematográfica e, no ano 2001, quando os leitores aguardavam ansiosos a publicação do quinto livro no Reino Unido e Estados Unidos, o primeiro livro ganhou as telas dos cinemas arrecadando uma das maiores bilheterias da história. Posteriormente, todos os livros da série Harry Potter foram adaptados, sendo o último dividido em duas partes, totalizando oito filmes. Em 2013, dois anos após o fim da saga, Rowling anunciou sua estreia como roteirista, pois a *Warner Bros.*, que produziu todos os filmes, iria adaptar o livro Animais Fantásticos e Onde Habitam, atendendo aos desejos dos fãs ávidos por magia.

1.2 O jornalismo cultural

O jornalismo cultural surgiu após o Renascimento, quando as máquinas começaram a se fazer mais fortes e presentes na economia e a imprensa há muito já havia sido inventada. “Dedicado à avaliação de ideias, valores e artes” (Piza, 2013, p.12), o jornalismo cultural tem como precursor Samuel Johnson (1709-1784), considerado o pai de todos os críticos e cuja opinião era esperada pelo seu público com ansiedade.

No século XIX o jornalismo cultural se tornou influente nos EUA, que passava por um forte e acelerado desenvolvimento industrial, onde os jornais e revistas eram sustentados pela crítica, num período pré-Guerra Civil, através da figura de Edgar Allan



Poe (1809-1849), considerado o responsável por modernizar o ambiente intelectual americano e hoje conhecido por seus livros de mistério.

No Brasil, o jornalismo cultural foi berço de um dos maiores escritores nacional: Machado de Assis (1839-1908). Por volta do final do século XIX, quando esse tipo de jornalismo começou a ganhar força no país, Machado de Assis era crítico de teatro e literatura, resenhando os romances de Eça de Queiroz.

O século XX trouxe para o jornalismo como um todo grandes mudanças. A modernização da sociedade transformou a imprensa, a reportagem e os relatos ganharam maior destaque nas redações, bem como a crítica mais breve e participante. Os tabloides literários desempenharam um papel fundamental nesse período de agitação artística com a intensificação de resenhas, críticas, entrevistas, perfis, ensaios e publicação de contos e poemas. No Brasil, esse período foi representado pela revista *Klaxon* durante a Semana de 22.

A grande crítica estava se adaptando ao mundo moderno, com a velocidade de informação e internacionalização da notícia. O crítico que surge nessa época perde o seu caráter sacerdotal, passando a ser mais informativo e menos moralista, mas não perde a influência sobre a escolha de leitores, artistas e intelectuais.

“A crítica, claro, continua a ser a espinha dorsal do jornalismo cultural, não só das revistas” (Piza, 2013, p.28). Na segunda metade do século XX a crítica começa a ocupar mais espaço na mídia diária, ganhando força por ser rápida e provocativa, uma característica imposta pela limitação de espaço do próprio veículo.

Contudo, a internet tem servido como caminho alternativo. Nos últimos anos, com o crescimento do mercado editorial, o jornalismo cultural vem se expandindo para esse setor. As críticas e reportagens estão mais corriqueiras, diversos sites surgiram para produzir e repercutir conteúdos sobre livros que, de certa forma, a imprensa escrita não pode. Exemplo disso é o Potterish, online desde 2002, o maior fã site brasileiro dedicado à série Harry Potter, transformou no ano de 2013, em virtude da diversificação e crescimento do mercado, a sessão de resenhas em um único site chamado Clube do Livro-Potterish, dedicado à divulgação de lançamentos, notícias e análises sobre livros de gêneros variados.

Mesmo com espaços mais dinâmicos, alternativos, ou em virtude deles, as revistas culturais estão perdendo influência. A imprensa passou a destacar as celebridades e avaliar menos os produtos, valorizar mais o autor e menos a obra. Os fenômenos midiáticos diminuem o jornalismo cultural, uma vez que o provável sucesso



de massa dos lançamentos passou a ser o eixo central das publicações, análises, comentários e argumentos estão perdendo espaço.

2 ANÁLISE

2.1 Harry Potter e a imprensa brasileira

Apenas no século XX, mais precisamente nos anos 1940, o jornalismo brasileiro adentra na reportagem literária. O amadurecimento tardio do jornalismo cultural no Brasil está ligado a questões econômicas e culturais, fruto do pensamento de que esse tipo de conteúdo estava voltado para uma classe intelectual.

Os anos 1980 foram marcados pela consolidação de dois cadernos culturais diários ligados aos principais jornais paulistas, a *Ilustrada*, da *Folha de São Paulo*, e o *Caderno 2*, do centenário *O Estado de São Paulo*. A primeira ficou conhecida por ser polêmica e por sua atenção à cultura jovem internacional. Contudo, a partir dos anos 1990, o caderno perdeu a variedade e a dosagem crítica em prol de uma agenda passiva.

Essa nova fase do jornalismo cultural brasileiro - mais informação, menos opinião - bateu de frente com a chegada, bem atrasada, da série *Harry Potter* no país, de modo que não se pode culpar por inteiro os cadernos culturais pela ausência ou escassez de notícias, críticas ou não, da revolução literária que os livros de Rowling estavam causando nos países que foram lançados.

Diferentemente dos EUA, que publicou o primeiro livro da série pouco mais de um ano depois que a editora britânica, as crianças brasileiras esperaram três anos para conhecer o mundo bruxo. Enquanto diversos leitores já havia prestigiado a leitura dos três primeiros volumes e esperavam o lançamento de um quarto, a Editora Rocco adquiriu os direitos de publicação, correu para tentar tirar o atraso e lançou, somente no ano 2000, *Harry Potter e a Pedra filosofal* em abril, *Harry Potter e a Câmara Secreta* em agosto e *Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban* em novembro. Quando este último chegou às livrarias, os dois primeiros já figuravam na lista dos mais vendidos, segundo a revista *Veja*, e ganharam no ano seguinte um prêmio nacional na categoria *Tradução Criança*.

Contudo, antes de 2000, não há registro aparente de relatos na imprensa brasileira sobre o que estava acontecendo no mercado editorial europeu e principalmente americano. Enquanto adultos e crianças faziam filas nas portas das livrarias para adquirir livros com mais de 300 páginas e sem ilustrações; enquanto



críticos literários discutiam nos principais jornais americanos e britânicos o valor cultural da obra de Rowling e uma adaptação cinematográfica estava em negociação, alguns brasileiros já tinham ouvido falar em Harry Potter, mas não sabiam do que se tratava.

Decerto, pode parecer incabível exigir da imprensa que se tome conhecimento sobre um produto cultural que sequer tinha chegado ao país, mas o papel do jornalismo cultural não é somente anunciar e comentar as obras lançadas nas sete artes, mas também refletir sobre o comportamento e novos hábitos sociais que influenciam e são influenciados por estas.

Notoriamente, as obras de J. K. Rowling produziram uma mudança de comportamento e hábito social, uma vez que, em plena era da informática, maior velocidade da informação e aversão à leitura, milhões de crianças, jovens e adultos tornaram os livros da autora objetos de desejo e líder de vendas, com mais de 27 milhões de exemplares em 40 países até 2000. Nesse mesmo período, uma verdadeira indústria se erguia em torno da série. Livros, filmes, brinquedos, bebidas e lanches, todos queriam associar suas marcas ao bruxo e faturar os milhões que o seu nome poderia render. Além disso, um verdadeiro exército “anti-Potter” formado por religiosos e pais conservadores, sob acusações de introduzir as crianças na bruxaria e satanismo, entrava com ações na justiça para banir os livros das escolas.

Somente com o lançamento dos três primeiros volumes, Harry Potter, aos poucos, quebrou o silêncio na imprensa brasileira, afinal, “não se pode, especialmente num país onde a cultura (nacional ou internacional) ainda é tão pouco valorizada, virar as costas para as muitas obras de qualidade que são feitas em tantas partes.” (Piza, 2013, p.60). Cadernos culturais como a *Ilustrada* e a revista *Veja* passaram a anunciar a chegada do fenômeno editorial no país, traçar um panorama da série para os futuros leitores e proclamar suas expectativas para o lançamento nos mais variados estilos, desde reportagens completas, resenhas feitas por quem realmente entende do assunto, a publicações superficiais e cheias de referências que empobreceram a trama.

2.2 Malfeito feito⁷: Harry Potter na Ilustrada

⁷ Usado pela primeira vez no livro *Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban*, é uma senha para apagar as impressões do Mapa do Maroto, que mostra em tempo real a movimentação de todas as pessoas presentes no castelo de Hogwarts, ideal para aqueles que gostam de fazer travessuras, mas não querem ser pegos. Neste caso, a expressão foi usada para se referir a algo que realmente não foi bem feito.



Como mencionado anteriormente, a *Ilustrada*, caderno cultural do jornal paulista *Folha de São Paulo*, surgiu por volta dos anos 1980 e ficou conhecido pelo seu tom crítico e polêmico, uma das funções do jornalismo cultural destacadas no livro, de mesmo nome, escrito por Daniel Piza. Segundo Piza (2013, p.45), a imprensa cultural tem o dever de avaliar criticamente a obra cultural, as tendências valorizadas pelos interesses do mercado e as induções simbólicas e morais recebidas pelo cidadão.

Posteriormente, o autor afirma que tais deveres e funções já não estão mais sendo desempenhadas com eficácia pelo jornalismo cultural em virtude da diversificação dos critérios de avaliação das obras, que este sofre “crises de identidades” e que as “dicotomias fáceis só lhe têm feito mal”. De fato, a insatisfação com o período atual desse jornalismo está visível principalmente na grande imprensa.

Piza aponta os três males comumente presentes no jornalismo cultural. O primeiro deles é o atrelamento à agenda, à maneira como os produtos culturais dominam a imprensa meses e dias antes de suas estreias e lançamentos, ocupando espaços com nomes já bem-sucedidos ou com sucessos previsíveis. O segundo está relacionado ao tamanho e a qualidade dos textos, principalmente daqueles que antecedem um lançamento e que mal se diferenciam dos *releases*, trazendo pouca opinião e restritos a informações vagas, adquirindo um caráter de “anúncio”. O terceiro mal se refere à marginalização da crítica, deixada em segundo plano, com pouco destaque e baseada no achismo, sem fundamento.

Os três males citados acima podem ser encontrados com facilidade em uma matéria na primeira página da *Ilustrada*, que foi um dos primeiros, se não o primeiro, a mencionar a chegada da série *Harry Potter* aqui no Brasil e relatar o seu sucesso nos EUA e Europa, no dia 19 de fevereiro de 2000, com o título “*Harry Potter*, o fenômeno da literatura, chega ao país”. Na matéria, escrita pelo jornalista Fábio Zanini, então correspondente em Londres, pode ser lida, inicialmente, os feitos que o livro *Harry Potter e a Pedra Filosofal* alcançou, como “fazer crianças deixarem a televisão e a Internet de lado para ler livros de até 300 páginas” ou “vender 27,5 milhões de exemplares em mais de 40 países”. Em seguida, o autor anuncia a chegada do livro ao país no dia 10 de abril e comete o primeiro equívoco quando afirma que o segundo volume, previsto para agosto daquele ano, seria “*Harry Potter e a Câmara dos Segredos*”, quando o certo é “*Harry Potter e a Câmara Secreta*”.

Nos próximos parágrafos, Zanini informa sobre o próximo livro a ser lançado nos EUA e Europa, comenta que “*Harry* virou um sucesso também entre adolescentes e



adultos, o que o tornou um dos maiores fenômenos literários mundiais dos últimos anos.”, além de destacar o prêmio de “autora do ano” recebido por J.K. Rowling.

Posteriormente, o autor afirma que “as histórias de Harry Potter lembram um pouco os contos de fada tradicionais, com uma pitada de aventura à Indiana Jones.”, porém, as aventuras de Potter estão relacionadas a razões e ambientes específicos, que envolve magia, seres, hábitos e comportamentos diferentes daqueles presentes em Indiana Jones. Outra alusão feita por Zanini está relacionada a um conto de fadas famoso. Segundo ele, os tios do garoto “o tratam como uma espécie de Cinderela.”. Seguro ou não desta referência, a autora Isabelle Smadja viria, mais tarde, confirmá-la dedicando um capítulo inteiro para esta análise no seu livro *Harry Potter: as razões do sucesso*.

E se fosse preciso ir até o ponto de indicar um conto de fadas específico em que a história de Harry Potter se baseia, poder-se-ia sugerir que o livro se constrói, pelo menos nos primeiros capítulos, sobre o modelo de *A Gata Borralheira* ou *Cinderela*. (2004, p.12)

Os parágrafos seguintes, que contam parte do enredo e podem ser decisivos no critério de escolha dos futuros leitores, estão cheios de erros, sobretudo nas referências aos elementos-chave da série, colocando em questão a leitura do livro ou até mesmo de um informativo por parte do jornalista. “Uma estranha cicatriz roxa na testa, em forma de relâmpago, intriga o personagem desde cedo.” Conhecedores profundos ou não, os leitores sabem, ou deveriam, que a cicatriz em forma de raio, e não relâmpago, foi feita por Voldemort na noite do assassinato dos pais de Harry é a marca maior de identificação do personagem tanto na ficção como no mundo real.

Dumbledore e a Profa. Minerva curvaram-se para o embrulho de cobertores. Dentro, apenas visível, havia um menino, que dormia a sono solto. Sob uma mecha de cabelos muito negros caída sobre a testa eles viram um corte curioso, tinha a forma de um raio. (ROWLING, 1997, p.16-17)

A continuação do enredo é formada por uma sequência de gafes e deslizes. “A mensagem pede a ele que se dirija à estação de trens King’s Cross, na região central de Londres, e embarque em um trem na plataforma 9,75, o que só ele consegue enxergar.” A plataforma na estação de King’s Cross é um elemento muito importante, principalmente neste primeiro livro, pois ela é a passagem para chegar ao trem que leva os alunos a Hogwarts, como um divisor entre o mundo mágico e o mundo dos trouxas (não bruxos). Na tradução do livro para português do Brasil, a plataforma que dá acesso



ao mundo bruxo ficou conhecida como plataforma nove e meia, por está entre a plataforma nove e a dez. Como a tradução ainda não estava disponível quando a matéria foi publicada, Zanini poderia ter usado como referência o texto original, referindo-se a plataforma como sendo nove três quartos que, por sinal, é acessível a todas as pessoas com sangue mágico e não somente a Harry Potter.

Logo após ele continua, “O trem leva Harry a Hogwart, um mundo paralelo, dominado por magos e criaturas sobrenaturais. Lá, ele descobre que descende de uma família de feiticeiros e que seus pais foram mortos pelo sinistro Lord Voldemort, um feiticeiro que é o vilão da trama.”. Ao contrário do que foi relatado, o trem leva Harry a Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts que está inserida em um mundo paralelo, mas que não se constitui ou denomina esse mundo. Além disso, o garoto descobre sobre o passado dos seus pais ainda em Londres, na noite do seu décimo primeiro aniversário quando recebe a visita do gigante Hagrid.

Você-sabe-quem matou os dois. E então, é esse o verdadeiro mistério da coisa, ele tentou matar você. Queria fazer o serviço completo, acho, ou então tinha começado a gostar de matar. Mas não consegui. Você nunca se perguntou como arranhou essa marca na testa? Isso não foi um corte normal. Isso é o que se ganha quando um feiticeiro poderoso e maligno atinge a gente; destruiu seus pais e até a sua casa, mas não fez efeito em você, e é por isso que você é famoso, Harry. (ROWLING, 1997, p.45-46)

Arelada à agenda, pois trata de um produto que seria lançado poucos meses depois e já fazia um sucesso considerável no exterior, a matéria em si não ocupou metade da página, seguida por um anúncio de maior tamanho e destaque. A baixa qualidade do texto, informações imprecisas e falta de opinião são evidentes, bem como a ausência de crítica. Essas falhas se tornaram comuns ao jornalismo brasileiro que, segundo Piza (2013, p.65) está “afetado como é pelas instabilidades econômicas e pela precariedade educacional.” As colunas foram entregues a pessoas de renome e até mesmo os profissionais insistem em ignorar a cultura, deixam as ideias e debates para o segundo plano e optam pela impressão imediata.

2.3 Veritaserum⁸: a dose de verdade da revista Veja

⁸ Porção da verdade. O nome foi usado para fazer referência à veracidade e precisão das informações presentes na matéria da revista Veja.



Se a alguns meses do lançamento Harry Potter já estampava os principais cadernos brasileiros, na semana de chegada ao país não seria diferente. No dia 12 de abril de 2000, a revista *Veja*, de maior circulação nacional, publicou uma matéria de três páginas, escrita por Carlos Graieb e intitulada “A mágica de atrair leitores”, contendo ilustrações, resenha e trecho do livro *Harry Potter e a Pedra Filosofal*, na qual exibiu um panorama completo com as principais informações e opiniões sobre os livros e J.K. Rowling.

O jornalista apresenta inicialmente a autora, sua origem, e o modo difícil como vivia antes do sucesso de Harry Potter. Menciona o processo de criação da história num café em Londres, as tentativas frustradas de leva-la as livrarias e a “febre” que Harry se tornou entre as crianças de diversos países. “Ele virou mania entre as crianças inglesas. Ganhou em seguida os Estados Unidos. E não parou de conquistar leitores, desembarcando em diversos países com sua vassoura voadora.” Logo após, Graieb escreve que nos próximos dias o livro começará a ser vendido no Brasil e apresenta alguns números, fazendo um comparativo entre as vendas da série e a produção nacional de livros juvenis. “No mundo todo, a série vendeu 30 milhões de exemplares. Para se ter uma idéia, tal número supera em muito a produção anual de livros juvenis no Brasil, que fica em torno de 20 milhões, segundo a Câmara Brasileira do Livro.”

Em seguida o autor relata o interesse que a série despertou no público em geral, não somente em crianças, que os três primeiros volumes estão na lista de best-sellers e diversos artigos tentam desvendar o segredo de Harry Potter, mas “na verdade, não há segredo. Boa escritora, J.K. Rowling criou um personagem com o qual as crianças conseguem se identificar.” A matéria segue com um resumo, conciso e sem erros sobre o enredo, acompanhado por algumas informações sobre o futuro do personagem reveladas pela própria autora. Logo após, Graieb relaciona os estudos sobre os contos de fadas do psicólogo austríaco Bruno Bettelheim com as dificuldades enfrentadas por Potter ao longo dos livros. Os mesmos estudos também reforçam a íntima relação, sobretudo na estrutura da narrativa, entre o primeiro livro da série e os clássicos contos de fadas. Segundo as concepções de Smadja, a semelhança se encontra logo no primeiro capítulo de *Harry Potter e a Pedra Filosofal*, quando nos é apresentado o herói e a família que o destrata formada por três estereótipos da sociedade: Valter Dursley, o homem de negócios mesquinho; Tia Petúnia, a mulher bisbilhoteira; e o filho Duda, a caricatura da bobeira e covardia.

Uma teoria crítica geral dos contos populares ou de fadas ajuda-nos, mais uma vez, a reconhecer nos livros de Harry Potter as características fundamentais do conto de fadas tradicional: “As personagens dos contos, observa Bettelheim, “são claramente desenhadas, enquanto os detalhes são deixados de lado. Todas correspondem a um tipo; nada têm de único. [...] Não são ambivalentes, não são ao mesmo tempo boas e más, como somos todos nós na realidade. Cada personagem é inteiramente boa ou inteiramente má.” (SMADJA, 2004, p.16)

Os parágrafos finais são reservados para relatar as disputas judiciais movidas pelos “anti-Potter”, as acusações de plágio, e descartar a possibilidade da adaptação de Harry Potter e a Pedra Filosofal ser dirigida por Steven Spielberg, ficando nas mãos do cineasta Chris Columbus. Por fim, a matéria desafia Harry Potter a enfrentar a magia nacional: o Castelo Rá-Tim-Bum.

Para resenhar a obra de J.K. Rowling a revista Veja trás um especialista no mundo jovem, mas que pensa como escritor. Pedro Bandeira, professor e autor de literatura juvenil, demonstra entender os propósitos da trama e atribui o sucesso ao “profundo conhecimento que autora possui da psicanálise das crianças a quem pretende agradar”, além disso, completa: “Joanne Rowling sabe o que pensam, imaginam e sonham esses pré-adolescentes e lhes oferece um prato cheio de modelos com os quais eles podem se identificar.”, referindo-se a adolescência como uma fase cheia de sonhos e fantasias. De fato, os livros de Harry Potter são construídos rigorosamente de modo a incentivar autoconfiança nos seus leitores juvenis. Numa fase de dúvidas e angústias quanto ao futuro e até mesmo quanto às intenções, boas e más, de suas ações, J.K. Rowling apresenta aos adolescentes um personagem com sentimentos bem próximos a realidade. Harry, o herói da trama, carrega consigo uma parte do vilão Voldemort, sendo assim, nenhum ódio ou apreço ao lado das trevas será injustificável ou imotivado. Além disso, crianças encontram nas histórias a solução mágica para a realização dos seus desejos.

O universo da bruxaria conserva alguma coisa da infância, daquele período em que ainda não admitimos que nossos desejos talvez não possam realizar. Esse jogo com os desejos, essa ilusão ainda possível na criança, não existe mais no adulto. O adulto, quando sonha, sabe que tudo não passa de sonho. Para uma criança, a identificação com Harry é facilitada por esse mecanismo infantil da mágica, que permite concretizar nossos desejos apenas com a intervenção de uma varinha de condão. (SMADJA, 2004, p.56)

Em seguida, Bandeira narra os principais fatos do livro com a mesma habilidade de quem conta histórias para crianças, reservando o final para reconhecer o bom



trabalho de Rowling: “Nós, autores brasileiros de literatura juvenil, devemos dar a mão à palmatória: a senhora Rowling conhece o caminho das pedras.”

A matéria, mesmo atrelada à agenda e se juntando a tantas outras publicadas nos dias que antecederam o lançamento do livro, está longe de apresentar os três males do jornalismo cultural citados anteriormente. Pelo contrário, apresenta as características essenciais que configuram um bom texto jornalístico e uma boa resenha crítica.

Primeiro, o texto apresenta clareza e coerência, que são fundamentais. Segundo, informa ao leitor o que é a obra, quem é a autora, resume a história e fala sobre a sua recepção. Terceiro, analisa o valor da obra, apresentando sua importância e qualidades. Em quanto, um requisito comum nos grandes críticos, o autor vai além do objeto analisado, levantando questões relativas ao hábito de leitura entre as crianças e as razões do sucesso dos livros.

Mesmo com três páginas, a matéria é concisa e o foco visual maior está na ilustração que apresenta os principais elementos e personagens da história, e o trecho do livro localizado ao lado. A resenha, deixada para o final, trouxe a opinião de quem tem propriedade para falar sobre o assunto, agregando valor ao texto com uma combinação de sinceridade, objetividade e humor, trazendo reflexão sem esquecer de relacionar o autor ao tema e ao público.

3 CONCLUSÃO

Através do entendimento sobre a situação do jornalismo cultural brasileiro, é possível compreender que o lançamento do livro Harry Potter e a Pedra Filosofal aconteceu num período de mudanças, quanto ao formato e prioridades desse jornalismo, que foram decisivas na maneira como a obra foi recepcionada e avaliada pela imprensa. Além disso, o número de pessoas que tinham acesso aos jornais e revistas na época não era tão grande, visto que em 2010, dez anos após a chegada do primeiro livro no Brasil, apenas 24,7% liam jornais diariamente e 34,9% da população consumia revistas, segundo pesquisa encomendada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República e publicada no dia 18 de junho de 2010 no site do Estadão⁹.

Logo nos anos iniciais a série Harry Potter se configurou como um produto cultural com grande potencial para indústria do entretenimento, o que foi confirmado e muito explorado durante sua trajetória. Apensar disso, a imprensa internacional,

⁹ <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,pesquisa-mostra-que-46-1-da-populacao-le-jornal,568419,0.htm>>
Acesso em 16 jan. 2014.



sobretudo britânica e americana, não subestimou os valores dos livros e, em virtude do grande sucesso, passaram a debater e buscar explicações para tal, demonstrando que é possível encontrar uma função crítica até mesmo naquilo que conquistou o grande público.

Em contrapartida, a imprensa e os críticos brasileiros criaram nesse primeiro ano de lançamento um ambiente de passividade, contrastando com o burburinho pelos livros de J.K. Rowling no exterior. Predominantemente informativa, as matérias publicadas para a chegada de Harry Potter e a Pedra Filosofal não escaparam ao erro, ou uma sequência deles, colocando em cheque a qualidade e o compromisso do jornalismo cultural no país. Mesmo as exceções, matérias bem trabalhadas e seguras nas informações, não escondem a tom passivo ou o desinteresse em se comprometer com uma crítica mais severa e tronam-se, muitas vezes, propagadoras de ideias já ditas disfarçadas em textos bem escritos.

O jornalismo cultural perdeu ao longo dos anos a função de criticar com clareza e eficácia. Hoje, os meios com que são avaliados os produtos culturais estão cada vez mais ligados a questões econômicas e submetidos a dicotomias fáceis. Recuperar a influência e a capacidade seletiva é um dos desafios.

REFERÊNCIAS

GRAIEB, Carlos. A magia de atrair leitores. **Veja**. São Paulo: ano 32, n. 1664, abr. 2000. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>> Acesso em: 3 jan. 2014.

GLAISTER, Dan. Autora estreante e mãe solteira vende livro para crianças por £100.000. **The Guardian**. Londres, 8 jul. 1997. Disponível em: < <http://conteudo.potterish.com/autora-estreante-e-mae-solteira-vende-livro-para-criancas-por-100000/>> Acesso em: 25 nov. 2013.

MATTELART, Armand e Michele. **Indústria Cultural, Ideologia e Poder**. In: História das Teorias da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 1999, cap. 5, p. 73-105.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2013.

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



SMANDJA, Isabelle. **Harry Potter e as Razões do Sucesso**. Rio de Janeiro: Contratempo, 2004.

ZANINI, Fábio. Harry Potter, o fenômeno da literatura, chegará ao país. **Ilustrada**. São Paulo, p.1, 19 fev. 2000. Disponível em:
<<http://acervo.folha.com.br/fsp/2000/02/19/21/>>. Acesso em: 25 nov. 2013.