

DAS TELAS DE CINEMA AOS PARQUES TEMÁTICOS: COMO AS TELAS MODIFICARAM A EXPERIÊNCIA DOS CONSUMIDORES DE HARRY POTTER

Bruna Luiza Mendes Leite

Universidade Federal de São João Del-Rei (UFSJ)

bruna.luiza0147@gmail.com

1

Resumo

O presente artigo tem por objetivo investigar como as telas podem ter modificado a experiência dos consumidores de conteúdo, em específico, a continuidade da narrativa do universo cinematográfico de Harry Potter para os parques temáticos. Por meio de cenários que replicam o universo mágico retratado nos filmes, os parques temáticos localizados na Flórida têm por objetivo criar uma experiência imersiva para os consumidores e fãs do conteúdo da saga. A presente análise foi feita por meio de uma revisão bibliográfica multidisciplinar, envolvendo o conceito de Arqueologia das Mídias (Elsaesser, 2018); Screenologia (Huhtamo, 2013) e Cultura da Convergência (2008). A partir dessa ideia, o artigo reflete especialmente como as telas e dispositivos digitais em meio às suas diversas transformações tecnológicas impulsionaram a Cultura da Convergência no mundo que conhecemos hoje.

Palavras-chave: Arqueologia das mídias; Screenologia; Cultura da convergência.

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

Bruna Luiza Mendes Leite

Mestranda em Teoria Literária e Crítica da Cultura na Universidade Federal de São João Del-Rei e representante discente do Programa de Pós-Graduação. Licenciada em Letras-Português pela Universidade Norte do Paraná (2023), foi bolsista do Programa de Iniciação a Docência do curso de Pedagogia pela Faculdade Única de Ipatinga de 2023 a 2024. Possui diversas formações extracurriculares que incluem temas como: a importância da Iniciação Científica na formação acadêmica; comunicação integrada; produção de textos pedagógicos; mídias digitais para a educação; fundamentação da prática docente e liderança e gestão participativa. Atua profissionalmente na preparação e revisão de textos de cunho didático.



2



lattes.cnpq.br/6831374351544006



orcid.org/0009-0005-5921-901X

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

DAS TELAS DE CINEMA AOS PARQUES TEMÁTICOS: COMO AS TELAS MODIFICARAM A EXPERIÊNCIA DOS CONSUMIDORES DE HARRY POTTER

Bruna Luiza Mendes Leite

Universidade Federal de São João Del-Rei (UFSJ)

bruna.luiza0147@gmail.com

3

Introdução

A Arqueologia das Mídias, segundo Elsaeser (2018), é um campo de estudo que permite compreender os fundamentos históricos e as modificações que os elementos de mídia sofreram ao longo do tempo. Diante disso, pesquisadores investigam como os processos de mediação podem influenciar a forma como a sociedade se relaciona com essas ferramentas.

Nesse campo de estudo, também estão inseridos os estudos de tela — ou Screenologia— que pretendem analisar as diferentes formas que a sociedade se relaciona com a tela ao longo das gerações e suas modificações etimológicas e semânticas desde seu surgimento. Ainda, neste estudo, pretende-se avaliar se existem conexões possíveis entre os conceitos de Arqueologia das Mídias e Screenologia, de Huhtamo (2013), com a teoria da Cultura da Convergência de Jenkins (2008), uma vez que estes três estão interligados nos Estudos de Mídia.

Esses conceitos foram explorados para avaliar especificamente se eles podem estar relacionados à modificação da experiência dos consumidores de Harry Potter, uma vez que mesmo após o fim da brilhante adaptação cinematográfica dos sete volumes do romance, o mercado criou estratégias para que os consumidores de Harry Potter pudessem dar continuidade à experiência fora das salas de cinema. Uma dessas estratégias foi a criação de um parque temático, com atrações de imersão que permitem ao consumidor caminhar pelos cenários que reproduzem fielmente os locais retratados na adaptação cinematográfica. Os visitantes podem ter a experiência de andar na icônica Maria-Fumaça: o Expresso de Hogwarts.

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

Em específico, o presente artigo faz uma análise da atuação do Expresso de Hogwarts, um passeio de menos de cinco minutos que interliga dois parques no Universal Orlando Resort: o parque da Universal Studios Florida, onde se localiza uma réplica da Estação King's Cross, que originalmente fica em Londres, e onde os viajantes embarcam no Expresso de Hogwarts e seguem um pequeno percurso para a Estação de Hogsmeade, no parque Island of Adventure. Ao longo desse trajeto, o consumidor tem a oportunidade de viver uma experiência de imersão enquanto assiste pelas telas da locomotiva a reprodução dos cenários vistos na obra cinematográfica e personagens que já são velhos conhecidos, proporcionando assim uma experiência que pode estar associada ao cinema, embora estejam fora das salas tradicionais e das telas grandes.

Justifica-se o presente estudo pela lacuna literária em artigos voltados à Screenologia, especialmente na língua portuguesa. Além disso, existe uma possibilidade não explorada nos Estudos de Mídia que é associar a Arqueologia das Mídias e a Cultura da Convergência. Na sociedade contemporânea, essa discussão pode ser pertinente uma vez que cada vez mais as interações sociais, culturais e econômicas são mediadas por telas, dispositivos e plataformas digitais. Esse cenário exige que pesquisadores das mídias preencham essa lacuna acadêmica, oferecendo perspectivas que podem contribuir para a expansão do debate.

O aporte bibliográfico foi construído de forma multidisciplinar nas principais definições conceituais, sendo elas: Arqueologia das Mídias (Elsaesser, 2018); Screenologia (Huhtamo, 2013); Cultura da Convergência (Jenkins, 2015). Esse referencial teórico auxiliou na análise dos conceitos e possibilitou estabelecer ligações entre eles e o objeto de estudo a fim de identificar se existe alguma conexão que pode ser explorada mais a fundo. Em última análise, estudar como as telas podem ter modificado a experiência do consumidor de Harry Potter possibilita expandir a análise para consumidores de produtos diferentes que também buscam experiências de imersão inesquecíveis.

1. Fundamentação teórica

1.1 Arqueologia das Mídias

A Arqueologia das Mídias pode ser compreendida como um campo de estudo que investiga os fundamentos históricos e as transformações dos elementos de mídia, examinando como ela, ao longo dos tempos, modificou seus formatos a partir do avanço de tecnologias. Além disso, a Arqueologia das Mídias também se concentra em investigar como a sociedade interage com as ferramentas de mídia.

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

Na obra *Cinema como Arqueologia das Mídias*, Elsaesser (2018) trouxe diversas definições de Arqueologia das Mídias. Uma delas delimita quatro abordagens dominantes:

[...] em vez de ser uma escola, consiste em diversas escolas, não só em termos de fronteiras (trans)nacionais, mas também e especialmente em termos de metodologia. Para simplificar o quadro um tanto complexo de uma disciplina que ainda está em formação, identifiquei quatro abordagens dominantes para o projeto arqueológico das mídias [...] adotado por figuras importantes do campo, que consiste em procurar (1) o velho no novo; (2) o novo no velho; (3) topoi recorrentes; e (4) rupturas e descontinuidades. (Elsaesser, 2018, p. 53)

Faz-se pertinente uma explicação de cada item apresentado por Elsaesser. (1) O velho no novo significa da obsolescência à remediação, que diz respeito às novas mídias que remodelam formas midiáticas, e para exemplificar vale mencionar a rede social do Instagram. Nos primeiros anos do Instagram, era comum ver as pessoas aderindo aos filtros vintage e às bordas brancas nas imagens. Isto é, uma tecnologia “atual” remediando um estilo de fotografia analógica. O “velho” (polaroid) reaparece como estética no “novo” (Instagram).

Em sequência, temos o item (2) novo no velho, o que pode ser compreendido como uma mídia nova não necessariamente implica numa mídia melhor. A mídia nova não substitui totalmente o valor estético e sensorial do velho. Exemplificando: embora seja notável o aumento do consumo de e-books (novo), a maior parte dos leitores ainda prefere a experiência de leitura no livro físico (velho). Pensando nisso, o Kindle, que é um leitor para livros digitais, simula visualmente o papel, com o aspecto de página amarelada e até o ato de virar a página, apropriando de características de uma mídia anterior que é o livro físico.

O item (3) Topoi recorrentes e/ou déjà-vu, discorre sobre a sensação de “já ter visto aquilo antes”. Isso pode acontecer nas músicas, em filmes, séries, coreografias e tantos outros elementos de mídia. A mídia se reconstrói naquilo que é familiar. Para exemplificar, a série de *Stranger Things* produzida pela Netflix e lançada em 2016 conquistou o público pela sua estética dos anos 80, com músicas e visuais da época, além de trazer o fenômeno dos jogos de tabuleiro estilo RPG.

Por fim, o item (4) Rupturas e descontinuidades apresenta a ideia de uma nova forma de dispositivo que surge sem uma continuidade óbvia de mídias passadas. Para exemplificar, os parques de diversão temáticos da saga de Harry Potter podem ser vistos como uma ruptura de mídia tradicional, já que a proposta deles está associada a um consumo da narrativa, mas numa experiência imersiva. A narrativa deixou as telas de cinema e as páginas dos livros, tornando-se espacial e imersiva.

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

Embora alguns estudiosos possam ser críticos à ideia de Arqueologia das Mídias, Elsaesser demonstra como a Arqueologia das Mídias pode estar relacionada à evolução do cinema. Elsaesser (2018) classifica o cinema como uma etapa intermediária, um entremídias, conceito que pode estar relacionado à migração do cinema para o campo das artes. Nessa transição, o cinema deixa de ser apenas uma forma de entretenimento para se consolidar como uma expressão cultural e artística, estreitamente ligada às tecnologias digitais e aos novos formatos de exibição, como museus, galerias e até aparelhos portáteis. O autor sugere que isso colocou o cinema numa posição de ubiquidade e invisibilidade, tornando difícil compreender o que é (ou o que era) cinema; onde é cinema; ou quando é cinema.

Dessa forma, na perspectiva do autor, é possível interpretar que a era digital transformou a forma como o público interage com os filmes, tornando-os uma experiência flexível e manipulável.

1.2 Screenologia

As telas desempenham um papel fundamental no cotidiano da sociedade contemporânea. Sua presença constante e em diversas manifestações culturais criaram a necessidade de uma teoria cujo objetivo é compreender a tela em suas diversas formas e aplicações, bem como seu uso e transformações durante as décadas. A Screenologia, teoria de estudo desenvolvida pelo arqueólogo de mídia Erkki Huhtamo, é uma teoria dos estudos de Arqueologia das Mídias.

Diante disso, é pertinente trazer a definição de Huhtamo (2013) para ambas nomenclaturas: Screenologia e Arqueologia das Mídias. O termo screenologia é descrito pelo autor como “um ramo específico dentro dos estudos de mídia enfocando as telas como ‘superfícies de informação’” (Huhtamo, 2013, p. 3). Contudo, é importante destacar que o pesquisador não se limita ao estudo das telas como “artefatos projetados”, mas também investiga o seu uso e a sua “relação com as intermediações culturais em diferentes eras e lugares” (Huhtamo, 2014, p. 3).

Quanto à Arqueologia das Mídias aplicada aos seus estudos de Screenologia, Huhtamo (2013) afirma que o papel dela é demonstrar que os fenômenos experimentados na atualidade, que parecem tão futuristas e sem precedentes, já existiam em contextos anteriores, remetendo ao que já foi trazido por Elsaesser (2018) quando ele traz a ideia de “o velho no novo”, ou seja, a remodelação das formas midiáticas.

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

Nesse sentido, Huhtamo (2013) traça uma linha do tempo na qual apresenta a evolução das telas. Em seus estudos, constata-se que foi na segunda metade do século XIX que as telas, graças à recepção positiva dos shows de lanterna mágica, garantiram um modelo para as práticas de tela da cultura fílmica primitiva. Isto é, a cultura fílmica se apropriou da técnica para tornar o cinema um produto de entretenimento industrial. Portanto, a palavra “tela” passou a ser associada à projeção de filmes. Huhtamo ainda apresenta em seu texto evidências na modificação etimológica e semântica da palavra.

No século XIX, e provavelmente ainda mais cedo, a palavra “tela” ganhou significados que antecipavam seus usos como um meio de exibir e transmitir informações. A referência mais antiga registrada no dicionário Oxford é de 1810: “para fazer Telas Transparentes para a Exibição da Fantasmagoria.” (Huhtamo, 2013, p. 8)

Ou seja, as telas tinham se deslocado do ambiente doméstico de caráter mobiliário para o mundo do entretenimento público do cinema.

Durante a segunda metade do século, o sucesso do show de lanterna mágica profissional estabeleceu um modelo para as práticas de tela de que a cultura fílmica primitiva iria se apropriar de modo a se tornar um entretenimento industrial centrado no cinema. Com esse processo, a palavra “tela” tornou-se firmemente associada à projeção de filmes, sinalizando a vitória da projeção de imagens em movimento sobre outras alternativas. (Huhtamo, 2013, p. 11)

Posteriormente, o significado da palavra tela se modificou novamente com a chegada da televisão. Criou-se então uma divisão de expressões: a grande tela e a pequena tela. Datada por volta dos anos 1950, a televisão emergiu como uma competidora para o cinema. Embora a televisão não pudesse competir em tamanho com a tela de cinema, e seus propósitos sociais e ideológicos fossem diferentes, as transformações no seu design possibilitaram que a televisão tivesse uma audiência coletiva, como numa sala de estar, por exemplo. Além disso, em dado momento, a exibição de filmes e seriados antigos se incorporaram à programação televisiva.

A transição do cinema para a televisão pode ser um exemplo de como a experiência visual se adaptou a novos contextos, ampliando as possibilidades de consumo e remodelando hábitos de audiência.

1.3 Cultura da Convergência

Henry Jenkins é um norte-americano estudioso dos meios de comunicação. Atualmente, Jenkins atua como professor de Comunicação, Jornalismo e Artes Cinematográficas na University of Southern California. Em seu trabalho *Cultura da Convergência*, o autor discorre sobre o impacto das novas tecnologias na comunicação e na forma como as mídias se inter-relacionam.

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

Jenkins (2008) propõe um entendimento de que as tecnologias de comunicação, ao longo do tempo, têm permitido uma maior diversidade e participação nas maneiras de consumir conteúdo. Essa transformação, no entanto, vai além da simples mudança das mídias utilizadas para acessar informações, pois envolve uma modificação na dinâmica de como as pessoas se envolvem com elas, uma vez que o mesmo conteúdo transita por diferentes canais, assumindo formas distintas dependendo do ponto de recepção. Ou seja, o conteúdo agora pode ser adaptado, distribuído e acessado de múltiplas maneiras, criando novas possibilidades para a interação do público. Esse fenômeno pode ser observado na convergência midiática, onde as tecnologias não só alteram os meios de comunicação, mas também transformam as práticas de consumo de informação e entretenimento.

Para Jenkins (2008), os meios de comunicação devem ser entendidos como sistemas culturais. Uma vez que um meio de comunicação se estabelece, ele passa a satisfazer uma demanda humana essencial e se mantém dentro de um sistema maior de opções de comunicação. A sua função pode ser transformada ou adaptada, mas ele nunca deixa de ser relevante dentro do contexto social. Essa ideia reforça que os meios não são apenas ferramentas tecnológicas, mas fazem parte de uma rede cultural e social que molda as interações humanas.

Para o autor, a convergência não é apenas uma questão de mudança tecnológica, mas também de como as tecnologias existentes, indústrias, mercados e públicos se inter-relacionam. A convergência altera a lógica da indústria midiática e a forma como os consumidores processam as informações, seja para consumir notícias, entretenimento ou até mesmo formas de engajamento com narrativas.

Esse processo de convergência pode ser observado em fenômenos como as franquias midiáticas, que oferecem ao público diversas formas de interação com os conteúdos, tanto nos cinemas quanto em outras plataformas.

2. Metodologia

A metodologia escolhida para o presente artigo é de uma abordagem qualitativa, de natureza descritiva e exploratória, visando investigar as possíveis conexões entre a Screenologia, a Arqueologia das Mídias e a Cultura da Convergência na modificação da experiência do consumidor de Harry Potter. A pesquisa foi conduzida por meio de revisão literária e análise do conteúdo, sendo a primeira etapa a seleção dos textos teóricos para o tema e, posteriormente, um objeto de estudo que pudesse dialogar com as teorias.

Gil (1999) destaca que as pesquisas qualitativas são subjetivas ao seu objeto de estudo, ou seja, elas descrevem e decodificam de forma interpretativa os componentes de um

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

sistema complexo de significados em meio a um contexto específico. Portanto, uma pesquisa de abordagem qualitativa envolve a análise, observação, descrição e a prática interpretativa de um fenômeno a fim de compreender seu significado.

De acordo com Gil (1999), a pesquisa exploratória envolve uma investigação inicial sobre um fenômeno, podendo abranger revisão bibliográfica, entrevistas com indivíduos que possuam experiência prática no tema estudado e exame de casos que auxiliem na sua compreensão. Por fim, seu teor descritivo está associado à apresentação das características de um fenômeno específico.

Neste contexto, as abordagens escolhidas permitiram analisar as transformações das mídias, especificamente as telas, e como essas mídias se entrelaçam num contexto de convergência midiática, possibilitando uma reflexão sobre os aspectos tecnológicos e sociais que influenciam a experiência do consumidor de Harry Potter.

3. A experiência do Expresso de Hogwarts nos parques da Universal em Orlando - Flórida

Jenkins (2008) argumenta em sua obra *Cultura da Convergência* que a repetição excessiva de conteúdos pode levar ao desgaste do interesse do público e comprometer a vitalidade de uma franquia. Para manter a fidelidade dos fãs, é necessário oferecer experiências novas e revelações inéditas em cada produto vinculado ao universo narrativo. Nesse sentido, os parques temáticos do universo de Harry Potter podem ser utilizados estrategicamente na distribuição de novos formatos de mídia, alcançando um consumidor que vai além daquele que conhece o produto do cinema ou da literatura.

Diante disso, foi selecionada uma atração específica que utiliza de recursos de mídia para promover uma experiência de imersão para o consumidor. A análise da atração foi realizada por meio de dois vídeos do YouTube. Um deles, intitulado “Hogwarts Express Complete Experience (Diagon Alley To Hogsmeade) - Universal Orlando”, do canal Theme Park Worldwide, e o outro, “Why This Hogwarts Express ISN'T a train!”, do canal Amusement Labs. Os canais têm abordagens distintas: o primeiro promove o parque temático como destino turístico, enquanto o segundo analisa a engenharia por trás da réplica da locomotiva.

Em ambos os vídeos, a experiência começa na réplica da plataforma King's Cross, originalmente localizada em Londres, mas recriada como parte da atração. O visitante apresenta seu ingresso, que lhe dá direito ao traslado entre dois parques: o Universal Studios Florida (onde fica a réplica da King's Cross) e o Islands of Adventure (onde está localizada a réplica do vilarejo fictício de Hogsmeade). Ambos os parques pertencem ao mesmo resort, e destaca-se que a experiência do trajeto de ida e volta é diferente. No entanto, nesta análise,

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

foca-se apenas no trajeto de ida, da saída da King's Cross até Hogsmeade. Nos filmes, os personagens devem correr em direção à parede que separa as plataformas 9 e 10. No universo de Harry Potter, apenas bruxos de verdade conseguem atravessar essa barreira mágica, enquanto os “trouxas” (não bruxos) não poderiam. No entanto, na atração, atravessar a parede e chegar à plataforma 9 3/4 faz parte da experiência imersiva. Utilizando uma folha de vidro disfarçada e uma parede bem iluminada próxima, os visitantes correm por um corredor pintado de preto, criando a ilusão de que estão atravessando a parede de tijolos (Amusement Labs, 2021).

Substancialmente, observa-se que há a presença do item “velho no novo” quando a travessia da parede para a Plataforma 9 3/4 vista no cinema, é remediada para uma experiência física por meio da tecnologia e ambientação cenográfica do parque temático. Ou seja, a forma de mídia antiga (cinema) é remediada numa nova mídia (experiência imersiva tecnológica de parque temático). Além disso, é possível observar “rupturas e descontinuidades” quando se considera que a travessia da parede era limitada à imaginação durante a leitura dos romances ou quando visualizado no cinema, mas agora os consumidores podem vivenciá-la corporalmente.

Em sequência, observa-se que ao chegarem à plataforma, os consumidores se deparam com a réplica da locomotiva: o Expresso de Hogwarts. Embora a sensação de déjà-vu ao visualizar o Expresso de Hogwarts esteja associada à repetição simbólica e emocional, ela só é possível devido ao uso de tecnologias que simulam os sons e imagens que o uso de novos dispositivos sensoriais possibilitou (o velho no novo). De acordo com o site da Doppelmayr Group, empresa austríaca especializada em sistemas de transporte por cabo e, também, responsável pela recriação da locomotiva, o Expresso de Hogwarts é composto por dois conjuntos de vagões, é uma reprodução fiel da icônica locomotiva dos filmes de Harry Potter. A capacidade total de viajantes no trem é de 168 pessoas e as cabines acomodam cerca de oito pessoas. O conjunto de vagões é construído para parecer feito de ferro maciço e seções de madeira pesada, e os interiores dos vagões são iluminados com precisão e equipados com sistemas de entretenimento de ponta para apresentar, de forma inovadora, as imagens, sons e acústica mais realistas (Doppelmayr Group, 2014).

Dentro da cabine, a decoração realista desperta a atenção de duas formas: as “janelas” que, teoricamente, concedem a visão externa (do lado de fora da locomotiva) e a segunda é a “porta da cabine” cuja tela de privacidade dá visão para os corredores do trem. De acordo com o Amusement Labs (2021), as “janelas” são na verdade telas de projeção utilizadas para exibir paisagens da viagem de King's Cross até a estação de Hogsmeade (vilarejo fictício do universo de Harry Potter). Por esta “janela”, o consumidor assiste à

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

modificação gradual do cenário. Já a “porta da cabine” é feita com painéis acrílicos opacos na porta e nas paredes opostas à janela, criando a ilusão de painéis de privacidade, mas onde a sombra da silhueta de uma pessoa pode ser vista perfeitamente. Quando o trem sai da estação, as janelas fortemente escurecidas bloqueiam quase toda a luz, auxiliando os projetores de curto alcance instalados no teto do corredor. Esses projetores lançam sombras dos personagens à medida que passam pela cabine, criando uma sensação convincente de profundidade e fazendo com que os passageiros sintam que estão testemunhando a ação bem do lado de fora da porta.

No vídeo disponibilizado pelo Theme Park Worldwide (2015) é possível observar com clareza os efeitos propostos pela tecnologia descrita no vídeo do canal Amusement Labs. Ao som da Orquestra Sinfônica de Londres, reproduzindo a trilha sonora emblemática da saga cinematográfica, inicia-se o passeio de trem e pela falsa janela é possível contemplar os cenários do centro de Londres, onde os mais atentos conseguem perceber que o céu é marcado pela presença de comensais da morte (elementos do universo de Harry Potter) e corujas que carregam cartas aos seus destinatários (no universo de Harry Potter, as corujas são utilizadas como meios de comunicação entre os bruxos). Em seguida, na porta da cabine, é possível observar a silhueta de três personagens bastante conhecidos e escutá-los conversando. Harry, Ron e Hermione dialogam casualmente sobre lanches e sobre o tempo escuro. Não coincidentemente, ao se voltar para a janela é possível ver que já é noite e que o céu está nebuloso, escuro e com raios — o que sugere um tempo ruim muito propício para criaturas das trevas como os dementadores, como são chamados na saga (Theme Park Worldwide, 2015). Sequencialmente, pela porta, é possível ver a mão de um dementador e, posteriormente, observar a emissão de uma luz prateada e a voz do herói principal da saga proferindo as palavras “*expecto patronum*” — o consumidor indiretamente participa de uma das aventuras que são tão recorrentemente apresentadas na obra cinematográfica. Voltando para a janela mais uma vez, é possível ver por ela a paisagem do castelo de Hogwarts que talvez seja a imagem mais aguardada durante todo o trajeto. Também é possível ver outro personagem familiar: Hagrid, o meio-gigante, sobrevoando os céus e acenando para os viajantes. Após isso, são apenas mais alguns segundos de viagem até chegar à estação de Hogsmeade, o destino final (Theme Park Worldwide, 2015).

A viagem dura menos de cinco minutos, mas proporciona uma experiência imersiva envolvente e bem-executada, combinando tecnologia, design e narrativa para transportar os consumidores ao mundo de Harry Potter. O reconhecimento dos símbolos mencionados como a coruja e os dementadores reforçam o *déjà-vu* do consumidor, provocando familiaridade e reconhecimento midiático. Além disso, vale destacar que embora haja esse reconhecimento, há uma ruptura com a forma tradicional de produção da mídia, já

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

que esses elementos eram reconhecidos no cinema, não num parque temático. Em vez de apenas assistir a cena, o consumidor vive a cena e se torna parte da narrativa, ainda que de forma indireta.

Considerações finais

O presente artigo teve por objetivo analisar se as telas interferiram na experiência dos consumidores de Harry Potter. Além disso, o artigo também tinha por intuito identificar possíveis relações entre a Cultura da Convergência de Jenkins (2008) com os estudos de Arqueologia das Mídias, uma vez que ambos se encaixam nos Estudos de Mídia. Para isso, foram selecionados textos teóricos e feitas análises cuidadosas das teorias. Nestas análises foram identificados pontos de diálogo que podem indicar um diálogo da teoria de Jenkins com as teorias das Arqueologia das Mídias.

O paradigma da convergência de mídia propõe um cenário de interação entre diferentes formas de mídia (Jenkins, 2008). No contexto discutido no presente artigo, não se trata de comparar a mídia cinematográfica com a experiência dos parques temáticos em termos de superioridade ou obsolescência, mas sim de reconhecer sua coexistência. Cada uma oferece uma experiência distinta: o cinema proporciona fruição narrativa audiovisual linear, enquanto o parque temático expande esse universo por meio da imersão sensorial e da presença física do espectador no espaço ficcional. Ambas as mídias contribuem, de formas diferentes, para a construção e a expansão do universo de Harry Potter, e é justamente na articulação entre elas que reside a força da franquia — como aponta Jenkins, a convergência não elimina mídias anteriores, mas as ressignifica dentro de novos ecossistemas culturais e econômicos.

Essa visão dialoga com a teoria da Arqueologia das Mídias apresentadas por Elsaesser (2018). O velho no novo; o novo no velho; topoi recorrentes e rupturas e descontinuidades. A coexistência das mídias, em específico, pode ser uma evidência da presença do velho no novo e novo no velho.

A visão de Jenkins (2008) sobre a convergência das mídias, demonstra como as novas tecnologias não só transformam a indústria da comunicação, mas também modificam as formas de interação e participação do público nas narrativas culturais. A convergência não se limita a um aspecto tecnológico, mas redefine a própria experiência de consumir e participar da cultura midiática. A perspectiva de convergência das mídias do autor pode ser uma abordagem que complementa os estudos de arqueologia das mídias.

Os parques temáticos também podem ser interpretados como um complemento da narrativa cinematográfica, uma vez que cumprem satisfatoriamente o papel de reproduzir

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

importantes cenários do filme, como o do Expresso de Hogwarts. Na recriação da icônica locomotiva, o design e a engenharia foram imprescindíveis para garantir uma reprodução fidedigna, mas as telas podem ter tido um papel essencial na modificação da experiência, pois, do contrário, seria apenas um trajeto comum. O recurso das telas permitiu o engajamento do consumidor, que foi inserido na aventura do universo mágico e teve oportunidade de contemplar paisagens que, normalmente, apenas teria a oportunidade de ver numa sala de cinema ou nos recursos de mídia de uso pessoal e doméstico, como celular, notebook e/ou televisão.

A atração do Expresso de Hogwarts pode estar associada a alguns requisitos sugeridos por Huhtamo (2013) no surgimento de um novo consumo midiático, que é a exclusão de todos os fatores de distração. Na atração, conforme explicado, os viajantes entram nas cabines e elas permanecem fechadas o tempo inteiro. A reprodução das imagens e dos sons é realizada por recursos de mídia instalados, como o projetor e as caixas de som que emitem a sinfonia da trilha sonora dos filmes. Além disso, é também possível correlacionar a experiência da atração do Expresso de Hogwarts com as câmaras escuras descritas por Huhtamo (2013), que em seu modo coletivo eram pequenas cabines, construídas em localizações pitorescas e tinha seu cenário exterior transmitido por meio de uma lente posicionada no topo da cabine, permitindo aos visitantes observarem as paisagens.

Desse modo, conclui-se que essa experiência foi apenas possível ao consumidor porque houve um movimento de continuidade da narrativa ao fim da adaptação cinematográfica e as telas tiveram um papel fundamental nisso, uma vez que do contrário, o passeio de trem seria apenas um sistema de traslado entre parques. Os filmes são recursos indispensáveis para a recriação dos cenários dos parques temáticos, podendo ser interpretado como a convergência de várias mídias em um mesmo espaço. Embora exista uma preocupação válida de Elsaesser (2018) sobre o desaparecimento do cinema, é preciso refletir sobre as novas formas de mídia que apareceram nos séculos XX e XXI. O surgimento de novas mídias, como parques temáticos, não necessariamente implica no desaparecimento de algumas ou ubiquidade de outras. Os parques temáticos podem implicar em novas formas de mídia, mas seus objetivos e funções não são os mesmos do cinema.

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

Referências

- AMUSEMENT LABS. Why This Hogwarts Express ISN'T a train!. **YouTube**. 22 mar. 2021. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=w8-ys4FQ3nw>. Acesso em 21 jun. 2025.
- ELSAESSER, Thomas. **Cinema como arqueologia das mídias**. Trad. Adilson Mendes. 1 ed. São Paulo: SESC Edições, 2018.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999
- HUHTAMO, Erkki. Elementos de Screenologia: em direção a uma arqueologia da tela. **Revista de Audiovisual Sala 206**, Vitória, n. 03, p. 1-50, 2013. Disponível em <https://periodicos.ufes.br/sala206/article/view/6228>. Acesso em 21 jun. 2025.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. Susana L. de Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- THEME PARK WORLDIOWDE. Hogwarts Express Complete Experience (Diagon Alley To Hogsmeade) - Universal Orlando. **YouTube**, 16 dez. 2014. 10:34. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=u16kKribb 4>. Acesso em 21 jun. 2025.

“DOSSIÊ “MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA”

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

FROM THE BIG SCREEN TO THEME PARKS: HOW SCREENS HAVE CHANGED THE EXPERIENCE OF HARRY POTTER FANS

Bruna Luiza Mendes Leite

Universidade Federal de São João Del-Rei(UFSJ)

bruna.luiza0147@gmail.com

15

ABSTRACT

This article aims to investigate how screens may have changed the experience of content consumers, specifically the continuity of the narrative from the Harry Potter cinematic universe to theme parks. Through scenarios that replicate the magical world portrayed in the films, the theme parks located in Florida aim to create an immersive experience for consumers and fans of the saga's content. This analysis was carried out through a multidisciplinary bibliographic review, involving the concept of Media Archaeology (Elsaesser, 2018), Screenology (Huhtamo, 2013), and Convergence Culture (Jenkins, 2008). Based on this idea, the article reflects especially on how screens and digital devices, amid their various technological transformations, have driven Convergence Culture in the world we know today.

Keywords: Media archaeology; Screenology; Convergence culture.

"DOSSIÊ "MÍDIA, IMAGEM & MEMÓRIA"

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 15	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------

DE LAS PANTALLAS DE CINE A LOS PARQUES TEMÁTICOS: CÓMO LAS PANTALLAS HAN MODIFICADO LA EXPERIENCIA DE LOS CONSUMIDORES DE HARRY POTTER

Bruna Luiza Mendes Leite

Universidade Federal de São João Del-Rei (UFSJ)

(bruna.luiza0147@gmail.com)

RESUMEN

Este artículo busca investigar cómo las pantallas pueden haber transformado la experiencia de los consumidores de contenido, específicamente, la continuidad de la narrativa del universo cinematográfico de Harry Potter hacia los parques temáticos. Mediante escenarios que replican el mundo mágico retratado en las películas, los parques temáticos ubicados en Florida tienen como propósito crear una experiencia inmersiva para los consumidores y fanáticos de la saga. Este análisis se realizó a través de una revisión bibliográfica multidisciplinaria, que involucra los conceptos de Arqueología de los Medios (Elsaesser, 2018), Screenología (Huhtamo, 2013) y Cultura de la Convergencia (Jenkins, 2008). A partir de esta idea, el artículo reflexiona especialmente sobre cómo las pantallas y los dispositivos digitales, en medio de sus diversas transformaciones tecnológicas, han impulsado la Cultura de la Convergencia en el mundo que conocemos hoy.

Palabras-clave: Arqueología de los medios; Screenología; Cultura de la convergencia.

TEMÁTICA LIVRE

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 13	n. 1	1-16
----------------------------	-------------	-------	------	------