

Harry Potter e a cultura material no *tour* de *making of* da Warner Bros¹

Mariana Castro Dias²

Resumo

O artigo aborda a cultura material do universo de Harry Potter, tendo como eixo condutor a visita da autora e uma amiga cenógrafa aos estúdios da Warner Bros., nas cercanias de Londres, onde é realizado o *tour* de *making of* dos filmes do jovem bruxo. Enquanto a autora pode ser considerada fã da série, sua amiga pouco sabe sobre o assunto. Veremos, por um lado, a museificação dos objetos e cenários e, por outro, a réplica dos objetos disponíveis para consumo na loja, que possibilita levar materialmente a experiência daquele universo para casa.

Palavras-chave: Cultura Material; Harry Potter; Cultura de fã.

1. Introdução

Esse artigo é fruto dos estudos realizados na aula de Cultura Material da Prof^a. Dr^a. Claudia Pereira, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). A decisão de ter uma vivência pessoal como pano de fundo veio da compreensão, trazida pelo curso, sobre a importância dos exemplos concretos da vida cotidiana para melhor entender as teorias nos estudos que envolvem a materialidade.

Antes de embarcar no universo do Warner Bros. Studio Tour de Harry Potter, uma pequena fundamentação sobre cultura material.

Segundo Daniel Miller, estudar a cultura material é pensar nas implicações das formas materiais para o processo cultural, sendo cultura o processo através do qual os grupos humanos constroem a si próprios e se socializam. (MILLER, 1994) Os estudos da cultura material buscam, a partir da especificidade dos objetos materiais, compreender mais sobre o humano, que é inseparável à sua materialidade (MILLER, 2007).

¹ Trabalho apresentado no XIII Póscom, de 23 a 25 de novembro de 2016, no GT 3 – Representações & Práticas de Consumo.

² Doutoranda em Comunicação Social da PUC-Rio. E-mail: mari.dias@gmail.com.

Foi bastante relevante para a compreensão de algumas questões sobre cultura material o fato de ter tido a companhia de uma amiga no *tour*, que, diferente de mim, não era fã de Harry Potter. Apesar de estarmos vendo os mesmos objetos, o significado deles era imensamente diferente para nós duas. Seu olhar, como uma arquiteta que trabalha com cenários, estava muito mais impressionado com a técnica e primor de acabamento, enquanto que o meu, ao olhar para cada objeto, era como se fosse aberto um portal para um universo pelo qual eu nutria um grande afeto, era ver materializado diante dos meus olhos o mundo mágico com o qual me relacionei a cada um dos sete livros que eram anualmente esperados e, posteriormente, também tornaram-se visualmente tangíveis a partir dos filmes. Mas lá no *tour* eles estavam fisicamente junto a mim, ganhando uma dimensão de realidade e, ao final, eu poderia até tê-los, vesti-los, prová-los... Essa diferença de experiências vividas no mesmo ambiente evidencia o aspecto relativo da cultura. Os objetos ganham significado pela cultura: por não ser fã, minha amiga não detinha os mesmos códigos que eu.

A aquisição de capital material envolve armazenar signos nos objetos e compartilhar o entendimento de suas funções, capacidades e significados (DANT, s.d.).

A formadora de valor para os objetos do *tour* é a narrativa (APPADURAI, 2010), em especial a cinematográfica, que foi a responsável pela construção dos mesmos, conferindo-lhes materialidade.

O fato de não integrar nenhuma comunidade de fãs de Harry Potter me coloca mais distante de uma experiência compartilhada de consumo. Para um membro de um desses grupos, a posse dos objetos traria inclusive *status* e os objetos adquirem grande importância na construção da sociabilidade. No meu caso, minha experiência foi mais individual, mas não de todo, tendo em vista o número de pessoas para o qual mandei depois minha foto voando na vassoura, pelo *whatsapp*, ou até o fato de estar escrevendo esse artigo, por exemplo. Segundo McCracken, o consumo nunca é individual, sempre mantém relações com um grupo (MCCRACKEN, 2003).

Para não partir do pressuposto de que a obra da escritora britânica de ficção J. K. Rowling e que a saga de Harry Potter dispensam apresentações, poderíamos resumir que a autora consagrou-se pelos seus sete livros que compuseram a vida do bruxo Harry Potter em seus sete anos acadêmicos em Hogwarts, escola interna de magia e bruxaria, e as batalhas contra as forças malignas do Lord Voldemort.

Os livros tiveram adaptações cinematográficas realizadas pela Warner Bros. A experiência do universo de Harry Potter também ganhou a complementação de outros livros, da plataforma digital *Pottermore*, de atrações nos parques da Universal Studios, da visita aos estúdios da Warner, além de ter inspirado milhares de *fanfictions* e projetos humanitários como a HP Alliance. E já existe um novo longa sendo preparado, alimentando o desejo de conteúdo dos fãs. A cultura material de Harry Potter alarga-se ainda a uma série infindável de itens, que incluem, entre outras coisas, roupas, varinhas, cadernos, guloseimas, material esportivo de Quadribol (*Quidditch* no original), que não apenas remetem à série, mas são iguais aos consumidos pelos personagens.

Convém destacar algumas diferenças da experiência do *tour* nos estúdios para as atrações de Harry Potter nos parques da Universal Studios, onde o universo é recriado para que o visitante se sinta dentro dele. No caso dos estúdios, estão presentes os objetos e cenários originais desenvolvidos para as gravações do filme e as pessoas vão tendo acesso a eles em uma ordenação que segue mais o formato de um museu e os objetos são classificados e contextualizados nos cenários, agrupados nas atividades da produção cinematográfica ou dispostos em *displays* no centro de um grande galpão. No parque, a magia está mais relacionada à imersão no universo, enquanto no estúdio, é a magia do cinema que constrói esse universo. Até na vivência de vôo na vassoura, ou no carro dos Weasley, você sobe nesses aparatos mas o fundo é um cromaqui, sendo a tela onde a composição se completa e você se vê com o fundo. No entanto, ambas experiências poderiam ser classificadas como um “consumo de experiência” que permite a imersão no universo do filme. Veremos mais sobre essa definição no fim do artigo.

Vamos agora à experiência nos estúdios da Warner Bros.

2. Tudo começa com um passaporte

Na fila de compra de bilhete, um passaporte para o universo de Harry Potter era entregue. Eu estava na fila, animada para receber o meu, até que a minha amiga me disse: “Você não notou que só as crianças recebem o passaporte?”. Olhei em volta, ela estava certa! Só as crianças tinham recebido o passaporte e eu nem tinha notado essa diferenciação. Fui tomada por uma frustração, mas logo lembrei que estava com o meu próprio passaporte, poderia estampar lá mesmo os diferentes selos “expedidos” por

máquinas presentes nos pontos marcados em um cartaz. Mas logo fui novamente chamada pela voz da razão: “Não inventa! Tá maluca? Você pode ser presa, sei lá, passaporte é um documento oficial”. Aceitei então que para alguns, no caso eu, aquela experiência podia começar sem um passaporte, aqueles selos não eram assim tão importantes.

Nesse momento, como um ser civilizado, tive que manter meu autocontrole e não ceder à insatisfação provocada pelo não saciamento do desejo. O processo civilizador, conceito de Norbert Elias, destacado por Tim Dant, classificou as pessoas e separou um grupo como criança e outro como não criança e eu, pertencendo ao segundo, tive que ficar de fora da experiência (DANT, s.d.).

Depois de dar uma olhada na grande loja cheias de produtos, livros e artigos dos mais variados, iguais aos que os personagens poderiam encontrar em Hogwarts ou no Beco Diagonal, chegou a nossa vez. Entramos em uma sala com aparência de cinema, com cadeiras e uma grande tela. No vídeo exibido vemos Harry e seus melhores amigos, Ron e Hermione, ou melhor, os atores que interpretam esses personagens, compartilhando sua experiência de participar de todo o processo de gravação dos filmes, que durou mais de sete anos. Explicavam, inclusive, sobre a importância do cenário e dos objetos cênicos serem feitos de modo mais semelhante, em termos de materiais, às construções de verdade, pois diferentemente de grande parte dos filmes, eles deveriam durar durante todo esse tempo.

O fato da introdução ser feita pelos protagonistas já desperta ainda mais a relação afetiva pela experiência que está prestes a começar.

Quando o vídeo acabou, a tela subiu e por trás dela havia a porta de Hogwarts. Foi um momento emocionante. Ela foi aberta e do outro lado nos deparamos diretamente com o salão de jantar da escola, onde, além de todos os objetos e cenários, ainda tinham bonecos dos personagens principais com seus figurinos. A tela dar lugar a porta é uma metáfora muito forte do entrar no filme e foi mesmo essa a sensação que tive, acompanhada de um misto de emoção e deslumbramento. Um guia passou algumas informações e a “sala” seguinte era, na verdade, um grande pavilhão dividido em inúmeros nichos. Com um espaço semelhante ao de uma galeria de arte, o eixo condutor que geria a maior parte das divisões em diferentes nichos e determinava a ordem de exibição dos artefatos era o próprio processo filmico. Sequencialmente, todas as equipes

do filme eram representadas, explicavam sua atuação com placas, vídeos, objetos e cenários, alguns incluindo até objetos em movimento, bonecos com figurinos, mapas, projetos e a explicação de como as cenas foram feitas. A maquete de Hogwarts conta com uma sala só para ela. Fiquei muitos minutos percorrendo com o olhar todos os seus ângulos e caminhos.

Essa organização, ordem e classificação dos objetos, instaura essa narrativa de *making of* do *tour*. Para Miller, o significado dos objetos vem da ordem com a qual são incorporados, assim se estivessem dispostos de outra forma, essa narrativa sofreria modificações (MILLER, 1994).

Uma das atrações imperdíveis para os fãs é fazer o vídeo e a foto voando na vassoura ou no carro dos Weasley. Nesse momento, por conta da fila, acabei me separando da minha amiga, que preferiu ir vendo as outras salas e depois me esperar no café.

Em alguns momentos, mesmo com o aspecto mais museificado, é fácil esquecer que se tratam de objetos e cenários e nos sentirmos de fato no universo de Harry, principalmente na entrada no salão de jantar de Hogwarts e no Beco Diagonal, em que o físico compõe tão fortemente o ambiente que há momentos em que os elementos em si perdem o foco para o entorno tornar-se uma moldura do nosso ser, transformando-nos em personagens daquele espaço.

Miller destaca que é curioso que ao mesmo tempo que a fisicalidade torna algo, a uma só vez, concreto e evidente, também faz com que seja assimilado de forma inconsciente e inquestionável (MILLER, 1994).

Campbell considera uma aptidão moderna a capacidade de se criar uma ilusão que se sabe falsa, mas que se sente verdadeira. Criamos fantasias convincentes e obtemos prazer das emoções despertadas, de tal modo que reagimos a elas subjetivamente, como se fossem reais (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA et al, 2015).

Quando estava sozinha, bem no Beco Diagonal, avistei uma máquina de estampar um dos sete selos do passaporte. Sem as frases reguladoras de comportamento social da minha amiga, arrumei um papel na bolsa e fui estampá-lo gloriosa. Um guarda se aproximou de mim nessa hora, me perguntando por que eu estava estampando um papel e não um passaporte. Envergonhada, pedi desculpas e disse que não tinha um, porque só

as crianças ganhavam. Ele então tirou um passaporte do bolso e me perguntou: você quer? E me entregou enquanto eu lhe olhava, muda. Aquele ato tão singelo fez meus olhos quase se encherem de lágrimas, agradei mesmo feliz. Olhando agora parece ridículo, mas naquele momento era como conseguir o que me faltava para ter a experiência completa, fazia parte de toda a mágica.

Isso me fez refletir também sobre a importância do material naquela experiência. Assim como o passaporte, a foto ou o vídeo, são uma tentativa de salvar a memória daquela experiência. Vimos na aula como o material contribui para o não esquecimento e para que a relação com o vivido perdure no tempo.

Na loja, talvez eu tenha comprado apenas um livro falando de todo o processo do filme porque não estava junto com outra pessoa que estivesse em um êxtase semelhante ao meu e, por isso, me trazia para a razão. Cheguei a namorar os trajes da Grifinória, quase levei a varinha da Hermione e ainda fiquei olhando para os doces do Beco Diagonal enquanto se aproximava minha vez no caixa, sendo sempre acordada pela minha amiga: "o que você vai fazer com isso?" "você vai pagar isso por um sapo de chocolate!?".

A questão era que para ela, que não percebia o valor simbólico daqueles produtos, comprar qualquer uma daquelas coisas parecia uma loucura. De fato, uma varinha mágica não teria nenhum uso funcional para mim, mas essa não era uma questão de funcionalidade. Um sapo de chocolate não poderia ser avaliado segundo uma lógica econômica em comparação aos outros chocolates presentes no mercado.

Segundo Bourdieu, a loucura para uns pode ser necessidade primordial para outros. Os objetos dão sentido a um estilo de vida, fazem parte de um sistema simbólico pertencente a um capital cultural o qual minha amiga não partilha. Por isso, meu gasto parecia para ela uma pura ostentação sem sentido. Já em uma comunidade de fãs, a posse de alguns daqueles objetos poderia permitir a acumulação de capital social. Acabei por me privar desses objetos, acatando os princípios morais socialmente prescritivos pelo "sistema de necessidades" dela, uma vez que a minha necessidade não se mostrou tão primordial assim no embate (BOURDIEU, 2008).

Miller defende que uma das consequências de aplicar uma perspectiva da cultura material ao estudo do consumo tem sido a aplicação simultânea do relativismo

antropológico, de que os objetos nunca serão vistos da mesma forma por diferentes pessoas e sociedades (MILLER, 2007).

McCracken entende os bens como pontes para uma vida idealizada, acredita que a posse confere uma “condição emocional, uma circunstância social ou mesmo todo um estilo de vida” (MCCRACKEN, 2003, p.142). Os objetos nos contam não quem somos, mas quem gostaríamos de ser. Eles se relacionam com determinados significados culturais. Assim, o indivíduo tem acesso ao que ele chama de significado deslocado, que seria um ideal, representado por um deslocamento no tempo ou no espaço, para, por exemplo, um tempo em que se acredita que as coisas eram melhores, para um futuro promissor ou uma terra que ainda guarda determinadas características almejadas. Contudo, no caso da imersão no universo de Harry Potter, o deslocamento que esses bens poderiam conferir não seria relativo ao tempo ou espaço, a menos que o autor considerasse um universo imaginário como um deslocamento espacial (MCCRACKEN, 2003).

Para Giddens, quando as pessoas acumulam objetos, acumulam “ser”, uma vez que, para ele, as coisas transferem para quem as possui seu *status* ontológico (GIDDENS apud WALSH; TUCKER, 2009). Assim, ao possuir um objeto, o fã carrega consigo um pouco do universo mágico de Harry Potter e seus personagens.

Os objetos do filme foram museificados, sacralizados e suas réplicas mercantilizadas nas lojas (KOPYTOFF, 2010). O visitante tem acesso primeiro ao objeto na lógica do sagrado e, posteriormente, pode comprar sua versão profana. A aura criada durante a experiência do *tour* estimula a compra posterior.

No caso não é o mesmo objeto que sai e entra no estado de mercadoria, como no fluxo observado por Kopytoff em *A biografia cultural das coisas* (KOPYTOFF, 2010), mas o objeto que fazia parte da arte do filme sai desse contexto, sofrendo um desvio, e passa a ser auratizado como objeto em exposição, enquanto que uma réplica fiel do mesmo é transformada em mercadoria.

Quando você museifica algo lhe confere um valor histórico e, ao mesmo tempo, garante a sua preservação para que um público mais amplo tenha acesso a ele, incluindo futuras gerações, conferindo longevidade aos objetos.

E quando um fã compra um objeto, ele poderia, por exemplo, passar para seu/sua filho/a no futuro. Esse fato poderia reforçar os laços familiares, não no sentido da passagem dos objetos pertencentes a clãs (MILLER, 1994), mas de afeição e partilha simbólica do universo de Harry Potter, incentivando a identidade da criança como fã também, assim como muitos pais fazem ao colocar roupas de times nos bebês.

Considerando que a experiência relatada poderia ser considerada como um ato de consumo de experiência, gostaria de trazer a definição desenvolvida em artigo pelo PECC, Programa de Estudos em Comunicação e Consumo Academia Infoglobo/PUC-Rio (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA et al, 2015).

...“consumo de experiência” é uma prática de consumo que implica necessária e simultaneamente os seguintes pressupostos: (1) um espaço concreto, cujo acesso pressupõe, necessariamente, alguma espécie de “preço”, e é intencionalmente preparado para que ele vivencie sensações, emoções e impressões dentro de um tempo delimitado e pontual; (2) uma preparação ritualizada anterior; (3) uma narrativa, fragmentos dela ou alguma referência previamente conhecida; (4) a participação consensual do indivíduo ou do grupo, uma espécie de acordo tácito entre os participantes com relação à suspensão da descrença e aos aspectos lúdicos, mágicos ou imaginados que serão, naquele espaço, apresentados como “simulacro”; (5) o deslocamento de significados subjetivamente experimentado; e, finalmente, (6) que tal repertório dotado de significado tenha total correspondência com a narrativa de origem. A diferença entre o “consumo de experiência” e a “experiência do consumo” reside, principalmente, em que o primeiro pressupõe a total imersão do indivíduo em um ambiente alusivo a uma memória anterior e ao deslocamento do significado de identidades, objetos, ambientes, entre outros elementos constitutivos do mundo real. O gatilho da experiência emocional proporcionada, intencionalmente, pelo “consumo de experiência”, depende do reconhecimento, por parte do indivíduo ou do grupo, da complementaridade fidedigna dos elementos que materializam tal experiência e de sua correspondência com o imaginário previamente construído. O “consumo de experiência”, ainda que possa ser vivenciado coletivamente terá, sempre, um caráter subjetivo.” (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA et al, 2015)

Considero que o *tour* nos estúdios da Warner satisfaz todos esses pontos. (1) O estúdio é um espaço concreto que foi preparado minuciosamente para receber este *tour*, feito mediante agendamento e ingresso. (2) Antes de entrar pela porta de Hogwarts vemos um filme introdutório, onde é feita uma preparação para a experiência conduzida pelos próprios protagonistas. (3) O sentido dos objetos presentes no espaço é dado por um conhecimento prévio da narrativa. (4) O indivíduo consente em participar. (5) Os visitantes vislumbram o processo de produção do filme, estando no próprio *set* de

filmagem, com seus objetos auratizados, e muitas vezes se sentindo no próprio universo de Harry Potter. (6) Há uma total correspondência dessa experiência com a narrativa de origem e com a premissa de um *making of*, do entendimento do processo de produção do filme.

Toda a experiência é minuciosamente planejada, a fim de que o consumidor se engaje com o universo narrativo, a partir dos conceitos tanto de imersão quanto de extratabilidade. A imersão, durante a experiência do *tour*, momento em que entra dentro da narrativa do *making of* dos filmes e a extratabilidade, na loja, onde ele pode levar algo da história para seu cotidiano. A sensação trazida pela primeira é a de “estar” dentro do universo e quanto mais conhecimento a pessoa tiver sobre ele, ou mais elementos a experiência oferecer, mais será a possibilidade de ir mais a fundo naquela narrativa. A imersão pode acontecer no sentido figurado, ou no literal, como no caso do *tour* ou das atrações dos parques temáticos. Na extratabilidade, o fã apropria-se de algo daquele universo para levar ao seu mundo, o que poderia acontecer com a maioria dos artigos presentes na loja, como as varinha e os sapos de chocolate, ou pela prova da cerveja amanteigada (JENKINS, 2011b).

Para construir as atrações dos parques da Universal Studios, os projetistas e diretores de arte do parque trabalharam junto aos diretores de arte dos filmes. A elaboração cuidadosa e detalhada permitiu que o conceito de imersão fosse bem explorado, mas também lá se preocuparam com o conceito extratabilidade, ao permitir as provas de cerveja amanteigada e a compra de varinhas na loja Ollivander’s, entre outras atividades (JENKINS, 2011a).

Em ambos os conceitos acima, definidos por Jenkins, há uma interação material, que é o encontro da materialidade do corpo das pessoas, incluindo a mente e a imaginação, com a materialidade dos objetos. O capital material dos objetos é apreendido pela relação que estes estabelecem com nosso corpo. Essa noção de capital material permite aos objetos adquirirem valores emocionais, simbólicos e motores, que são frutos da cultura e do uso pessoal e podem mudar de acordo com o momento e as transformações sociais (DANT, s.d.).

3. Conclusão

É por conta da materialidade – dos objetos, da cenografia, e dos figurinos – que é possível existir a experiência do *tour* do *making of*.

Muitas das descrições literárias partiram do material. Na hora de fazer a adaptação cinematográfica, as descrições literárias inspiraram a materialização feita pelas equipes do filme. Essa materialidade em objetos e cenários é exibida em formato de museu no *tour* e, posteriormente, é possível comprar uma réplica de alguns desses mesmos objetos.

É curioso que, até na vida real, o que tem relação com o universo de Harry Potter sofreu transformações, como a estação Londrina King's Cross, local onde os alunos pegam o expresso para Hogwarts, que ganhou uma “nova plataforma”; a cadeira em que sentou J. K. Rowling, que foi leiloada rendendo uma grande quantia, ou mesmo uma cidade como Edimburgo, que teve novos pontos de interesse inseridos em seu *walking tour*, por conta de terem inspirado a autora. Alguns túmulos do cemitério foram singularizados e ressignificados, por terem dado origem a nomes de personagens, inclusive Thomas Riddle, pai de Tom Riddle, nome de nascimento de Voldemort.

Vimos que os objetos reúnem valores e significados e que a materialidade tangibiliza corporalmente uma experiência antes abstrata.

O *tour* nos permite a imersão no universo mágico do cinema de Harry Potter e, depois de entrarmos em contato com toda essa experiência material, ainda podemos levar conosco réplicas dos objetos, ou lembranças físicas, como o passaporte ou fotografias na vassoura, prolongando a experiência vivida para além daquele momento.

Referências

APPADURAI, Arjun. Introdução: Mercadorias e a política do valor. In: APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2010, p. 15-87.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk, 2008, p. 350-370.

DANT, Tim. Materiality and society. In: *British Journal of Sociology*, Vol. 57 (2): 289-308. Disponível em <http://core.ac.uk/download/pdf/71307.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2016.

JENKINS, Henry. Now Available: Transmedia Hollywood 2 Videos. *Confessions of an Aca-Fan: the Official Weblog of Henry Jenkins*, 1 julho 2011a. Disponível em

http://henryjenkins.org/2011/07/transmedia_hollywood_2_videos.html. Acesso em: 20 jan. 2014.

_____. Transmedia 202: Further Reflections. *Confessions of an Aca-Fan: the Official Weblog of Henry Jenkins*, 1 ago. 2011b. Disponível em:
<http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html>. Acesso em: 20 jan. 2014.

KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2010, p. 89-121.

MCCRACKEN, Grant. *Cultura & Consumo*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2003. (Parte III: Prática, 123-173).

MILLER, Daniel. Artifacts and the meaning of things. In *T. Ingold* (ed.), *Companion Encyclopedia of Anthropology*, London: Routledge, p. 396-419. Disponível em <http://metafactory.ca/ant325/wp-content/uploads/2014/09/Miller2002.pdf>

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. In: *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007. Acesso em: 12 jul 2016.

PEREIRA, Cláudia; SICILIANO, Tatiana; ROCHA Everardo; BELEZA, Joana; BERALDO, Beatriz; BRAVO, Cristina; BOESCHENSTEIN, Livia; TULER, Caroline; GONÇALVES, Ana Paula. Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: Uma discussão conceitual. São Paulo: PPGCOM ESPM / Congresso internacional de comunicação e consumo - COMUNICON, 2015.

WALSH, Neil; TUCKER, Hazel. Tourism ‘things’: The travelling performance of the backpack. In: *Tourist Studies* - December 2009 - vol. 9 no. 3 223-239. Disponível em <http://tou.sagepub.com/content/9/3/223>. Acesso em: 10 jul 2016.

WARNIER, Jean Pierre. A praxeological approach to subjectivation in a material world. In: *Journal of Material Culture* - March 2001 - vol. 6 no. 15-24. Disponível em <http://mcu.sagepub.com/content/6/1/5>. Acesso em: 8 jul 2016.