

## ***Wizarding World Book Club: o laço social no clube do livro de Harry Potter no Facebook***<sup>1</sup>

Vanessa Coutinho MARTINS<sup>2</sup>  
Cláudia de Albuquerque THOMÉ<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

### **RESUMO**

A literatura vem sendo consumida de forma específica, onde o físico e o digital se mesclam através da multiplicidade de assuntos que se distribuem através das redes. A partir disso, o presente artigo procura analisar o laço social no clube do livro de Harry Potter, que ocorreu no ambiente virtual e foi criado em comemoração aos vinte anos de lançamento do primeiro livro da saga; buscando entender como as postagens no Facebook reforçam tal conceito na ótica de Recuero (2009). Sendo assim, o estudo realizado possui caráter qualitativo fazendo uso da metodologia da análise de conteúdo de Bardin (2004), que permitiu a compreensão das características das conversações desses leitores no Facebook.

**PALAVRAS-CHAVE:** clube do livro; cultura digital; fãs; laço social; redes sociais

### **J.K. ROWLING E A SAGA HARRY POTTER**

J. K. Rowling tornou-se mundialmente famosa pela saga Harry Potter, que apresenta um universo altamente lacunar que convida o leitor à criação. Ainda que a saga seja mundialmente famosa e objeto de pesquisas em diversas áreas, o cenário apresentado, em torno do *Wizarding World Book Club*, reforça a importância dos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do PPGCOM da UFJF, integrante do grupo de pesquisa “Narrativas midiáticas e dialogias” e-mail: [vanessacoutinhomartins@gmail.com](mailto:vanessacoutinhomartins@gmail.com)

<sup>3</sup> Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (Facom-UFJF) e do Programa de Pós-graduação em Comunicação UFJF, líder do grupo de pesquisa “Narrativas midiáticas e dialogias” e-mail: [cthomereis@gmail.com](mailto:cthomereis@gmail.com)

---

estudos sobre laço social de leitores no ambiente *on-line*. A diversidade acadêmica disponível sobre a saga também comprova o quanto ela ultrapassou a limitação de seu suporte original (impresso) e tem se mostrado relevante para o entendimento de práticas sociais e comunicacionais em rede. Diante disso, a intenção desta pesquisa não é a quantificação de comentários e compartilhamentos gerados e sim a análise de conversação.

Ao projetarmos o panorama de enfoque, é de suma importância o fornecimento de informações sobre as características literárias da autora e de suas obras. Suas narrativas começam leves e com poucos acontecimentos, focando na descrição dos cenários, na apresentação das personagens, e, conforme avança, seu ritmo acelera, trazendo reviravoltas e finais surpreendentes. Os elementos utilizados por ela na descrição física e psicológica de seus personagens podem gerar uma relação de identificação ou afeto e até mesmo certa intimidade.

As possibilidades que as redes sociais digitais oferecem à construção de múltiplos roteiros transformaram, há muito, as práticas de consumo dos leitores, que se adentraram às telas eletrônicas, “num momento em que as narrativas se adaptam a diferentes modalidades de transmissão, deslizando de um meio para outro” (FIGUEIREDO, 2010, p. 43), permitindo que, dessa forma, o leitor se aproprie e amplie o trabalho original buscando novas possibilidades no ciberespaço ainda que a narrativa original tenha apresentando um fim. Essas transformações reconfiguraram o sistema literário onde autores, textos e leitores já não são mais os mesmos.

A convergência modificou o público, o conteúdo e meio. De acordo com Klink (2011, apud Jenkins; Ford; Green, 2014) os fãs podem ser motivados a fazerem contribuições em conteúdos por muitas razões e apenas algumas delas são relacionadas a motivos financeiros, uma vez que esses fãs não devem nada aos criadores, apenas doam seu tempo e contribuição espontaneamente buscando ganhar reconhecimento, influenciar a cultura e expressar ideias e pensamentos pessoais.

---

Os fãs de Harry Potter apresentam comportamento participativo e colaborativo na rede em vários aspectos relacionados à saga, gerando contribuições à comunidade como um todo. Seguindo nessa direção, “as indústrias de mídia compreendem que a cultura está se tornando mais participativa, as regras estão sendo reescritas e que os relacionamentos entre produtores e seus públicos estão em fluxo.” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 63) Partindo dessa premissa, submetemos o *site* Pottermore a uma análise que se apresenta bastante necessária para que tracemos um percurso assimilativo até a chegada da análise do objeto de estudo em questão; afim da verificação da criação de novas narrativas pelos usuários e o entendimento dos aspectos que atrelam os participantes na mesma comunidade.

## **O POTTERMORE E A EXPERIÊNCIA CONTINUADA DO LEITOR**

Pottermore<sup>4</sup>, juntamente com seu site irmão WizardingWorld.com, é o coração digital do Mundo Mágico de Harry Potter. Lançado em junho de 2011, o site fornece várias informações sobre a saga incluindo conteúdos novos e recursos para os fãs desse universo, e apresentando características de, como cunhou Figueiredo (2010, p. 13), “diluição das fronteiras entre autores e públicos.” O *site* funciona como uma extensão do universo ficcional criado pela autora como forma de preenchimento de possíveis lacunas deixadas na narrativa e como forma de inserção de novos conteúdos e entretenimento. “Quando o autor expande a história para incluir múltiplas possibilidades, o leitor adquire um papel mais ativo.” (MURRAY, 2003, p. 50)

O *site* oferece possibilidades de experiências, como por exemplo, ser selecionado para uma das casas de Hogwarts<sup>5</sup> e descobrir o seu Patrono<sup>6</sup>, além de diversas informações extras fornecidas diretamente por J.K. Rowling. Esses conteúdos

---

<sup>4</sup> Site: [www.pottermore.com](http://www.pottermore.com). Acesso em 27/06/2019

<sup>5</sup> Hogwarts é o nome da escola de magia e bruxaria do Reino Unido, criada por J.K. Rowling, que é dividida em quatro casas: Grifinória, Sonserina, Corvinal e Lufa-Lufa. (em inglês Gryffindor, Slytherin, Ravenclaw e Hufflepuff) As casas são como subdivisões por aptidão e personalidade de cada estudante bruxo.

<sup>6</sup> Patrono (em inglês Patronus) é um feitiço que, quando executado corretamente, obtém a forma de um animal prateado, de aspecto único para cada bruxo.

estão sujeitos a sofrerem outros deslizamentos para outras fontes variadas como *blogs*, *sites* pessoais, e expostos a remixagens e adaptações pelos usuários.

Diferentes escolhas tecnológicas, então, podem formatar o uso dado pelo público ao conteúdo da mídia, facilitando alguns e limitando outros, mas as tecnologias nunca poderão ser projetadas para controlar de maneira absoluta como o material é distribuído dentro de determinado contexto social e cultural. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 66)

Dessa forma, podemos pensar como o leitor veio sofrendo mudanças proporcionadas também, pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e qual a importância de tais tecnologias no armazenamento, produção e distribuição de conteúdo e sua importância no processo de desenvolvimento de uma cultura digital.

O Pottermore veio sofrendo alterações durante os anos. Dentre essas várias alterações, devemos destacar a criação de uma página interna no *website* para a inserção das informações do *Wizarding World Book Club*, clube do livro de Harry Potter, que será descrito mais detalhadamente no próximo tópico deste artigo.

Figura 1: Print da capa do *Wizarding World Book Club*



Fonte: [www.hannahthompson.com.uk](http://www.hannahthompson.com.uk) Acesso em: 19/05/2019

Em 11 de maio de 2019 os fãs cadastrados no Pottermore receberam um e-mail informando sobre mais uma mudança, que ocorreu em 15 de maio de 2019, em que todos os artigos, *quizzes* e informações foram transferidos para o *site* [wizardingworld.com](http://wizardingworld.com) - uma *joint venture* entre Pottermore e Warner Bros. Nessa

---

transferência, a página interna do *Wizarding World Book Club* não foi incluída e o acesso às informações do *Book Club* se limitou aos arquivos no Twitter e Facebook.

### **WIZARDING WORLD BOOK CLUB EM FOCO**

O *Wizarding World Book Club* foi um clube do livro de Harry Potter, grátis e *on-line*, lançado em 19 de junho de 2017, com duração de um ano, em comemoração ao aniversário de 20 anos de lançamento do primeiro livro da saga - Harry Potter e a Pedra Filosofal [*Harry Potter and the Philosopher's Stone*]. A empresa Pottermore convidou antigos e novos fãs de Harry Potter, por meio de convites em suas redes sociais e *e-mails* aos usuários cadastrados no *site*, a embarcar na jornada de leitura (ou de releitura) de todos os livros da saga como forma de uma grande celebração. De acordo com o *site*, o objetivo central era celebrar os livros de Harry Potter através da leitura em conjunto como uma comunidade *on-line* global.

Para fazer parte do clube do livro, o usuário precisava criar uma conta no pottermore.com e ter acesso aos livros virtualmente ou fisicamente além de possuir uma conta no Twitter. O debate acontecia às sextas-feiras às 16h BST (Horário de Verão Britânico) na conta @wwbookclub, sendo uma leitura guiada, onde os livros e capítulos semanalmente abordados eram indicados no *site* apresentando as divisões de temas a serem discutidos com perguntas elaboradas pelo próprio *Book Club* na conta do Twitter.

Os temas propostos para o livro Harry Potter e a Pedra Filosofal, objeto de análise dessa pesquisa, foram: Bem-vindo ao *Wizarding World Book Club*, Mundo Mágico e Trouxa<sup>7</sup>, Primeiras Impressões, Educação, Amizade e Heróis e Vilões. Tais temas podem ser ponderados como uma reflexão guiada por pontos centrais através de uma jornada pelos livros e poderiam ser pensados como Murray (2003) propõe as experiências literárias: como um espaço seguro para que nos confrontemos com sentimentos perturbadores que, de outro modo, preferiríamos suprimir; e que reconheçamos nossas fantasias mais ameaçadoras sem que sejamos paralisados por elas.

---

<sup>7</sup> Trouxa: aquele que não é bruxo

---

Em suma, para ter uma experiência completa, o fã/leitor precisava deslizar do livro para o *site* e do *site* para as redes sociais (não necessariamente nessa ordem), apresentando características de ubiquidade. “É ubíquo porque está continuamente situado nas interfaces de duas presenças simultâneas, a física e a virtual, interfaces que reinventam o corpo, a arquitetura, o uso do espaço urbano e as relações complexas nas formas de habitar.” (SANTAELLA, 2013, p. 277)

Na presente pesquisa, esses leitores usuários da rede são considerados como atores, nos termos de Recuero (2009, p. 25)

os atores são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais.

Mesmo a saga sendo detentora de grande sucesso, o Pottermore, com uma política de anti *spoilers*, se comprometeu a não revelar nada, por meio da página interna do *Book Club* ou das redes sociais, que compromettesse a experiência dos leitores que estavam lendo os livros pela primeira vez, alegando que a jornada do *Book Club* foi projetada para leitores iniciantes. Uma forma de garantir o crescimento no número de fãs engajados que acabam, mesmo sem perceber de imediato, envolvidos no “Mundo Bruxo” criado pela autora. É uma estratégia mercadológica e, ao mesmo tempo, uma experiência de literatura expandida na rede, de forma estimulada e também colaborativa.

### **O BOOK CLUB NO FACEBOOK**

Os fãs e leitores que não possuíam uma conta no Twitter poderiam acompanhar os temas propostos no pottermore.com ou interagir, parcialmente, no Facebook da marca sem a necessidade de criação de uma conta no Twitter. Tal atitude poderia provocar nos leitores um sentimento de pertencimento e um estímulo a mais para o engajamento. “Cada vez mais o ritmo vertiginoso das inovações de ordem tecnológica diminui a distância entre criador e público.” (FIGUEIREDO, 2010, p. 66)

Figura 3<sup>8</sup> : Convite à interação das discussões pelo Facebook



Fonte: <https://www.facebook.com/pottermore/>. Acesso em 01/06/2019

Os conteúdos relacionados ao *Book Club* eram postados juntamente com outros conteúdos no Facebook, criando uma experiência diferente para os leitores do que a experiência no Twitter, já que a empresa criou uma conta específica para o evento no Twitter. O laço criado no Facebook, durante a conversação em rede, é o enfoque desta pesquisa e, segundo Recuero (2009, p.38)

é a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Ele é o resultado, deste modo, da sedimentação das relações estabelecidas entre agentes. Laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no tempo e através da interação social.

A conversação em rede “[...] surge de milhares de atores interconectados que dividem, negociam e constroem contextos coletivos e interação, trocam e difundem informações, criam laços e estabelecem redes sociais.” (RECUERO, 2014, p.19)

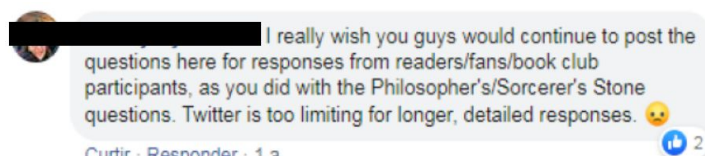
Os sites de rede social possuem características de interação e funcionamento distintas, mas possuem um ponto em comum. De acordo com Jenkins, Green e Ford (2014, p. 91) “Os usuários que geram conteúdo *on-line* estão frequentemente interessados em expandir sua própria audiência e reputação.” Podemos encontrar várias

<sup>8</sup> Tradução livre: “ Entrou para o *Wizarding World Book Club* essa semana? Se você não tem uma conta no Twitter não entre em pânico! Você pode participar das discussões aqui mesmo. Basta adicionar seus comentários para cada postagem abaixo. Esta semana vamos apresentá-lo ao clube e na sexta feira, dia 30 de junho, estaremos iniciando a primeira discussão relacionada ao livro a Pedra Filosofal.”

pistas dessa afirmação ao analisarmos a conversão em rede em questão. Uma análise mais aprofundada sobre as impressões postadas por esses usuários é feita no próximo tópico deste trabalho.

A proposta inicial do Pottermore era de que, caso o leitor não possuísse uma conta no Twitter para participar das discussões, pudesse interagir nas postagens que seriam colocadas também no Facebook. Não foi o que realmente aconteceu, e, a partir do segundo livro, *Harry Potter e a Câmara Secreta* [*Harry Potter and the Chamber of Secrets*], *posts* relacionados ao clube do livro foram limitados aos introdutórios dos temas semanais e aos relacionados a conteúdos extras do *site* com *links* direto para o conteúdo do *site*. Essa decisão não agradou a todos e um usuário chegou a pedir que o Pottermore voltasse com o conteúdo completo no Facebook alegando que o Twitter não era adequado para tal evento pela sua limitação de caracteres, restringindo respostas detalhadas.

**Figura 4º: fã insatisfeita com o término das postagens no Facebook.**



Fonte: <https://www.facebook.com/pottermore/>. Acesso em 01/06/2019

Sabemos que o quesito quantidade de caracteres não é um empecilho para criação de conteúdos extensos no Twitter graças ao *thread*<sup>10</sup>, mas a ruptura repentina desse elo com o usuário do Facebook, deixando um contato “incompleto” com os fãs, pode enfraquecer os laços na rede.

Os laços sociais também podem ser fortes ou fracos. De acordo com Granovetter (1973, p. 1. 361), “a força de um laço é uma combinação (provavelmente linear) da quantidade de tempo, intensidade emocional,

<sup>9</sup> Tradução livre: “Eu realmente gostaria que vocês continuassem a postar as perguntas por aqui para os leitores/ fãs/ participantes do clube do livro, como vocês fizeram com as perguntas da Pedra Filosofal. O Twitter é muito limitado para respostas longas e detalhadas.”

<sup>10</sup> *Thread* é uma sequência de *tweets* conectados a um mesmo usuário.



---

intimidade (confiança mútua) e serviços recíprocos que caracterizam um laço”.  
(apud RECUERO, 2009, p. 41)

Diante disso, o recorte desta pesquisa tem por foco a análise de comentários de 28 postagens na página do Pottermore no Facebook, de 05 de maio de 2017 a 28 de julho de 2017, analisando os comentários apontados como “Mais relevantes”<sup>11</sup> de maneira a recolher informações mais pertinentes para sanar o problema de pesquisa apresentado. As postagens consistiam de perguntas elaboradas pelo Pottermore para que os usuários pudessem refletir e interagir tendo os temas semanais como orientação. Houve uma interação estimulada; uma simulação que ora testava o quanto o fã sabe e conhece a saga, e ora queria saber a opinião, como se fosse um amigo puxando conversa de uma forma mais íntima; criando uma sensação de pertencimento.

Para o desenvolvimento desta pesquisa, foi necessário salvar, além das imagens das postagens enquadradas no recorte, os comentários das mesmas. Para isso, utilizamos o *Full Page Screen Capture*<sup>12</sup>, uma ferramenta de captura de tela que, ao ser instalada, se incorpora ao navegador do computador do usuário. Além disso, para o acompanhamento dos temas semanais propostos ser realizado de forma ampla e adequada, visitas ao *site* foram necessárias. Como mencionado anteriormente, as informações da página interna do clube do livro não se encontram mais no ar.<sup>13</sup> Porém, essas informações foram salvas anteriormente em vídeo<sup>14</sup> e o desenvolvimento da pesquisa pôde ser feita de forma apropriada.

Segundo Marlow apud Rieder (2019, p. 2) o Facebook é o instrumento mais poderoso para estudar a sociedade humana.<sup>15</sup> Diante do apresentado, a análise deste

---

<sup>11</sup> Dentre os critérios para esse filtro criado pela rede, estão comentários com maior número de curtidas e respostas.

<sup>12</sup> Link para download da ferramenta disponível em: <http://twixar.me/l3Dn>. Acesso em 22/06/2019

<sup>13</sup> As informações referentes ao clube do livro saíram do ar em 15/05/2019, período de transição dos conteúdos para o *site* [wizardingworld.com](http://wizardingworld.com), como informado anteriormente.

<sup>14</sup> Aplicativo de captura de tela em vídeo utilizado: *aTube Catcher*. Disponível em: <https://atube-catcher.br.uptodown.com/windows>. Acesso em: 22/06/2019

<sup>15</sup> Tradução nossa. No original: “Facebook is the world's most powerful instrument for studying human society”

---

estudo se mostra relevante de forma a agregar conhecimento aos estudos de leitura e conversação em rede de leitores.

### **POTTERHEADS<sup>16</sup> E O LAÇO SOCIAL: UMA ANÁLISE**

Segundo Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse , 1999 “Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores e suas conexões.” (apud Recuero 2009, p.24) Para a contextualização e resposta ao problema proposto, os elementos da amostra foram selecionados conforme apresentaram características necessárias para a observação. Observamos a conversação em rede e realizamos codificações de forma a categorizar as postagens selecionadas a partir de contextos conversacionais. As categorizações encontradas e selecionadas foram as seguintes: resposta descontextualizada da pergunta, resposta Sim/Não, resposta com marcação de amigo, apenas marcação de amigo, resposta com contexto pessoal.

É importante mencionar que um mesmo *post* pode se enquadrar em mais de uma categoria, já que o leitor, configurado ubíquo, responde a uma pluralidade de estímulos em um ambiente complexo, por meio de multitarefas (SANTAELLA, 2013), o que reflete em uma complexidade da rede e das relações entre os atores e nos mostra o quão importante é a sua análise. Pensar em rede não é apenas pensar na rede, mas sobretudo pensar a comunicação como lugar de inovação e do acontecimento, daquilo que escapa ao pensamento da representação, de forma que a comunicação se torne além das tecnologias e fundamento. (PARENTE, 2013)

Fazendo uso da metodologia de análise de conteúdo, de L. Bardin (2004), identificamos elementos com características que passam pela interação social, que se encontra dentro do conceito de laço social conforme indica Recuero (2009).

O primeiro aspecto que nos chama atenção na análise são características que indicam que tais “laços sociais na Internet, muitas vezes, são laços que também são mantidos *off-line*.” (Ibid., p. 44) Quando, por exemplo, identificamos um ator marcando

---

<sup>16</sup> Aquele ou aquela que é fã de Harry Potter

outro para que ele veja certo conteúdo e sua relação com o mesmo aparentemente não se resume ao *on-line* apenas.

Figura 5: exemplo laço além do *on-line*



Fonte: facebook.com/pottermore. Acesso em 01/06/2019

O envolvimento da empresa na conversação se apresenta evidente em várias postagens, principalmente nas primeiras de forma a gerar aderência e engajamento dos atores durante o período da ação; uma forma dos participantes se sentirem importantes e que sua presença e contribuição realmente importa no contexto. Podemos encontrar várias situações de interações entre fãs e a empresa, principalmente nos *posts* com o tema “Bem-vindo”, que funcionou com uma espécie de aquecimento para o clube do livro.

A ambição de envolver o consumidor como parceiro e fã de determinada marca, produto ou serviço está presente com maior ou menor grau de transparência na comunicação mercadológica atual, tornando indispensável problematizar a participação dita “espontânea” nas redes sociais. (CASTRO, 2012, p. 134)

Dentre essas interações, encontramos em grande quantidade comentários de *Potterheads* em situações contendo histórias de vida e a importância que a saga teve em suas vidas, e o envolvimento não só do Pottermore na conversação, mas também de outros usuários, abrindo caminho para a subjetividade. “É só no domínio dos arranjos coletivos que a subjetividade pode inventar arranjos singulares, pois ‘a verdadeira

---

individualização passa pela invenção de reciclagem ecomental.’ [...] Ela não existe de maneira autônoma.” (SANTAELLA, 2010 p. 290).

Essa é uma característica de relações em condições participativas, que incentivam o envolvimento e exposição de assuntos pessoais, que talvez não teríamos abertura para tratar com pessoas próximas. “As histórias que são contadas em formatos participativos nos envolvem de uma maneira diferente daquelas às quais assistimos ou ouvimos.” (MURRAY, 2003, p. 9)

Outro aspecto interessante encontrado foi o envolvimento do Pottermore em conversações com alto índice de engajamento entre os atores. “O melhor caminho para alcançar qualquer pessoa em uma comunidade é achar as poucas pessoas proeminentes que influenciam a maioria dos membros” (Jenkins; Ford; Green, 2014, p. 114). Em um contexto de rede, as pessoas exercem graus variados de influência. Os usuários recebem informações de várias fontes, no entanto, a influência depende do assunto, de quem fala e de uma variedade de outros fatores. É claro que existem formadores de opinião, mas quem são esses formadores de opinião pode mudar substancialmente de uma situação para outra. (ibid.,2014)

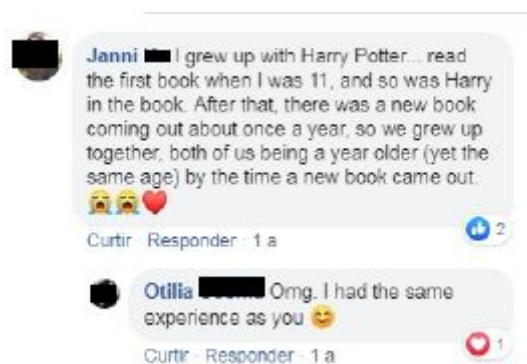
Segundo Recuero (2009, p. 37), “as relações não precisam ser compostas apenas de interações capazes de construir, ou acrescentar algo. Elas também podem ser conflituosas ou compreender ações que diminuam a força do laço social.” Durante a análise da presente pesquisa, encontramos exemplos de usuários discordando sobre determinado tipo de questão e que se sobressaíam em amplas discussões, gerando um clima tenso naquele ambiente. A complexidade das ações que desenvolvemos cotidianamente nas redes digitais, conectados a dispositivos, bancos de dados e às demais pessoas, que por sua vez também estão conectadas da mesma forma, resulta na improbabilidade de se pensar em um único ator como o promotor principal dessas ações. (DI FELICE, 2017) A intenção desta pesquisa, no entanto, não é de tentar identificar a origem de tais desdobramentos, mas sim, buscar um entendimento dessas relações na conversação em rede.

Nesse complexo e interdependente âmbito ecossistêmico-informativo digital, em lugar de tentar desvendar atores protagonistas e construir hierarquias para interpretar a origem da ação, provavelmente pode ser útil mudar de atitude e direcionar nossa atenção para além da busca da ordem e dos princípios geradores [...] (DI FELICE, 2017, p. 14)

As características desses leitores, imersos na narrativa transmídia de Harry Potters, se mostram mais evidentes nas conversas construídas no ambiente em rede. O percurso labiríntico percorrido gira em torno das dependências entre os mesmo. Esses leitores não são relevantes de forma isolada, mas sim, dentro de um contexto pelas conexões e laços; em busca de interações e respostas nas variadas plataformas. “Para se compreender um universo transmídia, os leitores/usuários devem unir os textos dispersos nas diferentes plataformas como se fosse um quebra-cabeça.<sup>17</sup>” (SCOLARI, 2016). O usuário pode então, fazer uso da interação com outros usuários para solucionar esse quebra-cabeça.

Partindo do conceito de que “a interação seria a matéria-prima das relações sociais” (ibid.,p. 31) compreendemos que o laço social entre os atores no clube do livro reforça e exemplifica a sociabilidade em rede e a construção de vínculos também por identificações pessoais.

**Figura 6<sup>18</sup>: exemplo interação por identificação de experiência**



Fonte: facebook.com/pottermore. Acesso em 01/06/2019

<sup>17</sup> Tradução nossa. No original: “Para comprender un mundo narrativo transmedia, el lector/usuario debe integrar las piezas textuales desperdigadas en diferentes medios y plataformas como si se tratara de un rompecabezas.”

<sup>18</sup> Tradução livre: ator 1: “Eu cresci com Harry Potter... li o primeiro livro quando eu tinha 11 anos e Harry tinha a mesma idade no livro. Depois disso, quase todo ano um novo livro era lançado, então nós crescemos juntos. Tínhamos a mesma idade quando os livros eram lançados.” Ator 2: “Meu Deus. Eu tive a mesma experiência que você.”

Essas identificações pessoais podem vir de usuários que não possuem qualquer conexão fora da rede, mas que compartilham de experiências e pensamentos em comum. Confirma-se que no ambiente de rede, não é a individualidade que domina, mas sim as relações coletivas e novos modelos de criação, reforçando o fato de que o leitor não é mais, há muito tempo, um coadjuvante.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante do apresentado, o laço social pôde ser percebido de forma mais profunda com o auxílio da análise de conteúdo que, por meio da categorização, organizou o material da pesquisa, proporcionando a observação de forma mais adequada a partir do problema proposto. Após a análise dos *posts* enquadrados no recorte desta pesquisa, verificamos que novas narrativas não foram criadas pelos participantes, apenas respostas às perguntas pontuais, que poderiam responder fielmente o proposto, ou apresentar conteúdos que desviavam do contexto original da pergunta e que poderiam estabelecer ligações plausíveis com atores e agradar de forma coletiva ou individual.

Assim, notamos situações em que a saga era um mote para o diálogo de assuntos mundanos, que estimulavam os laços e giravam em torno de perguntas de cunho subjetivo, e situações em que a conversa ficava em torno da saga, incentivando o aprofundamento do conhecimento da literatura. O leitor, que é ubíquo, e é estimulado por multitarefas, como afirma Santaella, faz uso dessa literatura na rede não como forma de produção de narrativa mas como álibi para se configurar em uma sala de conversa, um motivo para marcar o encontro e conversar.

Como apresentado, o clube do livro foi projetado para o Twitter. Diante dos resultados obtidos, podemos refletir sobre novos caminhos possíveis de pesquisa desse objeto, de forma a compreender de que maneira os laços e as interações no Facebook se diferem do Twitter. Um mar de possibilidades se abre então, com novos horizontes de pesquisa.

---

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3.ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

CASTRO, Gisela. Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor-fã. **Revista Fronteiras** (online), v. 14, p. 121-132, 2012. Disponível online em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2012.142.07>. Acesso em: 21/06/2019.

DI FELICE, Massimo; PEREIRA, Eliete; ROZA, Erick (orgs.). **Net-ativismo. Redes digitais e nova práticas de participação**. Campinas: Papirus, 2017

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain. **Narrativas migrantes: Literatura, roteiro e cinema**. Rio de Janeiro: Ed. PUC – Rio: 7 letras, 2010.

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

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural:Unesp, 2003.

PARENTE, André (org.). **Tramas da Rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet**. 2. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

\_\_\_\_\_. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIEDER, Bernhard. **Studying Facebook via Data Extraction: The Netvizz Application**. Disponível online em: [http://thepoliticsofsystems.net/permafiles/rieder\\_websci.pdf](http://thepoliticsofsystems.net/permafiles/rieder_websci.pdf). Acesso em: 22/06/2019.

SANTAELLA, Lúcia. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiqüidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

\_\_\_\_\_. Lúcia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

SCOLARI, C. A. Transmedia Literacy: Informal Learning Strategies and Media Skills in the New Ecology of Communication, **Revista Telos - Cuadernos de Comunicación e Innovación**, 2016, p. 1-9. Disponível em: <https://goo.gl/1KtnZD>. Acesso em 18/07/2019