revista Fronteiras – estudos midiáticos
25(1):69-83 janeiro/abril 2023
Unisinos – doi: 10.4013/fem.2023.251.06

Fandom e clubes de leitura *online*: uma análise da competência midiática dos leitores no projeto "Hogwarts, Mil Histórias"

Fandom and online reading clubs: an analysis of the media competence of readers in the "Hogwarts, Mil Histórias" project

Vanessa Martins[*] / vanessacoutinhomartins@gmail.com
Victor Henrique da Silva Menezes[**] / victormenezes@paraalemdehogwarts.com

RESUMO

Ao longo da história, clubes de leitura tiveram diversos propósitos para os integrantes e seus encontros migraram de grandes salões para o ciberespaço (Rehberg Sedo, 2003; 2011, Fuller; Rehberg Sedo, 2013). Apresentando características que levam em conta os ambientes e os interesses dos sujeitos envolvidos, encontram na ambiência digital amplo espaço para sua disseminação. Assim, este artigo tem como objetivo analisar a competência midiática de fãs e leitores de Harry Potter que participaram da primeira temporada do clube de leitura *online* "Hogwarts, Mil Histórias", projeto desenvolvido durante a pandemia da COVID-19. A competência midiática tem o propósito de auxiliar no desenvolvimento de cidadãos em seu compromisso social e cultural (Ferrés e Piscitelli, 2015). Para tal, foi aplicado um questionário em dez participantes voluntários do clube analisando as dimensões da competência midiática que estão em operação nos ambientes interacionais, a partir da proposta teórico-metodológica de Ferrés e Piscitelli (2015). Conclui-se que habilidades de ordem técnica não são um problema para os leitores participantes da pesquisa, mas a compreensão da vasta gama que engloba produções midiáticas e de seus efeitos necessita de maior desenvolvimento.

Palavras-chave:
clube de leitura; *fandom;* competência midiática; cultura participativa.

ABSTRACT

Throughout history, reading clubs have had different purposes for members and their meetings have migrated from large salons to cyberspace (Rehberg Sedo, 2003; 2011, Fuller; Rehberg Sedo, 2013). Presenting characteristics that take into account the environments and interests of the subjects involved, they find space for their dissemination in the digital environment. Thus, this paper aims to analyze the media competence of Harry Potter fans and readers who participated in the first season of the online reading club "Hogwarts, Mil Histórias", a project developed during the COVID-19 pandemic. Media competence is intended to assist in the development of citizens in their social and cultural commitment (Ferrés and Piscitelli, 2015). To do so, a questionnaire was applied to ten volunteer participants of the club, analyzing the dimensions of media competence that are in operation in interactional environments, based on the theoretical-methodological proposal of Ferrés and Piscitelli (2015). It is concluded that technical skills are not a problem for readers who participated in the research, but the understanding of the wide range that encompasses media productions and its effects needs further development.

Keywords:
reading club; fandom; media competence; participatory culture.

[*] Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Rua José Lourenço Kelmer, s/nº - São Pedro, Juiz de Fora (MG).
[**] Universidade Estadual de Campinas. Rua Cora Coralina, s/nº - Cidade Universitária, Campinas (SP).

Introdução

Com a pandemia da COVID-19, atividades que eram majoritariamente realizadas no ambiente físico foram transportadas para o *online* e tarefas rotineiras apropriaram-se da ambiência digital. Destaque para clubes de leitura das mais variadas formas que usaram a literatura para a criação de laços de afetividade em um momento de vulnerabilidade coletiva (Thomé; Martins, 2021). Porém, clubes de leitura virtuais não são uma novidade e tão pouco são um produto da pandemia já que, pelas características do meio digital, recebem pessoas das mais variadas localidades e culturas, facilitando processos de interação (Rehberg Sedo, 2003; 2011, Fuller; Rehberg Sedo, 2013).

A leitura em comunidades virtuais possui o caráter informal e, com a pandemia, o uso das mais distintas ferramentas digitais intensificou-se para suprir necessidades interacionais exclusivas do contexto presencial. Desta forma, a proposta deste artigo baseia-se na análise da competência midiática de fãs e leitores do clube de leitura "Hogwarts, Mil Histórias", um projeto que teve início em abril de 2021 e que tem como foco inicial a leitura dos romances de "Harry Potter" e a criação de *podcasts* com a reprodução parcial dos debates feitos nos encontros.

De acordo com matéria publicada na Folha de S. Paulo, em julho de 2021, J. K. Rowling, autora das obras, foi a escritora mais vendida no Brasil ao longo do ano de 2020[1]. Grande parte desse sucesso vem da nostalgia de fãs que cresceram com a saga e seguem consumindo seus produtos, relendo seus textos e os debatendo em comunidades de fãs. Mas também, conforme apontado pela matéria, a contínua utilização dos livros em conteúdos produzidos para redes sociais como o TikTok e Youtube possui certa contribuição[2].

Os *fandoms*, que até os anos 1990 eram vistos como grupos de comportamento anti-social e relacionados à mercantilização, derrubam as barreiras de idioma, fronteiras e culturas (Hirsjärvi, 2013). Logo, reunir um determinado *fandom* com a proposta de releitura e produção de conteúdo sobre as obras debatidas segue uma linha que vai ao encontro à teorizada por Jenkins (2015), em que os leitores se apropriam dos textos em um tipo de "invasão textual".

O termo, proposto por Certeau (1984) e retomado por Jenkins em sua obra, se refere à leitura ativa como uma espécie de "invasão" apropriando-se apenas do que é útil ou prazeroso ao leitor, invadindo terrenos escritos por outros. Para Jenkins (2015), a analogia de Certeau é a base da caracterização do relacionamento de disputa entre leitores e escritores sobre a posse do texto e de seus significados. Para o autor, os fãs elevaram a invasão em comunidades ativas e atividades de apropriação cultural ricas.

Com tais pressupostos teóricos, este artigo visa analisar a competência midiática de fãs e leitores de "Harry Potter" que participaram do clube de leitura *online* "Hogwarts, Mil Histórias". Para a análise, foi utilizada a proposta teórico-metodológica de Ferrés e Piscitelli (2015). Segundo os autores, a competência midiática tem o propósito de auxiliar no desenvolvimento do compromisso social e cultural dos sujeitos, unindo a cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica.

Dessa forma, a proposta de análise desta produção científica justifica-se na medida em que clubes de leitura têm ganhado força nos últimos anos, principalmente devido à pandemia. Com isso, abrem-se mais caminhos interacionais em rede, sendo necessária a análise desses distintos fenômenos comunicacionais e da competência midiática desses sujeitos que geram produções que atravessam distintos grupos.

Clubes de leitura online e cultura participativa

Como bem pontua Petit (2013), os leitores não são páginas em branco. Eles são ativos e se apropriam do texto interpretando-o e deslizando por entre as linhas ao criar fantasias e satisfazer seus desejos. Ao retomar Certeau (1984), a autora afirma que os leitores circulam entre terras alheias caminhando em lugares que não escreveram, refletindo sobre questões internas. Esse ato, corriqueiramente solitário, é capaz de despertar o sentimento de compartilhamento de ideias em algumas pessoas e a partilha de pensamentos torna-se uma necessidade nos indivíduos. Assim, tem-se a formação de agrupamentos para discussões literárias como clubes de leitura.

Ao traçarmos o contexto desses grupos, é possí-

1 – "J.K. Rowling foi a escritora mais vendida do ano, mesmo acusada de transfobia". Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/07/jk-rowling-foi-a-escritora-mais-vendida-do-ano-mesmo-acusada-de-transfobia.shtml. Acesso em: 17 jul. 2022.

2 – Como exemplo e comprovativo disso, vale lembrar que, atualmente, o canal do Youtube dedicado apenas ao tema "Harry Potter" com o maior número de inscritos é brasileiro: Caldeirão Furado, apresentado pelo Youtuber Caco Cardassi. Para maiores informações, acessem: https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2022/06/20/4077_conheca-caco-cardassi-dono-do-maior-canal-sobre-harry-potter-do-mundo.html. Acesso em 17 jul. 2022.

vel afirmar que clubes de leitura migraram para os mais distintos espaços através dos tempos. De grandes salões a bibliotecas, esses encontros têm, há muito, habitado diferentes ambientes adequando-se aos objetivos de seus membros e ao contexto social, cultural e histórico ao qual estão inseridos (Rehberg Sedo, 2011). As formas de se realizar o ato da leitura também se transformaram e, o que tradicionalmente era um ato individual e silencioso, adquire, com as redes, aspectos característicos do ambiente (Santaella, 2004; 2013). Logo, o ato de ler transforma-se em uma conversação social (Lluch, 2014) pelas transformações advindas de plataformas digitais.

Para Pérez-García e Cobo (2021, p. 556),

> *A característica predominante da comunicação nessas comunidades é o seu caráter informal e o sentimento afetivo de pertencimento dos membros. Portanto, prevalece uma interação intersubjetiva baseada principalmente na expressão de sentimentos causados pelas obras e na troca de dicas de leitura, conselhos, recomendações, etc. relacionadas com o mundo da leitura.*

As autoras afirmam, ainda, que as comunidades de leitores se converteram em um fenômeno social que reúne inúmeros usuários que traduzem um aumento na comercialização de livros. Especial atenção para o aumento das vendas de literatura jovem-adulto.

Ferrándiz (2013) distingue quatro tipos de clubes de leitura: 1) Clubes de leitura tradicionais: que são aqueles baseados em reuniões presenciais em locais como bibliotecas, por exemplo; 2) Clubes de leitura presenciais com complementação virtual: baseados em reuniões presenciais e que utilizam a *Internet* como complemento das reuniões; 3) Clubes de leitura virtuais baseados em participação textual assíncrona: que são clubes apoiados em *blogs* ou redes sociais digitais onde se comentam as obras lidas; e 4) Clubes de leitura virtuais baseados em participação síncrona (por videoconferência): em que ferramentas da *Internet* são utilizadas para a realização das reuniões.

Apesar dessa classificação, é possível haver uma mescla dos tipos apresentados, como clubes de leitura virtuais com videoconferência com complementação em aplicativos como Telegram ou WhatsApp. Ainda, as leituras feitas nesses grupos podem variar em discursos, áreas de saber e gênero literário, e os objetivos podem ser os mais variados, como aprimorar conhecimento de uma determinada língua, por exemplo (Cosson, 2021), ou ser um grupo formado por fãs de um autor ou obra específicos. Neste caso, temos como exemplos o "Clube de Leitura da STB" (Sociedade de Tolkien Brasileira), que discute todas as obras do autor J.R.R. Tolkien, e o clube "Hogwarts, Mil Histórias", objeto desta pesquisa, que iniciou sua primeira temporada em 2021 com a leitura das obras de J. K. Rowling.

Devido ao caráter do "Hogwarts, Mil Histórias", neste artigo focaremos nos clubes de leitura formados pelo *fandom* de autores e/ou suas obras, com reuniões virtuais com participação síncrona. Nesse tipo de organização, a cultura participativa é latente. Jenkins (2008) compreende o termo como um processo em que fãs e consumidores participam ativamente tanto da criação quanto da circulação de conteúdos advindos do produto ou obra original. Para o autor, nem todos os participantes possuem uma relação igual, já que, por exemplo, alguns sujeitos podem possuir maior habilidade para participação e interação do que outros.

É importante destacar o conceito de cultura da convergência, também teorizado por Jenkins (2008). Segundo ele, o termo reflete a colisão entre as mídias de massa, tradicionalmente passivas, e as mídias atuais, que são interativas e mais participativas. O autor afirma que uma não exclui a outra, havendo uma coexistência. A convergência envolve, assim, uma transformação na forma de produzir e consumir os produtos disponibilizados nos meios de comunicação. Logo, essa comunicação adquire características mais participativas e os fãs são convidados a terem uma maior interação com os conteúdos.

No âmbito do presente artigo, algo interessante a ser pontuado, diante da teorização de Jenkins, é com relação às características e transformações a respeito do suporte livro a partir das convergências, mudanças tecnológicas e de contextos sociais na contemporaneidade. O livro, há muito, deixou de ser um objeto com características de inércia. Ele é uma mídia de massa que proporciona leituras criativas e, a partir de deslizamentos de um suporte a outro, auxilia no conhecimento de outros textos literários, conectando ideias e narrativas de forma interativa (Figueiredo, 2010).

O conceito de "deslizamento da narrativa" foi criado por Figueiredo (2010) para designar o processo de recriação das distintas narrativas para circularem em diferentes plataformas, mudando protocolos pré-estabelecidos de leitura. Os apontamentos da autora possuem ligação com os de Jenkins (2008), abordados anteriormente, mas dizem respeito a um cenário anterior ao da convergência, em que obras como *Dom Quixote de La Mancha* (1605) e *Alice no País das Maravilhas* (1865) circulavam em formato de canções e peças de teatro, por exemplo. Para Figueiredo (2020), a convergência das mídias também implica em mudanças nos modos de leitura e no comportamento do leitor, que

segue em busca de distintas referências de entretenimento e de partilha de pontos de vista sobre o texto.

Destacamos não apenas os diferentes suportes tecnológicos em que a literatura tem a capacidade de repousar e também deslizar na atualidade, como *audiobooks*, o dispositivo Kindle e em *fansites*, mas o livro, ainda em seu formato físico. Essa mídia de massa, nos distintos formatos e características já sinalizados, apresenta o potencial de proporcionar leituras criativas e estimulantes. Diante das conexões e interatividades promovidas pela leitura, inventividades, trocas de questionamentos e impressões podem ocorrer nos mais distintos ambientes, com a possibilidade de exercício do pensamento crítico dos leitores, que não mais encaram a leitura e o livro como algo sagrado e solitário (Chartier, 1998), mas algo a ser partilhado e que corrobora o crescimento pessoal e coletivo.

Com a *internet* e a cultura da convergência, esse potencial de leitura crítica e interação com outros leitores se expande, provocando a participação de inúmeros sujeitos ao mesmo tempo e no mesmo ambiente, difundindo práticas e saberes.

Além disso, os espaços dominados por um determinado *fandom*, como os clubes de leitura voltados para esse público, acabam contribuindo, além de um entendimento mais abrangente sobre o universo que são fãs, para a propagação da narrativa em discussão, seja expondo canais de interação desconhecidos para outros membros, seja produzindo conteúdo a partir das discussões nos mais distintos meios.

O projeto "Hogwarts, Mil Histórias" e o fandom de "Harry Potter"

Com o objetivo de proporcionar sociabilidades em rede durante o período da pandemia da COVID-19 a partir da literatura, o projeto "Hogwarts, Mil Histórias"[3] foi criado no início de 2021 pelos autores deste artigo. Cabe destacar que ambos, atualmente doutorandos em diferentes instituições públicas de ensino superior brasileiras, têm desenvolvido pesquisas relacionadas aos temas "Harry Potter", Clubes de Leitura e Ensino[4]. Portanto, a criação e os desdobramentos do clube de leitura em questão resultam de discussões teórico-metodológicas previamente desenvolvidas no âmbito acadêmico.

O projeto é gratuito, conta com encontros mensais via Google Meet (com cerca de três horas de duração cada) e discussões, na semana anterior a dos encontros, por meio do aplicativo Telegram. Em cada mês, um livro do *Wizarding World* [5] é lido e discutido[6]. Tanto as conversas no formato síncrono quanto as ocorridas via o aplicativo de mensagens são impulsionadas por meio de tópicos de discussões elaborados e expostos pelos mediadores. Ao todo, para cada livro, sete tópicos são discutidos: três via o Telegram e quatro via Google Meet. Enquanto que no Telegram todos os participantes do clube podem comentar/responder o tópico no momento e da forma que preferirem (sem limites de caracteres, por exemplo), no encontro ao vivo cada tópico é discutido, em média, ao longo de 40 minutos e por até cinco pessoas que abrem seus microfone e câmera (as demais têm a possibilidade de inserir as suas percepções no *chat* do próprio Google Meet). Assim sendo, pelo menos vinte participantes diferentes conseguem expressar suas opiniões e interpretações ao longo de cada um dos encontros.

Além das sociabilidades em redes, outro objetivo do clube está na construção e no compartilhamento de conhecimentos críticos sobre as obras debatidas e o mundo que nos cerca. Isto posto, os tópicos de discussões são pensados de forma a possibilitar que os leitores participantes do clube analisem os textos de J. K. Rowling à medida que refletem e conversam sobre questões sociais, culturais e políticas da contemporaneidade análogas às representadas e discutidas em "Harry Potter" e "Animais

3 – O nome do clube é uma alusão a um livro presente no universo ficcional da saga "Harry Potter" chamado "Hogwarts, uma História". Foi criado a partir do entendimento dos mediadores de que as obras do Wizarding World propiciam múltiplas e igualmente válidas interpretações.

4 – A pesquisa de Vanessa Martins, desenvolvida no PPGCOM da UFJF, tem como título provisório: "Clube de Leitura audiovisual: a interface entre a Educomunicação e o pensamento McLuhaniano como motivadores de protagonismo e pensamento crítico midiático". Enquanto que a de Victor Menezes, desenvolvida no Departamento de Gerontologia da UNICAMP, é intitulada provisoriamente "Harry Potter no ensino de História voltado à terceira idade: um estudo à luz das oficinas 'Harry Potter: Ficção e História'".

5 – *Wizarding World* é a franquia que abarca as obras de "Harry Potter" e "Animais Fantásticos", pertencentes à escritora J. K. Rowling.

6 – Ao longo da primeira temporada do clube, ocorrida entre os meses de abril de 2021 e fevereiro de 2022, foram trabalhados os sete romances de "Harry Potter", o roteiro da peça teatral "A Criança Amaldiçoada" e os roteiros dos filmes "Animais Fantásticos", todas obras da autora britânica J. K. Rowling.

Fantásticos". Texto e contexto – assim como autoria, uma vez que falas extra textos da autora britânica também são de interesse do clube – são objetos de debates, portanto. Para tal, a atuação dos mediadores, tanto no Telegram quanto no Google Meet, segue a proposta defendida por Gallian (2017, p. 123), semelhante a de "um guia que conduz um grupo de visitantes por um determinado território; ele já sabe, de antemão, onde é o ponto de partida e onde é o ponto de chegada da visita", mas diferente do guia, não assume a postura "de um professor ou palestrante que expõe e pontifica". Sua postura é, sobretudo, a de alguém que questiona e provoca reflexões.

A título de exemplo, pode-se mencionar aqui as discussões sobre governos e políticas autoritárias que foram propostas e realizadas durante a leitura de "Harry Potter e a Ordem da Fênix". Com o intuito de que os participantes do clube compreendessem e analisassem as perseguições políticas sofridas pelos personagens Alvo Dumbledore e Harry Potter neste quinto romance da saga, foi apresentado no Telegram o tópico de discussão disponível no Quadro A. Por meio dele, os leitores não somente desenvolveram discussões aprofundadas acerca de um dos principais temas que marcam o enredo do livro em questão, mas compartilharam suas reflexões e críticas acerca dos acontecimentos recentes da História do Brasil – como a Ditadura Civil-Militar (1964-1985) e o então governo de Jair Bolsonaro. Ao fim dos debates em torno do tópico, aprendizados sobre os signos do autoritarismo foram construídos em conjunto. Isso porque o compartilhamento de sensações, impressões, dúvidas e opiniões suscitadas pelos tópicos elaborados pelos mediadores possibilita que os participantes passem a ver o mundo que os rodeia também por meio das lentes dos demais companheiros e companheiras de clube.

Cabe destacar que Editora Rocco, editora que publica as obras do *Wizarding World* no Brasil, se interessou em apoiar a proposta do projeto e mensalmente envia um exemplar do livro discutido para que ele seja sorteado entre os participantes. Como a saga é uma narrativa transmídia, e, como tal, se desenrola em várias plataformas de mídia (Jenkins, 2008), uma das portas de entrada para conhecimento da obra é a partir dos filmes. Assim, como forma de incentivar a leitura, a distribuição dos livros enviados pela editora é a partir da vertente de gamificação[7], em que os participantes, ao final de cada encontro, têm que responder um *quiz* com perguntas exclusivas dos livros, já que as obras fílmicas não abordam todo o contexto da história, por exemplo.

Em seu período de divulgação, o clube de leitura recebeu 731 inscrições. Por conta do grande número de inscritos, os 200 primeiros foram chamados e o restante dos interessados foram colocados em uma lista de espera para a segunda temporada[8]. Como a intenção de proporcionar que aqueles que não conseguiram participar do clube possam, de alguma forma, se inteirar dos debates nele realizados, as discussões têm migrado em formato de *podcast* para a plataforma Spotify[9]. Assim, após cada encontro, três dos sete tópicos de discussões elaborados para o livro do mês são selecionados pelos mediadores (levando em consideração, sobretudo, o engajamento dado pelos leitores ao tópico via Telegram ou Google Meet) para serem debatidos no episódio. Este, por sua vez, é apresentado pelos mediadores e conta com a presença de três participantes do clube escolhidos dentre aqueles que tiveram participações ativas no aplicativo de mensagens e/ou encontro síncrono. Partindo da ideia de inteligência coletiva (Lévy, 2003), os integrantes do clube que não participam do episódio como convidados têm a opção de enviar uma mensagem de voz com alguma pergunta ou comentário sobre um tema de sua escolha para ser abordado pelos participantes do *podcast*.

Há, ainda, *lives* esporádicas no Instagram organizadas pelos mediadores para o aquecimento de alguma discussão específica ou debate de temas relevantes para os encontros[10]. Outro fator importante são as produções independentes

7 – A gamificação usa a lógica de jogo para finalidades distintas das esperadas para essa atividade buscando, além do entretenimento, o engajamento dos envolvidos. A recompensa e/ou a autorrealização fazem parte do processo, estimulando os sujeitos a seguirem na atividade desempenhada (DETERDING; ET AL, 2011; SANTAELLA, 2013).

8 – Como informado na nota de rodapé número 6, a primeira temporada do "Hogwarts, Mil Histórias" aconteceu entre os meses de abril de 2021 e fevereiro de 2022. Pretende-se que uma segunda temporada seja iniciada em abril de 2023. Visto que serão recebidos os inscritos que não conseguiram participar da primeira temporada, as mesmas discussões e metodologias deverão ser reproduzidas com o novo grupo.

9 – Os episódios do *podcast* "Hogwarts, Mil Histórias" estão disponíveis no link: https://open.spotify.com/show/1hZb7Wz6ZxWl5bcMgCbS6x?si=rHMTOOZWRgWFuWDYIn1Ngw&dl_branch=1&nd=1. Acessado em 17 jul. 2022.

10 – As *lives* acontecem via a "Para Além de Hogwarts", página voltada para a divulgação científica de discussões sobre Harry Potter e História que foi criada e é administrada por um dos mediadores do Clube. O acesso a ela pode ser feito por meio do link: https://www.instagram.com/paraalemdehogwarts/. Acesso em: 17 jul. 2022.

Os inícios dos romances de "Harry Potter" geralmente são marcados por incidentes mágicos envolvendo Harry e os Dursleys. Se nos quatro primeiros livros tais incidentes possuem um tom cômico (Cartas invadindo o nº 4 da Rua dos Alfeneiros; Dobby destruindo um bolo; Tia Guida sendo inflada; e Arthur Weasley destruindo a lareira dos Dursleys), no quinto percebemos que há uma carga dramática uma vez que Harry e Duda correm o risco de terem suas almas sugadas por dementadores. Tal acontecimento dá o tom para o que veremos nas páginas seguintes, com o Harry e Dumbledore sendo desacreditados e perseguidos pelo Ministério da Magia; O Ministério interferindo em Hogwarts; Harry sendo torturado por Umbridge; e, no final da trama, um dos personagens mais queridos pelos fãs - e um dos mais importantes para Harry - sendo assassinado. Há tantos temas e passagens densas que, às vezes, pode parecer que o mundo mágico que nos é apresentado neste quinto romance não é o mesmo que conhecemos nos quatro livros anteriores. Diante disso:

A) COMO VOCÊS VEEM O MUNDO MÁGICO APRESENTADO EM "A ORDEM DA FÊNIX"? É O MESMO DOS LIVROS ANTERIORES? O QUE MUDOU?

B) O QUE ESTÁ ACONTECENDO NESTE MUNDO QUE FAZ COM QUE O HARRY SOFRA NAS MÃOS DE DOLORES UMBRIDGE?

Quadro A. Segundo tópico de discussão de "Harry Potter e a Ordem da Fênix"
Board A. *Second discussion topic of "Harry Potter and the Order of the Phoenix"*

Fonte: elaborado pelos autores (2022)

dos membros, como resenhas dos livros debatidos, *fanfics*, *fanarts* e indicações de leitura em seus perfis pessoais nas redes sociais digitais; conteúdos advindos das interações com outros leitores e fãs da saga a partir da participação no clube de leitura. Assim, é interessante notar o papel de prosumidores que esses integrantes exercem, contribuindo com a difusão do universo narrativo debatido. Para Scolari (2016), o conceito de prosumidor refere-se ao consumo e produção de conteúdo por sujeitos que não são passivos quanto aos materiais que atravessam seu cotidiano.

> *Os prosumidores também colaboram na construção do mundo narrativo: embora haja uma história oficial gerenciada pelo emissor, para essa história criada de cima para baixo você deve adicionar as histórias bottom-up dos consumidores, agora transformados em produtores. O domínio textual de fandom surge a partir de baixo e se junta ao cânone oficial, contribuindo ainda mais para a expansão do mundo narrativo transmídia11. (Scolari, 2016. p.3, tradução dos autores).*

Com relação ao perfil dos integrantes da primeira temporada do Clube, a faixa etária vai de 11 anos (participação em conjunto com um responsável) a 65 anos[12]. Além disso, 61,4% se autodeclararam brancos; 24,2% pardos; 10% negros; 3,7% preferiram não declarar; e 0,7% amarelos. A respeito do gênero, 82,3% se autodeclararam do gênero feminino; 16,3% do gênero masculino; 0,7% não binário; 0,4% preferiram não declarar; e 0,3% *gender fluid*. O nível de escolaridade que prevalece entre os participantes é o de Ensino Superior completo, com um total de 30,6%,

11 – No original: "Los 'prosumidores' también colaboran en la construcción del mundo narrativo: si bien existe un relato oficial (canon) gestionado por el emisor, a este relato creado de arriba hacia abajo se deben sumar las historias *bottom-up* de los consumidores, convertidos ahora en productores. El dominio textual del *fandom* surge desde abajo y se integra al canon oficial, contribuyendo aún más a la expansión del mundo narrativo transmedia."

12 – É relevante mencionar que a vasta abrangência de idade entre os sujeitos que compõem o projeto reforça a ideia de Jenkins (2006) relativo à cultura participativa em *fandoms*, na medida em que jovens e adultos se reúnem engajados em algo de interesse em comum. Para Jenkins, a experiência não está em uma pessoa, mas no espaço de compartilhamento, já que ninguém é tão bom que não possa aprender algo mais.

seguido por Ensino Superior incompleto, com 21,1%, e pós-graduação *Lato sensu*, com 13,1% [13]. Já a distribuição geográfica dos 200 participantes pode ser verificada no mapa abaixo. O posicionamento dos *pins* na imagem foi realizado pelos próprios membros a partir de uma ferramenta específica para esse tipo de interação.

É importante salientar que 60% dos participantes nunca tinha feito parte de um clube de leitura antes, nem de forma presencial nem no formato *online* e, quando questionados sobre o motivo do interesse em fazerem parte do projeto, em sua maioria, responderam que a sociabilidade em rede durante a pandemia era um dos motivos[14]. Além disso, a releitura de obras do universo de "Harry Potter" para um debate coletivo foi indicada como uma das principais motivações. Logo, o clube, em sua primeira temporada, é composto majoritariamente por fãs da saga, seja por aqueles que já leram os livros, seja por aqueles que até então só haviam assistido aos filmes.

Para Hirsjärvi (2013), ser membro de um *fandom* significa ter acesso a conhecimentos e críticas especializadas com a oportunidade de auto expressão dentro de um grupo específico. Cabe abordar, porém, que nem sempre o conhecimento construído em comunidades de fãs é tratado com o mesmo grau de relevância em outras esferas. Ao apropriar-se de textos da cultura popular, o fã costuma ser tratado como um sujeito que merece pouca atenção. Contudo, Jenkins (2015) pontua que os fãs não podem ser pensados como detentores de baixo grau intelectual, na medida em que produzem conteúdos relevantes para a sociedade, por exemplo. Então, as barreiras comumente impostas entre leituras canônicas e leituras da cultura *pop* devem ser derrubadas. Segundo o autor,

> *A cultura dos fãs embaça esses limites ao tratar textos populares como dignos do mesmo grau de atenção e apreciação que textos canônicos. Práticas de leitura (análise minuciosa, exegese profunda, releitura repetitiva e prolongada etc.) aceitas quando se é defrontado com obra de "devido mérito", parecem perversamente mal empregadas quando aplicadas aos textos mais "descartáveis" da cultura massiva. (Jenkins, 2015, p. 36)*

Assim, é importante realizar estudos sobre a competência midiática de sujeitos envolvidos em um alto grau de intensidade com um produto, na medida em que o contexto e o meio influenciam nos conteúdos derivados por esses fãs, além do entendimento de questões extra-narrativa; no caso específico, citamos o exemplo das declarações transfóbicas da autora J. K. Rowling[15], analisadas nas produções científicas de Martins e Sigiliano (2022a; 2022b), com interagentes de diversas partes do mundo no Twitter.

Escolha metodológica e sua aplicação

A presente pesquisa configura-se como uma produção de caráter qualitativo. Com isso, a fim de fornecer dados mais aprofundados e com um maior rigor científico, optou-se pela aplicação de questionário *online*, produzido pelo Google *Forms*, em dez participantes do clube que se voluntariaram a respondê-lo[16]. A escolha do questionário como instrumento de coleta de dados leva em conta não apenas a dificuldade encontrada de reunir, no mesmo horário, os dez voluntários (dois deles estão em fuso horário distinto do horário de Brasília), mas pesquisas que fazem uso da metodologia escolhida com auxílio deste instrumento. Citamos a produção de Borges e Barbosa (2019), pesquisadoras brasileiras que são referência nos estudos de competência midiática, que reúne uma coletânea de estudos que utilizam questionários como técnica de coleta de dados, indo de pesquisas com inúmeros respondentes a amostragens menores. Os questionários desta pesquisa foram enviados

13 – Estes dados referentes ao perfil do grupo foram retirados das respostas oferecidas pelos integrantes do clube no formulário de inscrição elaborado pelos mediadores.

14 – Respostas oferecidas no formulário de inscrição citado na nota de rodapé anterior.

15 – Para informações sobre as declarações de cunho transfóbico que vêm sendo feitas publicamente por J. K. Rowling desde dezembro de 2019, indicamos a leitura da matéria "Fãs acusam J. K. Rowling de transfobia: 'Continuo sendo fã de Harry Potter, mas não dela'" feita pelo *fansite* Potterish e publicada em 20 dez. 2019 (disponível em: https://potterish.com/jk-rowling-fas-acusam-transfobia-harry-potter/) e do texto "Os novos tuítes de J. K. Rowling contrários às pautas da comunidade trans" escrito por um dos autores deste artigo e publicado no dia 09 mar. 2022 na página "Para Além de Hogwarts" (disponível em: https://www.instagram.com/p/Ca3pkJLMzkS/). *Links* acessados em 17 jul. 2022.

16 – O questionário foi aplicado no nono mês da primeira temporada do Clube, em 14 de dezembro de 2021. Neste momento, todos os sete romances de "Harry Potter" já tinham sido lidos e discutidos.

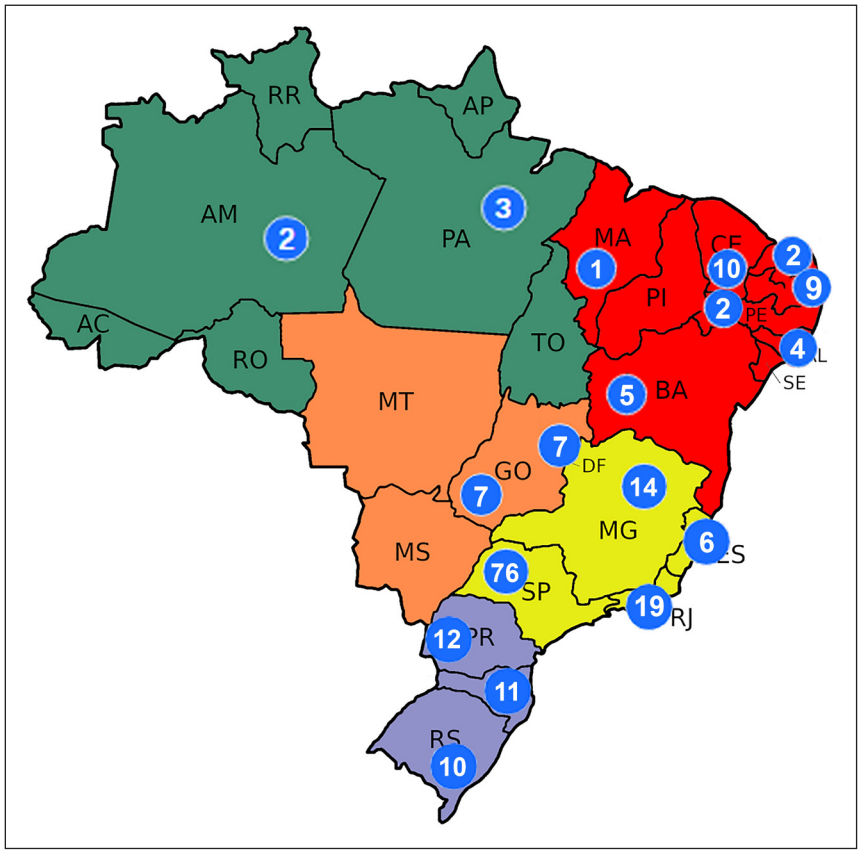

Figura 1. Distribuição geográfica dos participantes do clube de leitura
Figure 1. *Geographical distribution of reading club participants*

Fonte: elaboração coletiva pelos próprios participantes do clube de leitura realizada no primeiro encontro ocorrido via Google Meet (abril de 2021)

para os voluntários por meio de *e-mail*, informado por todos os participantes do clube no ato de inscrição.

Conforme os critérios estabelecidos pelo Comitê de Ética, os participantes foram informados dos objetivos da pesquisa, bem como das condições de participação. Assim, após a anuência, o processo foi iniciado e, para a elaboração e análise dos dados, utilizamos a proposta teórico-metodológica de Ferrés e Piscitelli (2015) a respeito da competência midiática. O conceito, segundo os autores, tem o propósito de auxiliar no desenvolvimento de cidadãos e cidadãs em seu compromisso social e cultural, "[...] combinando o potencial oferecido pela cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica" (Ferrés; Piscitelli, 2015, p. 5).

A proposta leva em conta seis dimensões específicas ligadas à análise, relacionada à maneira como os sujeitos avaliam uma mensagem, e também ligadas à expressão, relacionada à maneira com que os sujeitos se expressam. É necessário que o pesquisador passe por todas, na medida em que nenhuma delas pode ser entendida isoladamente. A linguagem, por exemplo, não pode ser entendida sem a tecnologia, segundo Ferrés e Piscitelli. As dimensões estabelecidas são: Linguagem, Tecnologia, Processos de interação, Processos de produção e difusão, Ideologia e valores, e Estética.

Com relação à dimensão Linguagem, os autores indicam que o âmbito da análise, tem relação com a capacidade de análise do significado e sentido de mensagens midiáticas, além, da capacidade de compreensão do fluxo de informações nas diversas mídias, estabelecendo relações de intertextualidade, por exemplo. Já o âmbito da expressão refere-se à capacidade do sujeito se expressar mediante os diversos sistemas de representação e significados; ter a aptidão para modificar produtos já existentes.

A dimensão Tecnologia no âmbito da análise prevê a compreensão do papel da tecnologia e da comunicação, bem como seus efeitos na sociedade, além de englobar a habilidade para interagir significativamente com os meios que permitem a expansão das capacidades mentais. Outro ponto refere-se à capacidade de se desenvolver em ambientes hipermidiáticos e transmidiáticos, por exemplo. O âmbito da expressão engloba a capacidade de adaptar as ferramentas tecnológicas aos objetivos desejados. Além disso, a capacidade de manipular imagens e sons a partir do entendimento de como se constroem as distintas representações da realidade.

A dimensão Processos de interação no âmbito da análise refere-se à capacidade de seleção e autoavaliação do próprio consumo midiático de acordo com critérios conscientes. Além disso, a capacidade de ter consciência das ideias e valores que associam os personagens, ações e situações e que geram, de acordo com o contexto, emoções positivas e negativas. Em paralelo está a capacidade de discernir sensação e opinião, ou seja, separar emotividade e racionalidade. A capacidade de apreciar mensagens provenientes de outras culturas para um diálogo intercultural também está prevista. O âmbito da expressão abarca uma interação mais ativa com as telas, sendo entendida como uma oportunidade para a construção de uma cidadania plena. Ademais, a capacidade de interagir com pessoas em ambientes plurais e multiculturais.

Na dimensão Processos de produção e difusão, o âmbito da análise refere-se ao conhecimento das diferenças básicas entre produções individuais e coletivas, além do conhecimento básico sobre os sistemas de produção e as técnicas de programação e difusão de conteúdo. O âmbito da expressão refere-se à capacidade de trabalhar de maneira colaborativa na elaboração de produtos multimodais e multiculturais, além da capacidade de compartilhar e disseminar informação através dos meios tradicionais e redes sociais e da capacidade de administrar a própria identidade nos ambientes *online* e *offline.*

A dimensão Ideologia e valores no âmbito da análise corresponde à capacidade de entender como as representações midiáticas estruturam nossa representação da realidade, avaliando, dessa forma, a confiabilidade das fontes de informação de modo a obter conclusões críticas. Outra questão refere-se à capacidade de detectar as intenções bem como as ideologias e os valores nas produções, além da habilidade de análise crítica dos efeitos da emissão de opinião e homogeneização cultural exercida pelos meios. A capacidade de gerenciamento das emoções durante interações com as telas também está prevista. No que tange o âmbito da expressão, estão enquadradas as capacidades de aproveitamento de ferramentas comunicativas para a transmissão de valores; a capacidade de elaboração de novos produtos para questionar valores e estereótipos e a capacidade de aproveitar as ferramentas para se comprometer como cidadão ou cidadã responsável.

Por fim, a dimensão Estética no âmbito da análise abarca a capacidade de extrair prazer com o que se comunica e a forma como se comunica. Outro ponto refere-se à sensibilidade para reconhecer uma produção midiática fora das exigências mínimas de qualidade estética e a capacidade de identificar elementos básicos como originalidade e estilo. Já o âmbito da expressão engloba a capacidade de produção de mensagens que contribuam para aumentar os níveis de criatividade e originalidade.

Para esta produção científica, analisaremos todas as dimensões estabelecidas pelos autores a fim obter resultados mais apurados. Tal escolha leva em conta os objetivos propostos bem como o contexto ao qual o projeto de clube de leitura foi criado. Ainda, mesmo quando a pandemia passar e as recomendações sanitárias estabelecidas pela OMS (Organização Mundial da Saúde) não forem mais necessárias, o cenário prevê um aumento na formação de clubes de leitura no ambiente virtual. Assim, esta análise visa compreender a evolução dos níveis das habilidades dos sujeitos envolvidos no processo, em que, num primeiro momento, estavam em período de adaptação, e num momento posterior (a partir da segunda temporada do clube), em produção científica a ser desenvolvida, já estariam adaptados ao processo.

O questionário foi composto por 24 perguntas abertas e fechadas, organizadas em dois blocos: as primeiras seis constituíram o bloco de perguntas relacionadas ao perfil dos participantes, como: identificação, idade, gênero e escolaridade, por exemplo. Já o segundo bloco refere-se a questões específicas sobre as dimensões da competência midiática. As perguntas foram elaboradas de forma a não haver indicação de respostas corretas ou incorretas.

Após a definição dos critérios avaliativos e dos parâmetros de análise, partimos, a seguir, para a análise dos dados.

Análise da competência midiática dos leitores

A proposta do “Hogwarts, Mil Histórias”, como apontado anteriormente, segue um viés de correlação das temáticas presentes nas narrativas literárias com conteúdos do mundo não ficcional, como narrativas midiáticas e situa-

ções culturais e históricas que atravessam nossas vidas na atualidade, a exemplo de *fake news*, governos autoritários e pandemia. Logo, as perguntas desenvolvidas para esta pesquisa dizem respeito não somente à leitura crítica da literatura e do universo narrativo que a permeia, mas de habilidades e conteúdos que acabam fazendo parte de situações rotineiras dos integrantes além do mundo ficcional.

Os 10 participantes voluntários da pesquisa possuem idades de 22 a 51 anos. Além disso, sete participantes se autodeclararam do gênero feminino, dois se autodeclararam do gênero masculino e um se autodeclarou não binário. Com relação à escolaridade, um participante informou possuir Ensino Superior incompleto, dois informaram possuir Ensino Superior completo, cinco informaram possuir pós-graduação *Lato sensu* e dois informaram possuir Doutorado. Suas áreas de formação são em História (3 participantes), Pedagogia (2 participantes), Tradução (1 participante), Biologia (1 participante), Direito (1 participante) e Letras (2 participantes). De modo a preservar suas identidades, seus nomes foram substituídos por letras de A a J.

A sintetização dos resultados obtidos pode ser verificada a seguir, seguida de detalhamento das dimensões na ordem apresentada na tabela 1.

Com relação à dimensão Linguagem, no âmbito da análise, pode-se dizer que os participantes da pesquisa possuem capacidade de compreensão de fluxo informacional em múltiplos suportes e plataformas. Como mencionado, o clube de leitura atravessa diversos suportes comunicacionais que se complementam: discussão prévia no Telegram, encontro ao vivo pelo Google Meet, *lives* esporádicas no Instagram e *podcasts*. Ao serem questionados sobre o acompanhamento dos conteúdos e o entendimento das funções individuais de cada um, todos informaram compreender o fluxo e a distinção da linguagem de cada plataforma sem

Dimensões	Âmbito da análise	Âmbito da expressão
Linguagem	Os participantes da pesquisa possuem capacidade de compreensão de fluxo informacional em múltiplos suportes e plataformas, exceto o D	Os participantes possuem nível satisfatório de habilidades que se referem à escolha do sistema adequado para sua comunicação, com exceção dos participantes D e A
Tecnologia	Todos os participantes voluntários, exceto A e D, afirmaram ter aprendido como manusear as ferramentas para vídeo conferência sozinhos	Não houve um amplo aproveitamento das opções comunicacionais da ferramenta Telegram pelos respondentes para comunicação por falta de conhecimento técnico
Processos de interação	Todos, exceto três respondentes (B, F e J), possuem um entendimento limitado sobre o que são produtos midiáticos	Todos apreciam a interação em ambientes plurais, como no caso do clube de leitura, considerando fundamental a escuta e interação com outros sujeitos.
Processos de produção e difusão	Todos os respondentes possuem habilidades nesse âmbito	Os 10 participantes da pesquisa expressaram conhecimento sobre as fases de processos de produção de conteúdos de caráter pessoal, mas não possuem entendimento suficiente sobre o que tange produções coletivas e/ou corporativas
Ideologia e valores	Oito dos dez participantes não possui vasta percepção de como algumas produções midiáticas podem estruturar nosso discernimento de realidade, bem como a necessidade de se avaliar a confiabilidade de fontes de informação	Todos os respondentes informaram fazer uso do formato *online* do clube de leitura para não apenas debater a literatura e criar sociabilidades, mas para apresentação de contextos além da narrativa ficcional
Estética	Todos os participantes afirmaram se sentirem satisfeitos com as produções derivadas do clube, menos o participante D que não compreende porque determinado conteúdo foi desenvolvido em determinada plataforma	Certa sensibilidade estética é identificada nas respostas dos participantes. Ao serem interpolados por uma pergunta que abarca sugestões para a próxima temporada do clube, apresentaram observações bastante pertinentes e criativas.

Tabela 1. Sintetização dos resultados da pesquisa
Table 1. *Synthesis of research results*

Fonte: elaborado pelos autores (2022)

qualquer dificuldade de estabelecimento de relações entre os códigos midiáticos e sua importância. Porém, o participante D apresentou baixo nível de entendimento das funções que esses distintos códigos desempenham em uma mensagem ao deixar claro desconhecer porque um determinado tema foi aprofundado em uma determinada plataforma. Além disso, esse participante, em sua resposta, não se revelou capaz de compreender as relações de intertextualidade presentes em alguns produtos midiáticos da saga, como conteúdos de *influencers* literários no TikTok, que fazem uso de outras referências de produções culturais. Esses apontamentos levam em conta não apenas o repertório cultural desse respondente, mas sua habilidade de analisar e estabelecer relações entre textos de distintas fontes.

A análise do âmbito da expressão também revela que os participantes possuem nível satisfatório de habilidades que se referem à escolha do sistema adequado para sua comunicação, com exceção dos participantes D e A, que afirmaram que deixaram de interagir com outros participantes em determinados momentos por não acompanharem o fluxo conversacional no Telegram e no *chat* do encontro ao vivo ou por não encontrarem a função adequada para expressar suas opiniões, como a utilização de emojis no ao vivo, por exemplo.

Com relação à dimensão Tecnologia no âmbito da análise, com exceção de A e D, os participantes voluntários da pesquisa afirmaram ter aprendido como manusear as ferramentas para vídeo conferência sozinhos. É interessante notar, porém, que aqueles que afirmaram ter aprendido com ajuda de familiares, amigos, ou de professores (através de cursos), alegaram que essa era a sua primeira experiência de clube de leitura *online.* Quando questionados sobre dificuldades de manuseio com as plataformas utilizadas (Teams e Google Meet), todos os respondentes informaram não possuir qualquer dificuldade com a plataforma, apenas insatisfação com a operacionalidade do Teams (motivo que acarretou a transição dos encontros para o Google Meet). Apenas o participante D alegou ainda ter certa dificuldade com o Google Meet nos encontros.

Além disso, como mencionado anteriormente, ao final de cada encontro era necessário que os participantes utilizassem dois dispositivos ao mesmo tempo, como por exemplo, celular e *notebook*, para competir por um livro. Ao serem questionados sobre possíveis dificuldades no manuseio e interação simultânea de duas ferramentas, todos os respondentes alegaram não terem tido qualquer tipo de dificuldade, o que indica capacidade de autodesenvolvimento em ambientes multimodais.

Entretanto, ao levarmos em conta a interação pelo Telegram, no âmbito da expressão, vemos um caminho oposto. Ao serem interpolados sobre a capacidade de utilizar todas as funções comunicativas desse aplicativo, metade afirmou não ser apto a tal, mesmo assegurando que essa não era a primeira experiência com a ferramenta. Logo, as interações limitaram-se ao simples envio de mensagem de texto sem os recursos avançados do aplicativo, como a opção *anti spoiler* nas mensagens. Mesmo todos os respondentes informando que não deixaram de enviar mensagens por não saberem utilizar algum recurso, vemos, a partir de suas respostas, que não houve um amplo aproveitamento das opções comunicacionais da ferramenta Telegram, por exemplo, para cumprir de forma mais apurada os objetivos comunicacionais almejados.

Ao compararmos com as respostas a respeito dos encontros ao vivo, todos os respondentes informaram não ter qualquer tipo de dificuldade na interação simultânea da conversação no *chat* da ferramenta Google Meet e por câmera e microfones abertos, o que exige atenção múltipla dos membros do clube.

No que tange a dimensão Processos de interação, no âmbito da análise, é interessante notar que todos, exceto três respondentes, possuem um entendimento limitado sobre o que são produtos midiáticos, na medida em que, ao responderem a questão referente à revisão e autoavaliação do próprio consumo midiático em seu dia a dia, incluíram as seguintes referências em suas respostas: Telegram, Google Meet, Discord (utilizado para gravação dos *podcasts*), e *sites* de conteúdo em geral, deixando de lado alguns produtos relevantes que atravessam o nosso cotidiano diariamente. Apenas os respondentes B, F e J sinalizaram ter um entendimento abrangente sobre o que são produtos midiáticos e suas influências, ao incluírem em suas respostas filmes, telejornais e *videogames*, por exemplo. Mesmo que esses três participantes sejam formados em cursos da área de Ciências Sociais Aplicadas (curso de História), o que poderia explicar, de certa forma, essa melhor compreensão dos produtos midiáticos, não podemos justificar esse entendimento a partir de suas formações acadêmicas, já que o restante dos respondentes também possui formação nessa área, exceto um, com formação em Biologia. O Participante D se absteve de responder a essa questão.

É interessante notar que os respondentes A e I entendem que sua capacidade de discernimento e racionalidade sobre esses conteúdos é satisfatória pelo simples fato de já estarem bem inseridos no ambiente digital.

Uma das perguntas voltadas para esta dimensão teve o objetivo de provocar a reflexão dos participantes sobre a maior e menor popularidade de certos episódios do *podcast*

derivado do clube. Os participantes A e D não souberam opinar sobre o êxito do primeiro episódio e do episódio número 7, em que foram abordados os livros "Harry Potter e a Pedra Filosofal" e "Harry Potter e a Ordem da Fênix", respectivamente. Os outros respondentes atribuíram o episódio número 1 como o mais ouvido por ser o primeiro, o que pode gerar curiosidade nos participantes ouvintes e o sétimo por ser um dos livros mais famosos da saga e por tratar amplamente sobre questões de resistência e governos autoritários, temas que circundam nosso atual contexto.

Como sinalizado anteriormente, o grupo possui integrantes em todas as regiões do Brasil. Levando em conta que existem diferentes culturas e costumes em um mesmo país, é de suma importância possuir a capacidade de apreciação de mensagens provenientes de distintos contextos culturais para uma convivência rica e transfronteiriça, mesmo tratando-se de pessoas que possuem a mesma afeição por uma obra literária. Os respondentes demonstraram ter compreensão sobre esse ponto, ao relatarem a importância do envolvimento com pessoas de diferentes realidades, ampliando, dessa forma, suas percepções de mundo.

Nesse sentido, no âmbito da expressão, todos apreciam a interação em ambientes plurais, como no caso do clube de leitura, considerando fundamental a escuta e interação com outros sujeitos. Porém, ao termos diferentes sujeitos em um mesmo ambiente, os encontros são passíveis de divergências e debates exaltados. Os participantes consideram importante protestar contra atitudes que infringem as normas do clube, não sendo tarefa apenas dos mediadores intervir em conversações que desvirtuam essas regras, como comentários de cunho preconceituoso, ofensivo e/ou excludente. Apenas o participante C considera que esse tipo de intervenção é uma tarefa exclusiva dos mediadores.

A dimensão Processos de produção e difusão teve como perguntas no âmbito da análise pontos referentes às produções derivadas do *Wizarding World*, também debatidas no clube. A escolha por esse viés leva em conta os embates que estão sendo discutidos entre a Warner Bros., responsável pela produção da franquia da saga, e J.K. Rowling devido à grande repercussão que as declarações transfóbicas da autora têm impactado no desenvolvimento de produções derivadas da franquia, no caso, a sequência de filmes "Animais Fantásticos". Identificamos que todos os respondentes possuem habilidades nesse âmbito já que suas respostas foram de encontro ao conhecimento de códigos que regulam e amparam atores sociais e produções midiáticas e que existem atitudes responsáveis que devem ser tomadas perante aos sujeitos e as difusões midiáticas, além de questões econômicas envolvidas em todo o processo.

Porém, no âmbito da expressão, é possível perceber que existem níveis distintos. Em suas respostas, os 10 participantes da pesquisa expressaram conhecimento sobre as fases de processos de produção de conteúdos de caráter pessoal, mas afirmaram não possuir entendimento suficiente sobre o que tange produções coletivas e/ou corporativas, bem como seus efeitos em larga escala. O participante I afirmou não se aventurar em produções coletivas, mas que deveria.

No que concerne a dimensão Ideologia e valores, no âmbito da análise, é possível perceber que oito dos participantes da pesquisa não possui vasta percepção de como algumas produções midiáticas podem estruturar nosso discernimento de realidade, bem como a necessidade de se avaliar a confiabilidade de fontes de informação de modo a extrair suas próprias conclusões de forma crítica. Uma das perguntas avaliativas dessa dimensão era referente à importância e a responsabilidade de *blogs* e/ou espaços na *Internet* para expressões de opinião e debate sobre a saga. Apenas os respondentes F e J sinalizaram tal competência, ao abordarem a necessidade de pensamento crítico quanto aos valores que são transmitidos direta ou indiretamente através desses conteúdos, mesmo partindo de fãs da saga debatida. Como exemplo, trazemos a fala do participante F: "Os *blogs* são espaços de expressão de perspectiva. Porém, podem haver perspectivas racistas, misóginas e lgbtqfóbicas disfarçadas, o que é algo negativo para a experiência do acompanhamento da saga [...]".

Ainda, nesse quesito, foram feitas perguntas específicas com relação ao que tem circulado na mídia sobre as declarações transfóbicas de Rowling, tanto sobre conteúdos de veículos de comunicação quanto sobre conteúdos advindos da própria autora. Todos os respondentes afirmaram considerar que a autora é transfóbica, exceto A e D, que alegaram não ter uma opinião formada sobre o assunto. Porém, ao serem questionados se têm acompanhado o que a autora tem falado a respeito e como os diversos portais de notícia relataram a situação, apenas os participantes E e J informaram realmente acompanhar o que tem acontecido, contrastando as informações procedentes de distintas origens.

As ideologias e convicções de certos autores podem ser transmitidas através de suas obras. Um dos pontos que mais gerou debates sobre o caráter transfóbico de Rowling surgiu a partir do lançamento de seu livro "Sangue Revolto" (*Troubled Blood*), por conta da caracterização de um dos personagens na obra. Apenas a respondente J afirmou ter lido o livro, dando a seguinte justificativa: "[...] Toda a polêmica envolvendo a obra talvez tenha me deixado mais curiosa para saber como isso de fato estaria na narrativa."

Ainda no que se refere ao âmbito da análise, é interessante notar como o fato de todos serem fãs da saga reflete no gerenciamento de emoções. Ao serem questionados sobre quais os impactos de se fazer parte de um clube do qual se é fã, todos, menos o respondente J, demonstraram nostalgia e carinho pela obra, sem levar em conta como esses sentimentos são passíveis de interferência na análise de narrativas.

No âmbito da expressão, todos os respondentes informaram fazer uso do formato *online* do clube de leitura para não apenas debater a literatura e criar sociabilidades, mas para apresentação de contextos além da narrativa ficcional. Destaque para as falas dos participantes J e H. O primeiro afirma que o clube

> *“[...] suscitou o exercício da empatia a partir das falas de outros integrantes a respeito de temas sensíveis, como racismo e bullying. O respeito e a tolerância também foram praticados na escuta e troca de opiniões, além, é claro, da construção de conhecimento coletivo proposta pelos mediadores”.*

Já o participante H afirma que “[...] trocar experiências com pessoas da mesma área profissional e explorar novidades e ideias em áreas distintas é imprescindível [...]”. Por conseguinte, o grupo analisado aponta possuir uma compreensão de seu compromisso social.

Na dimensão Estética, no âmbito da análise, todos os participantes afirmaram se sentirem satisfeitos com as produções derivadas do clube, como os *podcast* e as *lives*. Menos o participante D que, como relatado anteriormente, afirmou não compreender porque determinado conteúdo foi desenvolvido em determinada plataforma. Logo, entende-se que esse participante em específico não conseguiu exprimir prazer estético dessa produção. Os participantes F e G apontaram em suas respostas produtos midiáticos que não se encaixam em padrões estéticos aceitáveis afirmando falta de originalidade e justificando suas respostas. Diante disso, entende-se que esses participantes possuem capacidade de análise estética relevante.

Outros fatores relacionados a essa dimensão no âmbito da análise podem ser identificados nas respostas das questões com direcionamento à correlação das produções derivadas do clube com outras produções midiáticas. O *podcast* do clube foi o produto mais citado pelos respondentes, que acabaram fazendo correlações com outros *podcast* já amplamente difundidos no *fandom* de “Harry Potter”, comparando tanto a qualidade do conteúdo quanto a qualidade técnica, apontando sugestões para o “Hogwarts, Mil Histórias” a partir desses outros conteúdos de seu agrado.

Uma das perguntas dessa dimensão direcionava os participantes a expressarem suas opiniões com foco apenas na propriedade da técnica dos *podcasts*, o que expressa habilidade estética no âmbito da análise. Todos os respondentes, exceto A, C e D, conseguiram identificar a baixa qualidade no áudio dos participantes e na vinheta de abertura dos dois primeiros episódios. Para os respondentes que não demonstraram essa identificação, atribuímos baixa capacidade de detectar condições estéticas básicas.

Por fim, no âmbito da expressão, damos destaque ao participante A que afirma que, por possuir formação em nível superior em área que engloba produções culturais, sua capacidade de potencializar esses conteúdos é avançada, o que, segundo o participante, contribui com o clube de leitura. No que se refere aos outros respondentes, é possível verificar certa sensibilidade estética a partir de suas respostas. Ao serem interpolados por uma pergunta que abarca sugestões para a próxima temporada do clube, apresentaram observações bastante pertinentes e criativas, inclusive o participante A, com sugestão de produções de *fanfics* e *fanarts* a serem divulgadas no Telegram do clube para apreciação de todos os participantes.

Considerações finais

Esta pesquisa preocupou-se em analisar a competência midiática dos leitores e fãs da saga “Harry Potter” pertencentes ao clube de leitura “Hogwarts, Mil Histórias”, focando em todas as dimensões propostas por Ferrés e Piscitelli (2015). Ao finalizá-la, achamos relevantes destacar alguns pontos específicos de algumas dimensões.

No que se refere à dimensão Tecnologia, os resultados apontam que habilidades de ordem técnica parecem não ser um problema para os 10 respondentes da pesquisa, já que todos alegaram já estarem inseridos, no ambiente de trabalho ou escola, com a maioria das ferramentas utilizadas para interação no clube sem grandes problemas com suas funcionalidades. Porém, é possível constatar que o contato com as redes sociais digitais e o uso contínuo das tecnologias por si só não habilitam os sujeitos a desenvolverem níveis avançados de competência midiática, como apontado por dois respondentes.

Com relação à dimensão Processos de interação, a partir da análise dos dados é possível afirmar que a noção de produção midiática não é abrangente para todos, uma vez que desconsideram em suas respostas produtos recorrentes em seu dia a dia, como filmes e telejornais, mas possuem entendimento da importância de ambientes em

rede multi culturais e plurais e da relevância da defesa de direitos humanos em espaços públicos e privados.

Na dimensão Ideologia e valores, por sua vez, percebe-se que a maioria dos respondentes não possui ampla percepção de como algumas produções na mídia podem estruturar nosso discernimento de realidade. Isso pode estar ligado ao entendimento limitado sobre a vasta gama existente de produções midiáticas. Além disso, no contexto específico das narrativas debatidas, é importante pensar no que a autora J. K. Rowling produz além das obras analisadas, como conteúdos midiáticos. Sendo assim, esses conteúdos possuem a capacidade de influenciar a vida dos sujeitos, como informado na maioria das respostas sobre como a obra de "Harry Potter" e Rowling foram importantes na formação de seu caráter quando jovens.

Por fim, consideramos que a área de formação e até mesmo a atuação profissional dos participantes não pode ser usada como parâmetro para presumir um possível entendimento sobre questões midiáticas e de competências ligadas à técnica com aparatos tecnológicos e até mesmo pensamento crítico com relação a alguns conteúdos, considerando os resultados da pesquisa. Destacamos, ainda, a importância de estudos sobre a competência midiática de leitores no ambiente em rede, já que cada vez mais plataformas digitais são utilizadas para encontros, contribuindo para a formação de distintos espaços de criatividade e participação social.

Referências

BORGES, G.; BARBOSA, M. 2019. *Competências midiáticas em cenários brasileiros*: interfaces entre comunicação, educação e artes. Juiz de Fora: Editora da UFJF.

BRAGA, K.; MARQUES, K. 2022. *Conheça Caco Cardassi, dono do maior canal sobre Harry Potter do mundo*. UOL, 22 jun. 2022. Disponível em: https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2022/06/20/4077_conheca-caco-cardassi-dono-do-maior-canal-sobre-harry-potter-do-mundo.html. Acesso em 17 jul. 2022.

CERTEAU, M. 2000. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes.

COSSON, R. 2021. *Círculos de leitura e letramento literário*. São Paulo: Contexto.

DETERDING, S.; KHALED, R.; NACKE, L. E.; DIXON, D. 2011. Gamification: toward a definition. *In: CHI 2011 Gamification Workshop Proceedings*, Vancouver, p. 12-15.

FERRÁNDIZ, J. 2013. Clubes de lectura virtuales: el modelo por videoconferencia. Tejuelo: *Revista de ANABAD Murcia*, s/v. n. 13: p. 26–35.

FERRÉS, J; PISCITELLI, A. 2015. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. *Lumina*, v.9, n.1: p. 1-16.

FIGUEIREDO, V. L. F. 2020. *A ficção equilibrista*: narrativa, cotidiano e política. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Belo Horizonte: Relicário.

FIGUEIREDO, V. L. F. 2010. *Narrativas migrantes*: Literatura, roteiro e cinema. Rio de Janeiro: Ed. PUC – Rio: 7 letras.

FULLER D; REHBERG SEDO, D. 2013. *Reading Beyond the Book*: The Social Practices of Contemporary Literary Culture. New York: Routledge

GALLIAN, Dante. 2017. *A Literatura como remédio: os clássicos e a saúde da alma*. São Paulo: Martin Claret.

HIRSJÄRVI, I. 2013. Alfabetización mediática, fandom y culturas participativas. Un desafío global. *Anàlisi,* n. 48: p. 37-48.

JENKINS, H. 2008. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.

JENKINS, H. 2006. *Fans, Bloggers, Gamers*: Exploring Participatory Culture. New York: New York University Press.

JENKINS, H. 2015. *Invasores do texto:* fãs e cultura participativa. Nova Iguaçu: Marsupial Editora.

LÉVY, P. 2003. *A inteligência coletiva:* por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola.

MARTINS, P. 2019. *Fãs acusam J. K. Rowling de transfobia: 'Continuo sendo fã de Harry Potter, mas não dela'*. Potterish, 20 dez. 2019. Disponível em: https://potterish.com/jk-rowling-fas-acusam-transfobia-harry-potter/. Acesso em 17 jul. 2022.

MARTINS, P. 2021. J. *K. Rowling foi a escritora mais vendida do ano, mesmo acusada de transfobia*. Folha de S. Paulo, 21 de julho de 2021. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/07/jk-rowling-foi-a-escritora-mais-vendida-do-ano-mesmo-acusada-de-transfobia.shtml. Acesso em 17 jul. 2022.

MARTINS, V.; SIGILIANO, D. 2022. J. K. Rowling e Transfobia: a competência midiática na formação de comunidades momentâneas no Twitter. *In:* IV Jornada Internacional Geminis, São Carlos, 2021. Disponível em: https://doity.com.br/media/doity/submissoes/artigo-67377e8e7d60cfdb28630dec83b3560e11289beb-arquivo.pdf . Acesso em: 21 mai. 2022.

MARTINS, V.; SIGILIANO, D. 2022. #RIPJKROWLING: a competência midiática e o ativismo de fãs no Twitter. In: XIV Simpósio Nacional da ABCiber, São Paulo, 2021. Disponível em: https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber14/rt/bio/1712/822. Acesso em: 21 mai. 2022.

MENEZES, V. H. S. (2022). *Os novos tuítes de J. K. Rowling contrários às pautas da comunidade trans.* Para Além de Hogwarts, 09 mar. 2022. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Ca3pkJLMzkS/. Acesso em 17 jul. 2022.

PÉREZ-GARCÍA, C; COBO, R. F. 2021. Lectores y Clubes de Lectura en Bookstagram: El Libro como objeto estético y la lectura social en la red In: VIZCAÍNO-VERDÚ, A; BONILLA-DEL-RÍO, M; IBARRA-RIUS, N. (Orgs.). *Cultura Participativa, Fandom Y Narrativas Emergentes En Redes Sociales*. Madri: Dykinson S.L.

PETIT, M. 2013. *Leituras*: do espaço íntimo ao espaço público. São Paulo: Editora 34.

REHBERG SEDO, D. 2003. *Readers in reading groups:* an online survey of face-to-face and virtual book clubs. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/249828932_Readers_in_Reading_GroupsAn_Online_Survey_of_Face-to-Face_and_Virtual_Book_Clubs Acesso em: 21mai. 202.

REHBERG SEDO, D. (Ed.). 2011. *Reading communities*: from Salons to cyberspace. New York: Palgrave Macmillan.

SANTAELLA, L. 2013. *Comunicação ubíqua:* repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus.

SANTAELLA, L. 2004. *Navegar no ciberespaço*: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus.

SCOLARI, C. A. 2016. Transmedia Literacy: Informal Learning Strategies and Media Skills in the New Ecology of Communication, *Revista Telos - Cuadernos de Comunicación e Innovación*, p. 1-9.

THOMÉ, C. A.; MARTINS, V. C. 2021. Literatura e afetividade nas redes durante a pandemia: uma análise das interações na “Quarentena Literária”, *Rizoma*, v. 9, n. 1: p. 9-27.