

## Narrativas transmídia e competências midiáticas: uma análise sobre os comentários das transmissões do *Wizarding World Book Club* no Periscope

Vanessa Coutinho Martins<sup>1</sup>  
Claudia de Albuquerque Thomé<sup>2</sup>

### Resumo

A nova ambiência comunicacional, fruto da cultura digital, atravessou a produção e o consumo de narrativas literárias, que se expandem para as redes e são (re)criadas pelos prosumidores (SCOLARI, 2016). O artigo analisa os comentários das transmissões no Periscope do *Wizarding World Book Club*, clube do livro de Harry Potter, na comemoração aos 20 anos de lançamento do primeiro livro da saga. Com auxílio da metodologia de Ferrés e Piscitelli (2015), o estudo busca entender como os prosumidores percebem o conteúdo oferecido através do *live streaming*, e, conseqüentemente, produzem mensagens. A análise aponta para um senso crítico na produção das mensagens pelos prosumidores e conclui que as características no âmbito da expressão foram mais frequentes do que em outros aspectos analisados.

**Palavras-chave:** Competência midiática, Periscope, *Wizarding World Book Club*

### Abstract

The new communicational ambience, the result of digital culture, has crossed the production and consumption of literary narratives, which expand to the networks and are (re) created by prosumers (SCOLARI, 2016). This article analyzes the comments on the Periscope broadcasts of the *Wizarding World Book Club*, a Harry Potter Book Club, created in celebration of the 20th anniversary of the saga's first book release. Using the methodology of Ferrés and Piscitelli (2015), the study seeks to understand how prosumers perceive the content by live streaming and consequently, produce messages. The analysis indicates a critical sense in the production of messages by the prosumers and it was concludes that the characteristics within the scope of expression were more frequent than in other aspects analyzed.

**Keywords:** Media literacy, Periscope, *Wizarding World Book Club*

### Harry Potter e sua narrativa transmídia

Quando falamos de narrativas transmídia, Harry Potter muitas vezes é apontado como exemplo. A franquia, além dos sete livros e oito filmes, conta com parques temáticos, jogos para *smartphone* e mais uma enorme gama de outras ações, sempre preocupada em se manter relevante no mercado e conservar a fidelidade de seus fãs.

Gosciola (2015) nos apresenta as origens do conceito transmídia que, de acordo com o autor, apareceu pela primeira vez como *trans-media composition*, criado em 1975, pelo

---

<sup>1</sup>Mestranda em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), pós-graduada (MBA) em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Graduada em Comunicação Social - habilitado em Publicidade e Propaganda, pela Faminas - Muriaé e em Letras - Português e Inglês pela UNIFRAN.

<sup>2</sup>Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (Facom-UFJF) e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF, é líder do Grupo de Pesquisa/CNPq Narrativas midiáticas e dialogias, integra a Rede de Pesquisadores de Telejornalismo (Rede Telejor) e é membro do Grupo de Pesquisa/CNPq Estéticas de Fim de Século, da UFRJ. Jornalista graduada pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (1995) e mestre em Comunicação e Cultura também pela ECO/UFRJ (2005), é doutora em Ciência da Literatura (Teoria Literária) pela Faculdade de Letras da UFRJ (2012).

compositor e instrumentista Stuart Saunders Smith. Para Smith, *trans-media* é a composição de melodias, harmonias e ritmos diferentes para cada instrumento e para cada executor, como se fosse um compositor que complementaria a obra em harmonia e sincronia com os outros instrumentos/compositores da peça.

O conceito foi aplicado na área da Comunicação, em 1991, por Marsha Kinder, observando o quanto seu filho experimentava a ampliação da narrativa de Tartarugas Ninja. Pela manhã, o garoto assistia a série na TV, à tarde brincava com seus amigos fazendo uso do universo dos personagens e, à noite, assistia no cinema um filme das mesmas tartarugas. A autora denominou sua observação de *transmedia intertextuality*.

Henry Jenkins possui um estudo amplo sobre narrativas transmídia e, em 2003, apresenta uma definição sobre o termo, em seu artigo *Transmedia Storytelling*. Nele, o autor aborda uma lógica comercial que denomina de “franquia de entretenimento”, ao se referir sobre o modo como um mesmo universo narrativo é explorado pelas empresas atuando em distintas mídias ou por diferentes empresas associadas.

Para atrelarmos melhor os conceitos aqui expostos, é necessário abordar o conceito de cultura participativa (*participatory culture*) de Jenkins (2008). O autor afirma que o termo se refere a uma série de comportamentos socioculturais que transformam o fã participante em um consumidor ativo, além de crítico e interventor. Com ela, os fãs e consumidores são convidados a produzir e difundir novos conteúdos de forma não remunerada, sendo, com isso, fruto da convergência midiática e da apropriação tecnológica desses fãs, que também reproduzem conteúdos que foram criados originalmente pelas marcas. Por convergência, Jenkins entende como um:

[...] fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre os múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2008, p.11).

O ato de contar uma história em diferentes plataformas é um dos principais elementos da cultura de convergência (JENKINS, 2006), mas o conceito de narrativa transmídia, segundo o autor, ainda pressupõe condições mais específicas, considerando o desenrolar da história em várias plataformas, de forma expandida, e com cada meio oferecendo o que tem de melhor, “com cada novo texto fazendo uma contribuição distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2006, p. 95 e 96).

Jenkins destaca a importância das redes sociais para a transmídia. Elas são divididas em partes veiculadas por diferentes meios de comunicação. “Cada história de um projeto transmídia deve ser percebida pela audiência como uma parte cuidadosa e devidamente separada e não como um pedaço cortado à esmo [...]” (GOSCIOLA, 2015, p. 8).

A construção de um projeto transmídia, com narrativas que dialogam mas que são independentes, está presente no clube do livro de Harry Potter, objeto desta pesquisa e que será discutido mais adiante. O clube do livro fez uso de redes sociais para a expansão de sua ação, aproveitando as peculiaridades de cada uma. Temos aí um exemplo do fenômeno de transmidiação.

Entendemos transmidiação como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdo associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelo ambiente de convergência. Por envolver uma cadeia criativa multiplataforma, esse modelo de produção é adotado mais frequentemente por corporações que atuam em distintas mídias. (FECHINE et al., 2013, p. 26)

O cenário midiático caracterizado pela transmidiação cria novos ambientes para a experiência da literatura expandida na rede social digital. Mudanças na forma de leitura proporcionaram características distintas ao leitor, que não mais se encontra recluso em suas leituras e sim, imerso no ciberespaço. Com uma rápida busca pela internet, podemos encontrar uma grande variedade de conteúdos produzidos por fãs nas mais diversas plataformas e que não possuem nenhum vínculo com a empresa. Segundo Primo (2013, p. 15) “o público se apropria dos conteúdos e essa relação mostra-se cooptada e útil para o mercado”. Assim, as narrativas se expandem de um meio a outro e os fãs participam ativamente na construção de outros cenários dentro de um mesmo universo. “Atualmente, o público deseja vivenciar as histórias e até mesmo colaborar com elas em tempo real, por meio de múltiplas telas.” (SANTAELLA, 2013, p. 238) Tais contribuições configuram um novo tipo de consumidor. São os denominados prosumidores (*prosumers*).

Alvin Toffler (1980), em seu livro “*The Third Wave*”, argumenta que consumidores são um fenômeno da era Industrial sendo substituídos, na era Pós-Industrial, pelos prosumidores. Termo que, segundo o autor, descreve pessoas que produzem muitos dos serviços e bens que consomem. São pessoas que, por exemplo, fazem suas próprias roupas e cozinham sua própria comida. Philip Kotler, em seu artigo “*The Prosumer Movement: a New Challenge for Marketers*” (1986), expandiu esse conceito para incorporar oportunidades nas áreas de pesquisa de mercado, produto, preço, praça e promoção.

A grande revolução do termo ocorreu na chamada era da *Internet*. Com o surgimento dos *blogs* e das redes sociais digitais, por exemplo, produções e criações de conteúdo de narrativas, contribuindo para a expansão do universo das marcas, passaram a fazer parte do conceito, abarcando a perspectiva transmídia.

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*<sup>3</sup> surge a partir de baixo e se junta ao cânone oficial, contribuindo ainda mais para a expansão do mundo narrativo transmídia<sup>4</sup>. (SCOLARI, 2016, P. 3)

A partir desse aporte teórico, trataremos, ao longo desse artigo, os fãs e leitores participantes das transmissões do *Book Club* como prosumidores. Fãs que, ao mesmo tempo em que consomem a literatura, produzem conteúdos derivados do produto original. Assim, este artigo busca compreender a relação do *Wizards World Book Club* no Periscope com seus participantes e analisar os efeitos das transmissões na opinião desses participantes, avaliando a competência midiática nesta cultura participativa de prosumidores.

### **O *Wizards World Book Club***

O *Wizards World Book Club* foi um clube do livro de Harry Potter criado pelo Pottermore<sup>5</sup>, 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 fãs cadastrados no *site*<sup>6</sup>, 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 participante 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

<sup>3</sup> Segundo Jenkins, Ford e Green (2014), o termo se refere a práticas coletivas de fãs

<sup>4</sup> Tradução própria. 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.”

<sup>5</sup> Pottermore.com é o canal oficial de entretenimento e notícias para o *Wizards World* (mundo mágico de Harry Potter). Ele oferece as últimas notícias, recursos mágicos e conteúdos originais de J.K. Rowling, autora da saga. O *site* tem criado experiências digitais para os fãs do Mundo Mágico desde 2012. Fonte: <https://www.pottermore.com/about/us>. Acesso em 17/07/2019

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.pottermore.com/>. Acesso em: 17/07/2019

Britânico) na conta @wwbookclub, sendo uma leitura guiada, em que 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. O clube do livro também esteve presente no Facebook<sup>7</sup>, Instagram<sup>8</sup>, Snapchat<sup>9</sup> e Periscope, sendo o Twitter a rede central das conversações.

Em suma, para participar do clube do livro, o fã 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).

O prosumidor participante, que deslizava por diversas plataformas e acompanhava o fluxo da narrativa transmídia, teve de se adequar a cada ambiente e às mudanças nas linguagens características de cada rede. O *Book Club* fez uso da rede Periscope, foco desta pesquisa, que contou com duas transmissões ao vivo e que serão detalhadas mais adiante neste artigo.

### O Periscope e o formato *Live Streaming* de vídeo

A ação do *Book Club* no Periscope chama a atenção pela sua dinâmica das interações entre os prosumidores, que acaba convergindo a conversação para as outras redes da ação. A análise desse ambiente possibilita o entendimento de fenômenos comunicacionais em rede envolvendo leitores.

O formato de transmissão de vídeo ao vivo é usado com o objetivo de ampliar a interação com o público em tempo real. Além disso, cria uma ideia de transparência por parte de quem está transmitindo, já que não há a possibilidade de edição posterior e tudo acontece como em uma conversa cotidiana, de forma espontânea.

Com relação ao termo interação, Primo (2008) afirma que a interação mediada pelo computador é frequentemente valorizada mais em termos tecnológicos do que comunicacionais, e, dessa forma, seria o equivalente a fechar os olhos para o que há além do computador. O termo seria então, para o autor, a ação e/ou relação que acontece entre os

<sup>7</sup> Uma página específica para *Book Club* não foi criada para essa rede. Logo, os conteúdos da ação eram inseridos juntamente com outros da franquia na página oficial do Pottermore no Facebook: <https://www.facebook.com/pottermore/>. Acesso em: 01/06/2019

<sup>8</sup> Uma conta específica para o *Book Club* não foi criada no Instagram. Assim, conteúdos do clube do livro foram inseridos juntamente com outros nessa rede: <https://www.instagram.com/pottermore/?hl=pt>. Acesso em 01/06/2019

<sup>9</sup> Snapchat do evento: <https://www.snapchat.com/add/wizardingworld>. Acesso em: 09/11/2019

participantes. “[...] A interação não deve ser vista como característica do meio, mas um processo que é construído pelos interagentes.<sup>10</sup>” (PRIMO, 2008, p. 39)

A transmissão de vídeo ao vivo na rede social digital abre uma janela para uma conversa mais próxima, com ações simultâneas em que os prosumidores entram em cena e atuam de forma direta com quem está gerando a transmissão mas também entre si. Segundo Jenkins *et. al* 2014, conforme o meio fica mais rápido, ele fica mais emocional. Em decorrência disso, há um aumento nas conversações no ambiente, já que o formato desperta o interesse dos usuários em participar da conversa em um ambiente mais íntimo, tornando os participantes e quem está transmitindo o conteúdo mais próximos, facilitando assim, o engajamento em outros canais.

Para Recuero (2013, *online*), engajamento “é uma decorrência do envolvimento das pessoas entre si e com a marca como *persona*. É a construção de laços mais fortes, de capital social<sup>11</sup> naquele espaço e naquela rede.” Segundo a autora (2018), a interação seria a matéria-prima das relações sociais e permite compreender as relações que os interagentes estabelecem, caso sejam capazes ou não de gerar laços entre si. Para ela, laços sociais são “a efetiva conexão entre os atores<sup>12</sup> que estão envolvidos nas interações. Ele é resultado, deste modo, da sedimentação das relações estabelecidas entre agentes.” (RECUERO, 2014, p. 38).

As ferramentas que possibilitam o formato *live streaming* de vídeo são muitas e a escolha se configura de acordo com o objetivo de cada transmissão e rede social que se pretende atingir. Alguns exemplos desse tipo de ferramentas são: Facebook *Live*, uma opção gratuita do Facebook que permite transmissões ao vivo nas páginas e perfis; YouTube *Live*, ferramenta que permite gravações ao vivo desde que associadas a uma conta do Google; *Live Stream*, plataforma paga voltada principalmente para empresas de maior porte e que necessitem de vídeos com qualidade profissional; *Live Stories* do Instagram, ferramenta que permite transmissão de conteúdo ao vivo e conta com a possibilidade de deixar o conteúdo disponível no *Stories* durante 24 horas; dentre outras.

O Periscope, rede social digital em foco nesta pesquisa, possui integração com o Twitter, mas é possível ter acesso aos conteúdos sem uma conta no *microblogging*. Além disso, ele também possui a funcionalidade que permite aos usuários seguirem outros perfis. A plataforma alega, no site da empresa<sup>13</sup>, que a intenção por detrás de sua criação foi a de

<sup>10</sup> De acordo com Primo (2003), interagente é o participante da interação

<sup>11</sup> Segundo Recuero (2018, p. 50), capital social é “um conjunto de recursos de um determinado grupo [...] que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que apropriado individualmente, e que está baseado na reciprocidade [...]”

<sup>12</sup> Recuero (2008) afirma que os atores são as pessoas envolvidas na rede que se analisa

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.periscope.tv/about>. Acesso em 23/12/2019



introduzir algo que desse a sensação de teletransporte aos usuários. Ele veio perdendo notoriedade desde o seu lançamento<sup>14</sup> e o número de pessoas *on-line* fazendo *lives* via app caiu consideravelmente. Basta fazermos uma comparação com a sua posição no *ranking* de aplicativos mais baixados para iOS em 2015<sup>15</sup>, quando ele ocupava a 167ª posição, e em 2019, quando ele sequer aparece na lista dos 500 mais baixados<sup>16</sup>.

### O *Book Club* no Periscope

O *Wizarding World Book Club*, como mencionado anteriormente, teve duração de um ano, e no momento não apresenta mais conversações na rede. Porém, quando estava ativo, realizou duas transmissões ao vivo através da plataforma Periscope. A primeira<sup>17</sup> aconteceu em 22 de agosto de 2017, teve 23m 58s de duração e contou com 1.553 espectadores ao vivo e 18.572 espectadores da repetição<sup>18</sup>, totalizando 317<sup>19</sup> comentários durante a transmissão. A segunda<sup>20</sup> ocorreu em 11 de dezembro de 2017, teve 12m 43s de duração e contou com 2.588 espectadores ao vivo e 11.569 espectadores da repetição, totalizando 46 comentários durante a transmissão.

Ambas foram divulgadas nas contas do @pottermore no Twitter, Facebook e Instagram e na conta @wwbookclub no Twitter, havendo interação dos participantes, mas a interação maior, e alvo desta pesquisa, são os comentários que foram produzidos durante as transmissões ao vivo no Periscope.

**Imagens 1<sup>21</sup> e 2<sup>22</sup>:** Posts na conta @wwbookclub no Twitter sobre as transmissões no Periscope

<sup>14</sup>O lançamento do Periscope ocorreu em 26 de março de 2015. Disponível em:

<https://exame.abril.com.br/tecnologia/periscope-atingiu-1-milhao-de-usuarios-em-seus-primeiros-10-dias/>. Acesso em: 08/08/2019

<sup>15</sup> Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/periscope-atingiu-1-milhao-de-usuarios-em-seus-primeiros-10-dias/>. Acesso em: 08/08/2019

<sup>16</sup> Disponível em: [https://www.appannie.com/apps/google-play/top-chart/?country=US&category=1&device=&date=2019-08-08&feed=All&rank\\_sorting\\_type=rank&page\\_number=0&page\\_size=500&table\\_selections=](https://www.appannie.com/apps/google-play/top-chart/?country=US&category=1&device=&date=2019-08-08&feed=All&rank_sorting_type=rank&page_number=0&page_size=500&table_selections=). Acesso em 08/08/2019

<sup>17</sup> Primeira transmissão: <https://www.pscp.tv/w/1ZkKzOqrDPDGv>. Acesso em: 26/07/2019

<sup>18</sup>Dados fornecidos pela própria plataforma, disponíveis dentro de cada transmissão. Acesso em 26/07/2019

<sup>19</sup>Contagem de comentários realizada de forma manual pela autora.

<sup>20</sup> Segunda transmissão: <https://www.pscp.tv/wwbookclub/1kvJpkjqVDoGE>. Acesso em 26/07/2019

<sup>21</sup>Tradução livre: “Bem vindo ao *Wizarding World Book Club*, ao vivo do @TwitterUK! Embarque nos comentários e se junte à conversação.”

<sup>22</sup>Tradução livre: “Estamos ao vivo na *House of Mina Lima* com uma edição especial de Natal do *Wizarding World Book Club*.”



Fonte: <https://twitter.com/wvbookclub>. Acesso em 17/07/2019

Os convidados do primeiro vídeo foram Liam Dryden<sup>23</sup> (@LiamDrydenEtc), Hannah Witton<sup>24</sup> (@hannahwitton) e Marcelo Neves<sup>25</sup> (@mpnevess) do @potterish; todos fãs de Harry Potter. Nas duas transmissões do *Wizarding World Book Club*, o local da transmissão tinha uma ambientação de sala de estar, com cadeiras para os convidados e entrevistadores, criando um ambiente de intimidade com os participantes. A primeira transmissão ocorreu no escritório do Twitter no Reino Unido (@TwitterUK) e a segunda ocorreu na *House of MinaLima*<sup>26</sup> (@minalima) e contou com a participação de Miraphora Mina, que apenas fez a leitura de uma passagem de Natal de um dos livros (escolhida pelos organizadores), e também contou com a presença de Sanne Vliegenthart<sup>27</sup> (@booksandquills), fã de Harry Potter.

A interação entre os prosumidores começou antes mesmo do início da primeira transmissão ao vivo, em um *tweet* na conta do Pottermore e também em postagens feitas no Facebook e Instagram da empresa. Uma forma de “aquecimento” para o evento, funcionando como uma estratégia de aproximação e promoção. Os participantes foram convidados a submeter uma pergunta sobre os livros Pedra Filosofal [*Harry Potter and the Philosopher's Stone*] e Câmara Secreta [*Harry Potter and the Chamber of Secrets*], o primeiro e segundo livro da saga, que tinham sido abordados até o momento no clube do livro. Não houve interação do *Book Club* com os prosumidores, apenas entre os participantes que interagiram e

<sup>23</sup>Liam Dryden é ator, cinegrafista e músico.

<sup>24</sup>Hanna Witton é criadora de conteúdo digital.

<sup>25</sup>Marcelo Neves é atualmente diretor geral do potterish.com, maior *website* brasileiro dedicado a Harry Potter. O *site* está no ar desde 2002.

<sup>26</sup>Estúdio de design por detrás dos suportes gráficos dos filmes Harry Potter e Animais Fantásticos, fundado por Miraphora Mina e Eduardo Lima.

<sup>27</sup>Sanne Vliegenthart é produtora de conteúdo digital.



responderam às perguntas que iam surgindo. “Para se compreender um universo transmídia, o leitor/usuário deve unir os textos dispersos nas diferentes plataformas como se fosse um quebra-cabeça. Mas a narrativa transmídia vai além, transformando práticas de consumo.” (SCOLARI, 2016, p. 3). Logo, os fãs que participaram ativamente deslizavam entre as plataformas, passando por interação no *tweet* do @pottermore, postagem no Facebook e Instagram da empresa, para a conta do *Book Club* no Periscope, e, finalmente, para a Twitter do @wwbookclub, não necessariamente nessa ordem ou em todos esses ambientes; de uma forma não linear, adentrando entre os nós e nexos da hipermídia.

A não linearidade é uma propriedade do mundo digital, e a chave-mestra para a descontinuidade se chama *hyperlink*, a conexão entre dois pontos no espaço, um conector especial que aponta para outras informações disponíveis e que é o capacitador essencial do hipertexto e da hipermídia. Assim, a hipermídia é constituída pela hibridação de linguagens, processos, signos, códigos e mídias. [...] Através das ações associativas e interativas do receptor, essas partes vão se juntando, transmutando-se em incontáveis versões virtuais que brotam na medida mesma em que o receptor se coloca em posição de co-autor. (SANTAELLA, 2013, p. 198)

**Imagens 3<sup>28</sup> e 4<sup>29</sup>:** *post no Twitter e Instagram do Pottermore promovendo a primeira live*



Fonte: <https://twitter.com/wwbookclub> e <https://www.instagram.com/pottermore/?hl=pt-br>. Acesso em 17/07/2019

<sup>28</sup>Tradução livre: “Antes do nosso evento @wwbookclub ao vivo hoje à noite, envie uma pergunta sobre a Pedra Filosofal ou Câmara Secreta! Basta comentar abaixo. #wwbookclub”

<sup>29</sup>Tradução livre: @pottermore: “Quer compartilhar seus pensamentos sobre a Pedra Filosofal e Câmara Secreta com #wwbookclub? Envie perguntas sobre os dois livros neste post e junte-se a nós ao vivo no Twitter amanhã às 19h15 (horário de verão Britânico)!”

Foi possível identificar nesse *tweet* do @pottermore alguns participantes frequentes nas conversações do @wwbookclub, e que também participaram da transmissão ao vivo de forma ativa. Entretanto, o objetivo desta pesquisa não é o apontamento dos prosumidores mais frequentes e influenciadores e, sim, analisar as dimensões da competência midiática dos participantes das transmissões ao vivo, fazendo uso da metodologia de Ferrés e Piscitelli (2015)

Duas perguntas provenientes dessas postagens nas redes do Pottermore, informadas na tabela abaixo, foram utilizadas na primeira transmissão e os convidados deram suas opiniões. Instantaneidade e ubiquidade são características provenientes dos meios participativos. De acordo com Santaella (2013, p. 278) o que caracteriza o leitor ubíquo “é uma prontidão cognitiva ímpar para orientar-se entre nós e nexos multimídia, sem perder o controle da sua presença e do seu entorno no espaço físico em que está situado.”

Como mencionado anteriormente, a primeira transmissão girou em torno dos dois primeiros livros, já a segunda contou com o tema “Natal”, sem foco em livro específico. As perguntas realizadas durante as duas transmissões se encontram na tabela abaixo:

**TABELA 1 - Perguntas feitas nas transmissões ao vivo**

Primeira transmissão	TRADUÇÃO
<b>Philosopher's Stone</b>	<b>Pedra Filosofal</b>
What was your first impression of the Dursley family?	Qual foi sua primeira impressão da família Dursley?
What makes Harry believe he is a wizard?	O que faz Harry acreditar que ele é um bruxo?
Do you think the house points system is fair?	Você acha que o sistema de pontos das casas é justo?
What was your standout moment in Philosopher's Stone?	Qual foi o seu momento de destaque na Pedra Filosofal?
<b>Chamber of Secrets</b>	<b>Câmara Secreta</b>
What makes the Burrow so appealing?	O que torna a Toca tão atraente?
Is Hagrid as trustworthy as he seems?	Hagrid é tão digno de confiança quanto parece?
Does Harry always make good choices?	Harry sempre faz boas escolhas?
What was your standout moment in Chamber of Secrets?	Qual foi o seu momento de destaque na Câmara Secreta?
<b>Perguntas dos usuários a partir de postagens feitas pelo Pottermore</b>	
What do you think Hermione would see in the Mirror of Erised?	O que você acha que Hermione veria no Espelho de Ojesed?
Do you think Dobby knew the full power of Tom Riddle's diary?	Você acha que Dobby sabia de todo o poder do diário de Tom Riddle?
<b>Pergunta feita apenas na transmissão</b>	
What would you say to someone who has never read the Harry Potter books?	O que você diria para alguém que nunca leu os livros de Harry Potter?
<b>Segunda Transmissão (sem foco em livro específico)</b>	
What's your favourite Christmas moment in the Harry Potter books?	Qual é o seu momento de Natal favorito nos livros de Harry Potter?
Do you think Harry ever gets used to receiving presents?	Você acha que Harry se acostumou a receber presentes?
What do you think Dumbledore actually sees in the Mirror of Erised?	O que você acha que Dumbledore realmente vê no Espelho de Ojesed?
Where would you rather spend Christmas: at Hogwarts or the Burrow?	Onde você preferiria passar o Natal: em Hogwarts ou na Toca?

Fonte: elaboração própria

### Potterheads<sup>30</sup> e a competência midiática

Para o desenvolvimento desta pesquisa, os dois vídeos foram salvos através de ferramenta de captura de tela disponível em *smartphones*. Em seguida, *prints* foram realizados de modo a separar os comentários, e, dessa forma, agrupá-los de acordo com padrões de comportamento associados às dimensões e indicadores apresentados por Ferrés e Piscitelli (2015) nos âmbitos da **análise** e da **expressão**, onde a análise está relacionada com a participação das pessoas que recebem mensagens e interagem com elas, e a expressão, com as pessoas que produzem as mensagens. (Ibid., p. 5-6). A metodologia prevê a análise a partir de seis dimensões básicas. São elas: Linguagem, Tecnologia, Processos de interação, Processos de produção e difusão, Ideologia e valores e Estética. A partir delas, são elaborados os indicadores nos âmbitos da análise e da expressão. A competência midiática está em foco neste artigo, e de acordo com Ferrés e Piscitelli (Ibid. p. 3) o conceito

nasceu associado ao mundo do trabalho e dos negócios. Gradualmente foi sendo incorporado ao mundo acadêmico até se converter em um conceito central para as reformas educativas na maioria dos países da União Europeia, incluindo a Espanha. [...] É geralmente entendida como uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes consideradas necessárias para um contexto determinado [...] Não se pensa em uma competência que garanta a eficácia profissional, mas que potencialize a excelência pessoal. (FERRÉS E PISCITELLI, Ibid, p. 3-4)

O cidadão deve desenvolvê-la interagindo de modo crítico com mensagens produzidas pelos demais, e também sendo capaz de produzir e divulgar as suas próprias mensagens. Ela deverá contribuir para o desenvolvimento da autonomia pessoal de cidadãos e cidadãs, bem como o seu compromisso social e cultural.

Para Scolari (2016), a competência midiática está diretamente ligada a um sujeito ativo que, além de desenvolver habilidades interpretativas e cada vez mais sofisticadas para entender os novos formatos narrativos, cria novos conteúdos, recombina e compartilhando através da rede; o que o difere da forma de consumo do consumidor de mídia tradicional. Lévy (2007) afirma que competências são desenvolvidas em nossas interações, em atos de comunicação que geram aprendizado.

Em nossas interações com as coisas, desenvolvemos competências. Por meio de nossas relações com os signos e com a informação adquirimos conhecimentos. Em relação com os outros, mediante iniciação e transmissão, fazemos viver o saber. Competência, conhecimento e saber (que podem dizer respeito aos mesmos objetos) são três modos complementares do negócio cognitivo, e se transformam constantemente uns nos outros. Toda atividade, todo ato de comunicação, toda relação humana implica um aprendizado. Pelas competências e conhecimentos que

---

<sup>30</sup> Aquele ou aquela que é fã de Harry Potter

envolve, um percurso de vida pode alimentar um circuito de troca, alimentar uma sociabilidade de saber. (LÉVY, 2007, p. 27)

Segundo Lévy (Ibid., p. 29) para que possamos fazer um apontamento de competências é “preciso reconhecê-las em toda a sua diversidade”. E, além disso, é importante ter em conta, como assinala Jenkins (2014), que nem todos os cidadãos têm acesso e conhecimento igual sobre as tecnologias e as habilidades necessárias para acioná-las. Com isso, ao analisarmos os comentários enquadrados neste recorte, é de suma importância, além do reconhecimento das diversidades referentes às competências, considerarmos os diversos contextos em que os prosumidores estão inseridos e que, conseqüentemente, afetam na produção de sentido e no modo como os mesmos percebem o conteúdo oferecido e produzem a partir dele.

A participação ativa e responsável no século XXI é mais complexa e necessita de competências mais refinadas do que a participação na antiga esfera pública modelada pelas mídias unidirecionais, como os livros e jornais. É preciso pensar em uma alfabetização na inteligência coletiva no meio digital. (LÉVY, 2017)

A primeira transmissão do *Book Club* no Periscope funcionou como um modelo de perguntas e respostas feitas aos convidados. Algumas perguntas possuíam pequenas diferenças em relação às que foram feitas pelo @wwbookclub no Twitter, mas mantinham a mesma essência e algumas eram exclusivas da transmissão, vindas a partir das postagens de “aquecimento” mencionadas anteriormente. Os prosumidores também responderam às perguntas, opinaram sobre as respostas dos convidados e interagiram com as respostas de outros participantes da transmissão. Ações essas que apontam a “capacidade de se expressar mediante uma ampla gama de sistemas de representação e significados” (FERRÉS e PISCITELLI, 2015, p. 9), enquadradas na dimensão de **Linguagem** no âmbito da expressão. Foi possível perceber que *emojis* foram utilizados com mais frequência na segunda transmissão, caracterizando diferentes estilos de representação pelos interlocutores que resultam em “uma produção especificamente digital, quer dizer, que só o digital torna possível” (SANTAELLA, 2013, p. 2013). Segundo Lévy (2007, p. 53) “na comunicação escrita tradicional, todos os recursos de montagem são empregados no momento da redação [...]”. Os comentários não são apenas textuais, mas também imagéticos, como no exemplo: “@prosumidor: *The snake is brazilian!* 🇧🇷”<sup>31</sup>.

Dentro da dimensão da **Tecnologia**, no âmbito da análise, vemos interações significativas dos prosumidores, que, por exemplo, respondem aos outros participantes

---

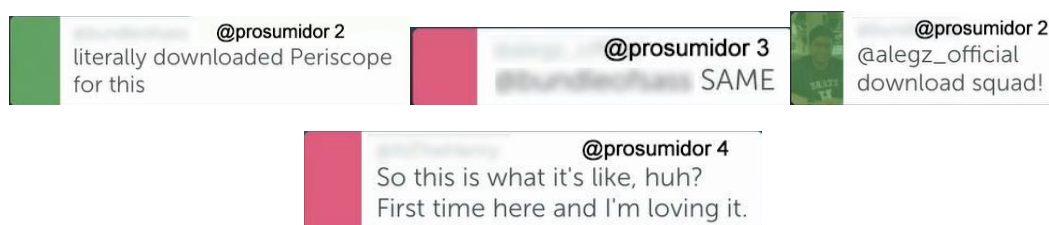
<sup>31</sup> Tradução livre: “a cobra é brasileira”

através da menção pelo @, de forma que a conversa se manteve organizada, seguindo um fluxo de raciocínio. Seguindo a “capacidade de se desenvolver com eficácia nos ambientes hipermidiáticos, transmidiáticos e multimodais.” (FERRÉS e PISCITELLI, 2015, p. 10) A organização na conversa é uma condição importante para que a interação seja efetivada, como aponta Recuero (2012).

Um das ideias mais frequentes a respeito da conversação é o fato de que se trata de um evento organizado. Ou seja, a conversação, apesar de aparentemente caótica, precisa ter algum tipo de organização para que sua realização seja possível. Pessoas falando ao mesmo tempo em um mesmo ambiente, por exemplo, não constituem uma conversação, pois não é possível que os atores consigam compreender o que está sendo dito e estabeleçam uma continuidade nas interlocuções. (RECUERO, 2012, p. 65)

Permanecendo na mesma dimensão, mas no âmbito da expressão, encontramos exemplos da “capacidade de manusear com correção ferramentas em um ambiente multimidiático e multimodal.” (FERRÉS e PISCITELLI, op. cit., p. 10) Temos exemplos de participantes que criaram uma conta no Periscope apenas para interagirem nessa ação em especial e que se ambientaram bem na plataforma. Um perfil foi identificado com a seguinte descrição: “@prosumidor 1: *I only made this so I could be involved in the Wizarding World Book Club @WWBookClub.*”<sup>32</sup> Ainda em relação à criação da plataforma apenas para participação do evento, comentários mencionando tal questão foram identificados na primeira transmissão.

**Imagens<sup>33</sup> 5, 6, 7 e 8:** sequência de mensagens de prosumidores informado sobre *download* do Periscope na primeira transmissão



**Fonte:** <https://www.pscp.tv/w/1ZkKzOqrDPDGv?q=wwbookclub>. Acesso em 28/07/2019

Os ambientes analisados possuíam características plurais e multiculturais. Uma necessidade de informar o país de origem foi encontrada nas duas transmissões, logo no

<sup>32</sup> Tradução livre: “eu apenas criei isso para fazer parte do *Wizarding World Book Club*”

<sup>33</sup> Tradução livre: @prosumidor 2: “literalmente baixei o Periscope para isso.”/ @prosumidor 3: “eu também”/ @prosumidor 2: “time do *download!*”/ @prosumidor 4: “então é assim que é, huh? Primeira vez aqui e estou amando!”



início, e, em seguida, informar de qual casa<sup>34</sup> fazem parte, funcionando como uma saudação. “A inteligência coletiva é um processo de crescimento, de diferenciação e de retomada recíproca das singularidades.” (LÉVY, 2007, p. 32) Em ambas as situações - tanto na informação fática sobre o país de origem quanto na identificação de sua casa no mundo fictício - percebemos que os prosumidores buscam por pontos de contato em comum, como uma forma de pertencimento e, ao mesmo tempo, de individualidade através do ciberespaço.

Claro que o ciberespaço ou o espaço da informação não significa anulação do espaço, mas apenas a realização tecnológica do espaço topológico, o espaço da justaposição do próximo e do longínquo, do simultâneo. Ou seja, com o ciberespaço, vivemos cada vez mais o espaço como sendo espaço das relações de vizinhança, espaço de conexões. (PARENTE, 2013, p. 100)

Tais apontamentos se enquadram nos **Processos de interação**, no âmbito da expressão, em que há interações de “pessoas e coletivos diversos.” (FERRÉS e PISCITELLI, 2015, p. 10) Somado a isso, há toda a relação entre os fãs referente à capacidade desses prosumidores de interagirem em diferentes ambientes comunicacionais. O ambiente é de conversa e de saudação, em uma mistura lúdica entre o que é fático e o que é fictício, como pode ser observado no exemplo a seguir, em que dois prosumidores se apresentam:

@prosumidor: *Hi guys, I'm from SP, Brasil*<sup>35</sup>

@prosumidor: *I'm in Hufflepuff*<sup>36</sup>

Nas dimensões de **Processos de produção e difusão**, no âmbito da expressão, a “capacidade de selecionar mensagens significativas, apropriar-se delas e transformá-las para produzir novos significados” (FERRÉS e PISCITELLI, *Ibid.*, p. 11) esteve presente consideravelmente na primeira transmissão. A resignificação de conteúdo por alguns participantes se manteve, de forma que a apropriação ocorreu tanto através das falas e posicionamentos dos convidados, quanto das mensagens de outros prosumidores da conversação, em produções de caráter pessoal e coletivo.

@prosumidor: *Try imagining the opposite of our world... magic instead of tech. That's Harry Potter*<sup>37</sup>

---

<sup>34</sup>As casas são: Grifinória, Sonserina, Corvinal e Lufa-Lufa (em inglês Gryffindor, Slytherin, Ravenclaw e Hufflepuff). Elas são como subdivisões por aptidão e personalidade de cada estudante bruxo.

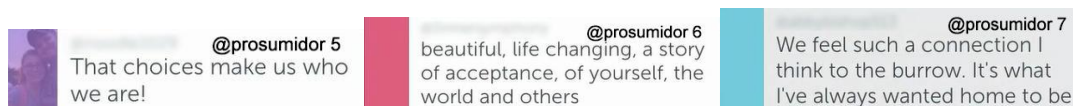
<sup>35</sup> Tradução livre: “oi, pessoal! sou de SP, Brasil

<sup>36</sup> Tradução livre: “sou de Lufa-lufa”

<sup>37</sup> Tradução livre: “tente imaginar o oposto do nosso mundo... mágica em vez de tecnologia. Isso é Harry Potter.”

Com relação à **Ideologia e valores** no âmbito da análise, foi possível identificar mensagens, na primeira transmissão, com participantes apresentando capacidade de reconhecimento dos processos de identificação emocional com os personagens e com as situações das histórias, como potencial mecanismo de manipulação, ou como oportunidade para conhecimento próprio com a finalidade de se abrir a outras experiências. (FERRÉS e PISCITELLI, Ibid., p. 13) “A base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas, e não o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas.” (LÉVY, 2007, p. 29)

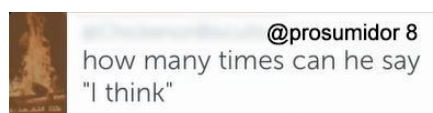
**Imagens<sup>38</sup> 9, 10 e 11:** mensagens com cunho ideológico e transmissão de valores



Fonte: <https://www.pscp.tv/w/1ZkKzOqrDPDGv?q=wwbookclub>. Acesso em 28/07/2019

Por último, na dimensão da **Estética**, inserido no âmbito da análise, identificamos um prosumidor participante da segunda transmissão que se mostrou incomodado com a forma com que o apresentador estava se comunicando, devido à excessiva repetição do termo “Eu acho”; bloqueando, de certa forma, a “capacidade de extrair prazer dos aspectos formais.” (FERRÉS e PISCITELLI, op. cit., p.14) Exemplificando, assim, que não apenas o que se comunica como também a forma como se comunica produz tal efeito no receptor da mensagem.

**Imagem 12<sup>39</sup>:** aspecto na forma como o apresentador se comunica



Fonte: <https://www.pscp.tv/wwbookclub/1kvJpkjqVDoGE>. Acesso em 26/07/2019

“Quando um membro de um grupo orgânico realiza uma ação, os outros avaliam imediatamente como esse ato repercute em sua situação [...]” (LÉVY, 2007, p. 55) Uma avaliação estética imediata que encontra na rede um espaço de maior visualização,

<sup>38</sup>Tradução livre: @prosumidor 5: “essas escolhas nos fazem quem somos.” / @prosumidor 6: “bonita, provoca mudanças na nossa vida, uma estória de aceitação de nós mesmos, do mundo e outros” / @prosumidor 7: “nós sentimos uma conexão. Eu acho que a Toca. É como eu sempre quis que uma casa fosse.”

<sup>39</sup>Tradução livre: @prosumidor 8: “quantas vezes ele consegue dizer ‘Eu acho?’”

possibilitando uma ampla avaliação e correção, sendo transformada e ajustada através desse meio.

### Considerações finais

A análise dos comentários das transmissões no Periscope do *Wizarding World Book Club*, na comemoração aos 20 anos de lançamento do primeiro livro da saga, com base na metodologia de Ferrés e Piscitelli (2015), revelou características importantes da ação dos prosumidores a partir do conteúdo oferecido através do *live streaming*. A análise detectou, na produção de mensagens, que o ambiente de conversação do clube do livro do Harry Potter no Periscope possui características plurais e multiculturais. Nas duas transmissões, os prosumidores se apresentam por uma localidade, fática e/ou fictícia, informando em uma saudação seu país de origem ou sua casa na saga. Na interação, buscam por pontos de contato em comum, como uma forma de pertencimento e, ao mesmo tempo, de individualidade no ciberespaço. O pertencimento e a busca por um ambiente caracterizado pela formação de laços sociais aparecem também na linguagem, com mensagens não apenas textuais mas imagéticas, com emojis e até bandeiras de seus países.

Levando em conta a metodologia empregada, pautada nos indicadores de competência midiática, notou-se ainda que características no âmbito da expressão foram mais frequentes durante as duas transmissões analisadas no Periscope. Porém, para que o prosumidor possa se expressar de forma crítica, necessita analisar os conteúdos oferecidos da mesma forma. Sendo assim, a recepção e a produção crítica de conteúdo estão interligadas na rede.

Essas avaliações puderam ser realizadas de uma forma mais abrangente graças ao conteúdo proveniente da primeira transmissão, que gerou maior conversação. Mesmo a segunda transmissão tendo uma duração menor, o número de espectadores ao vivo e capazes de produzir conteúdo foi maior, mas não se sentiu motivado a fazê-lo. A dimensão da ideologia e valores proposta por Ferrés e Piscitelli (2015) auxiliou na padronização de comportamento no modo como os fãs perceberam e produziram as mensagens auxiliando na conclusão.

As perguntas elaboradas pelo *Book Club* tinham um toque pessoal que faziam o prosumidor refletir sobre questões íntimas, tendo os temas como um mote para transmissão de valores, que foram acolhidos e destrinchados pelos participantes. Uma espécie de *quiz* de conhecimento da saga que ajudou na construção de conhecimento em torno da história,

modificando a opinião de alguns e sempre dando um gancho no final de cada transmissão para as discussões do Twitter.

A franquia adotou estratégias comunicacionais efetivas, considerando o contexto de convergência e o potencial de uma proposta transmídia, com a entrega de novas experiências, que foram ressignificadas pelos prosumidores, proporcionando desdobramentos originais e renovando, assim, o cânone que se mantém vivo na mente do fã que tem a possibilidade de colaborar na expansão desse mundo narrativo.

### Referências Bibliográficas:

FECHINE, Yvana. et al. Como pensar os conteúdos transmídia na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.) **Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013

FERRÉS, J; PISCITELLI, A. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. In **Lumina**, v. 9, n, 1, p. 1-16, 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/3EQnc6>>. Acesso em 17/07/2019

JENKINS, Henry *et al.* **Confronting the Challenges of Participatory Culture, Media Education for the 21st Century**. Massachusetts: The MIT Press, 2009

\_\_\_\_\_. **Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación**. Tradução: Pablo Hermida. Barcelona: Paidós, 2008.

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

KINDER, Marsha. **Playing with Power in Movies, Television and Video games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles**. Berkeley/Los Angeles: University of California Press, 1991

KOTLER, Philip. The Prosumer Movement: a New Challenge For Marketers, in **NA - Advances in Consumer Research**, 1986, Volume 13, eds. Richard J. Lutz, Provo, UT: Association for Consumer Research, página: 510-513. Disponível em: <http://acrwebsite.org/volumes/6542/volumes/v13/NA-13>. Acesso em: 17/12/2019

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

\_\_\_\_\_. A esfera pública do século XXI. In: DI FELICE, Massimo; PEREIRA, Eliete; ROZA, Erick (orgs.). **Net-ativismo. Redes digitais e nova práticas de participação**. Campinas: Papirus, 2017

GOSCIOLA, Vicente. Narrativa Transmídia: conceituação e origens In: **Narrativas transmedia: entre teorias y prácticas**. MONCADA, Carolina, et. al. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2012

PRIMO, Alex (org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013

\_\_\_\_\_. **Interação mediada pelo computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: 2ª ed., Sulina, 2008

RECUERO, Raquel. **A Conversação em rede:** comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

\_\_\_\_\_. **Engajamento x Audiência no Facebook:** uma breve discussão. Pelotas: 2013. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2013/03/engajamento-x-audiencia-no-facebook.html>. Acesso em: 17/12/2019

\_\_\_\_\_. **Redes Sociais na Internet.** 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2018.

SANTAELLA, 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

TOFFLER, Alvin: **The Third Wave.** New York: Bantam Books, 1980

**Texto recebido em: 01/11/2019**

**Texto aprovado em: 06/02/2020**