

## LITERATURA E MULTIMEIOS: O FENÔMENO *HARRY POTTER*

Fellip Agner Trindade Andrade – fellipagner@hotmail.com

Mestre em Teoria Literária e Crítica da Cultura pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ)

**RESUMO:** Este artigo, tomando como exemplo a série de livros infanto-juvenil *Harry Potter*, tem o intuito de discutir e apresentar as influências da era digital e da convergência de mídias na criação e manutenção de uma comunidade virtual de alcance global de leitores e fãs da série. Atentos às revoluções nos conceitos de produção e recepção literárias na era digital e trabalhando teóricos como Henry Jenkins, Néstor García Canclini, Stanley Fish, Suman Gupta, dentre outros, o presente artigo traça um caminho teórico da recepção literária, desde a leitura fechada (*close reading*) dos *New Critics* americanos até o cenário atual, no qual a internet, sobretudo as redes sociais, possibilitam a formação de diversas comunidades interpretativas (termo cunhado por Fish em 1980) no mundo virtual: uma delas, em especial, neste trabalho, a comunidade global de leitores e fãs de *Harry Potter*. Consolidada pelos avanços das tecnologias de comunicação, além das influências da globalização, do capitalismo e da indústria do entretenimento, a série da autora britânica J. K. Rowling conseguiu ultrapassar o mercado editorial e se manter relevante em duas décadas desde sua primeira publicação, além de ter se consolidado como referência cultural para milhões de leitores e fãs no mundo todo, sobretudo por sua presença nas mais diversas mídias.

**PALAVRAS-CHAVE:** literatura; multimeios; comunidades interpretativas; globalização.

### INTRODUÇÃO

Cada vez mais, nossas ações culturais, nossas leituras e as mais diversas relações e interações humanas vêm sendo modificadas de forma a se adaptarem aos dias atuais e aos fenômenos culturais, sociais e políticos que hoje ocorrem. O mercado de bens culturais, a indústria do entretenimento, dentre outros fatores que influenciam nossa interação com o mundo e a arte, vêm modificando nosso olhar em relação a conceitos teóricos já estabelecidos e em relação à própria ideia de arte e cultura (BOURDIEU, 2009). Além disso, ainda temos a influência irreversível das novas tecnologias de comunicação e informação, as quais permitem a troca imediata de conteúdo e ainda possibilitam um contato amplo com diversos espaços virtuais e diferentes comunidades que hoje se encontram a um clique de distância: “Agora a comunicação é tecnicamente multiplicada, facilitada em larga escala [...]” (MARCUSE, 1998, p. 158).

A reordenação e (re)criação de espaços físicos, conceituais e virtuais, os novos conceitos de interatividade e de comunidades locais e globais, dentre outros fenômenos em atuação pelo mundo, nos colocam em uma nova posição em relação à cultura; em especial, neste trabalho, nossa

relação com a literatura. Um dos exemplos da ação desses fatores na literatura é o fenômeno best-seller. Alavancado e sustentado pela globalização dos mercados, dos bens culturais e, até mesmo, dos bens de consumo, o fenômeno best-seller hoje se apresenta como devedor e, ao mesmo tempo, credor da ação da globalização e do capitalismo na literatura, sobretudo quando se fala do mercado editorial e da indústria do entretenimento.

Ele, o best-seller, nasce da influência capitalista dos desdobramentos sociais e políticos, e ajuda na dinâmica desses mesmos processos, indo, até mesmo, além do nicho literário. Os best-sellers, à medida que estabelecem diálogo com as diferentes mídias, tornam-se capazes de criar e manter redes mundiais de conexões e de interações, as quais, hoje, não são mais apenas *imaginadas* ou *idealizadas*, mas são, de fato, compartilhadas por suas comunidades de forma virtual.

É justamente no fato de transpor as mais diferentes fronteiras, das físicas às ideológicas, que se encontra o fator globalizado e globalizante do best-seller em sua vertente contemporânea. O seu poder de integralização é certamente sua principal característica: é essa criação ou ocupação desse *espaço comum*, compartilhado pelos mais diversos tipos de sujeitos e suas comunidades interpretativas de alcance global.

Um dos exemplos mais recentes e de grande destaque é a série de livros infanto-juvenis *Harry Potter*, a qual se tornou referência da cultura de massa, da literatura em escala global e dos números milionários do comércio editorial. A série de fantasia infanto-juvenil da autora britânica Joanne (Kethleen) Rowling (1965-) se tornou, em um curto espaço de tempo, referência na indústria literária, a qual se explica por seus números expressivos de venda e de comercialização de seus subprodutos (TIME, 2013). No entanto, a performance da série não se resume aos números.

O ponto principal deste trabalho é, pois, a busca do fenômeno *Harry Potter* como um fenômeno sociocultural e não apenas mercadológico, sobretudo no que diz respeito à criação e manutenção de sua comunidade global por meio da sua disseminação como referência cultural nas redes sociais. Levando em conta o aprofundamento investigativo e o espaço singular ocupado pela série (o que também justifica sua tomada como objeto deste trabalho), pretende-se discutir sua performance na era digital e alguns dos principais fatores que constituem sua comunidade global.

## 1 “MAGIA É PODER”: o fenômeno *Harry Potter*

Sendo um dos maiores exemplos do fenômeno best-seller (sobretudo por não se restringir ao universo literário e muito menos a um segmento de leitores), *Harry Potter* alcançou grande sucesso e vendas recordes ao redor do mundo, faturando cifras bilionárias, tanto com os livros como com seus subprodutos dos mais diversos tipos: de roupas a jogos eletrônicos, de filmes a

parques temáticos.

Nenhum trabalho literário tem mais credibilidade no mercado de massa a nível global na primeira década do século XXI do que os sete romances de "fantasia infantil" da série Harry Potter de J. K. Rowling (1997-2007). [O]s livros da série venderam mais de 400 milhões de cópias em todo o mundo, foram traduzidos para mais de sessenta línguas, transformados em filmes que se tornaram, cada um, sucessos de bilheteria extraordinários, foram usados com sucesso para o benefício das indústrias de brinquedos e jogos eletrônicos, foram submetidos à mais sustentada e congratulatória exposição da mídia de massa de todos os tempos, transformaram a fortuna de várias empresas associadas aos produtos de Harry Potter (começando com a editora Bloomsbury) e ajudaram a fazer sua autora uma das escritoras mais ricas e célebres do mundo. (GUPTA, 2009a, p. 157, tradução nossa)<sup>1</sup>

Quebrando as barreiras impostas pelo livro e desbravando um novo espaço para a (re)criação e sobrevivência de sua história e de seus personagens, a série se tornou referência de longevidade e de adaptação ao mundo virtual. Sem perder sua *aura* mágica na era multimídia (muito pelo contrário, o aporte digital contribui para o encantamento da série), *Harry Potter* se mantém presente na cultura global como referência icônica e imagética de toda uma geração de leitores e fãs em escala global.

Essas novas ferramentas de interatividade com o público (o qual não é mais apenas leitor, mas, também, consumidor, espectador, internauta...) e a disseminação da série nos diferentes meios de comunicação contribuíram para o *status* de fenômeno da série. Inicialmente destinada a crianças e restrita às páginas dos livros, *Harry Potter* alcançou sucesso no mundo todo e para muito além do mercado editorial: o fenômeno expôs os novos mecanismos da produção e recepção literária não apenas como um *bem literário*, mas como um *bem cultural* (e de consumo), o qual pode ser trabalhado em diferentes campos culturais e mídias, como cinema, teatro, internet, dentre outros.

[O]s efeitos do desenvolvimento tecnológico das redes de informação e de comunicação, os motores das forças de globalização, não são meramente representados *dentro* da literatura; eles também *atuam sobre* a literatura de forma abrangente. Levando em conta a globalização muda a própria maneira em que a literatura é pensada, disseminada e consumida, e, até mesmo, constituída. (GUPTA, 2009a, p.53, tradução nossa)<sup>2</sup>

<sup>1</sup> "No literary work has more mass-market credibility, at a global level, in the first decade of the twenty-first century than the seven 'children's fantasy' novels in J. K. Rowling's Harry Potter series (1997-2007). [B]ooks in the series have reportedly sold over 400 million copies worldwide, have been translated into over sixty languages, have been turned into films which have each been extraordinary box office hits, have been used successfully for the benefit of the toy and computer game industries, have been subjected to the most sustained and congratulatory mass-media exposure ever, have turned the fortunes of several firms associated with Harry Potter products (starting with the publisher Bloomsbury), and have helped make its author one of the richest and most celebrated in the world."

<sup>2</sup> "[...] the effects of technological enhancement of information and communication networks, the drives of globalization forces, are not merely represented *within* literature; they also comprehensively *act upon* literature.

Na história da literatura, vários são os exemplos de trabalhos que se tornaram referência cultural de seu tempo e para além dele, desde *Dom Quixote de La Mancha* (1605) a *Madame Bovary* (1857); de *Os Três Mosqueteiros* (1884) a *O Pequeno Príncipe* (1943); dos registros feitos pelos Irmãos Grimm (1785-1863/1786-1859) à mitologia criada por J. R. R. Tolkien (1892-1973). Obras que transcenderam a ideia de valor literário e se tornaram mais que referências literárias: tornaram-se referências culturais para além de seus próprios escritos.

Seja por seu ineditismo ou por sua controvérsia, algumas obras se tornaram ponto de referência nos estudos literários, bem como nos estudos culturais. O destaque de uma obra literária dentre as de seu tempo ou em relação aos trabalhos anteriores e posteriores a ela sempre esteve presente na história da literatura. No entanto, a extrapolação do campo literário para o campo cultural não se caracteriza como via de regra a obras de destaque e de bons desempenhos críticos e mercadológicos; essa é uma especificidade restrita a obras que, seja por sua importância literária ou simplesmente por seu impacto social, tornaram-se referências culturais.

Um dos exemplos desse acontecimento, e também um dos mais recentes e de grande repercussão, é a série de livros *Harry Potter*. Premiada, lida pelos mais diversos públicos, adaptada para o cinema e tema recorrente em jornais e revistas, muito mais que um sucesso de vendas, *Harry Potter* ultrapassou as fronteiras do fenômeno best-seller e se estabeleceu como um fenômeno em si mesmo, como uma referência da cultura de massa. Além de referência literária, comportamental e icônica de toda uma geração de leitores em escala global, a série de livros de fantasia de J. K. Rowling ocupa um espaço singular na literatura e na cultura mundial, desde vendas que ultrapassaram os 450 milhões de cópias (MOIR, 2016) a referências socioculturais que ultrapassaram o universo literário e se estabeleceram no imaginário de toda uma comunidade, a exemplo de outras obras, como *Moby Dick* (1851).

A história da tripulação do *Pequod* e seu fatídico encontro com a grande baleia branca, a qual empresta seu nome ao título da aclamada obra de Herman Melville (1819-1891), tornou-se um dos maiores símbolos culturais da sociedade estadunidense. *Moby Dick* passou a ser uma de suas maiores referências, sendo esta frequentemente lembrada, desde comentários esportivos acerca das campanhas dos times de futebol americano da NFL (*National Football League*) a campanhas eleitorais à presidência norte americana (BUELL, 2014).

Em seu livro, *The Great American Novel* (2014), Lawrence Buell atenta ao capital cultural

---

Reckoning with globalization changes the very way in which literature is thought about, disseminated and consumed, and even constituted.”

do romance de Melville e todas as suas referências à sociedade americana, bem como o fato de essas referências terem feito com que a própria história se tornasse um grande catalisador do “*espírito americano*”, fazendo com que todas essas diversas referências à sociedade estadunidense se tornassem uma só: o próprio romance. Além de sua referência cultural na sociedade dos Estados Unidos, Lawrence Buell também ressalta o que ele chama de “*Moby Dick industry*” (BUELL, 2014, p. 359). Essa indústria em torno do romance de Melville está presente, como bem ressalta Buell, desde a maior rede internacional de cafeteria, a *Starbucks* (nome inspirado em um dos personagens do livro, Starbuck, o jovem oficial chefe da embarcação), até os desenhos animados dos estúdios americanos. Ou seja, seu capital cultural transita do bem de consumo à alegoria política e social.

A disseminação de *Moby-Dick* como texto e sua fertilidade como objeto de imitação, como ícone, como logotipo, como metáfora, não pararam nas fronteiras nacionais, da mesma forma que o *Pequod* também não. A icônica baleia de Melville foi “reencarnada como um *ferry boat* com dentes em Berlim e como um origami japonês; emerge em um bar de Paris, em um restaurante de Istambul, em uma cafeteria de Zagreb.” Ela inspirou o nome de um fornecedor de iate grego, bem como [...] a Starbucks. Como se não bastasse, a trama de *Moby-Dick* serviu por mais de meio século para alegorizar assuntos nacionais e internacionais em miniforma. Uma série de líderes nacionais, de Adolf Hitler a George W. Bush e Barack Obama, têm sido representados como o Capitão Ahab. Para aqueles que consideram aquela guerra um erro terrível, o romance “revela a abominável verdade da intervenção americana no Vietnã.” (BUELL, 2014, p. 359, tradução nossa)<sup>3</sup>

Da mesma forma que o romance de Melville, *Harry Potter* conseguiu o feito que poucos trabalhos literários alcançaram (e muitos deles até mesmo pertencentes ao chamado *cânone*); no entanto, diferentemente de *Moby Dick*, *Harry Potter* o fez em escala global.

Rejeitada por diversas editoras, por acharem que se tratava de um livro muito longo e complexo para crianças, J. K. Rowling apresentou ao mercado literário uma “novidade” no universo de livros infantis: histórias longas, perpassadas de mistérios e investigações com dezenas de personagens, além de várias referências clássicas (tanto à história britânica como às antigas culturas: desde nomes e feitiços em latim e grego até figuras e criaturas mitológicas). Ficar fora do lugar comum reservado à literatura infanto-juvenil, ou, pelo menos, por parte expressiva dos trabalhos desse tipo, fez com que, aos poucos, *Harry Potter* não se limitasse apenas a um público

<sup>3</sup> “*Moby-Dick’s* dissemination as text, and its fertility as object of imitation, as icon, as logo, as metaphor, have no more stopped at the nation’s borders than the *Pequod* did. Melville’s iconic whale has been ‘reincarnated as a toothy ferry boat in Berlin and as Japanese origami; it emerges in a Paris bar, an Istanbul restaurant, a Zagreb coffee shop.’ It has inspired the naming of a Greek yacht supplier as well [...] Starbucks. On top of that, *Moby-Dick’s* plot has served for more than half a century to allegorize national and world affairs in miniform. A series of national leaders from Adolf Hitler to Georg W. Bush to Barack Obama have been framed as Capitan Ahabs. To those who consider that war a dreadful mistake, the novel ‘speaks the awful truth of the American intervention in Vietnam.’”

específico; e fez também com que influenciasse trabalhos de outros autores, sobretudo escritores de best-sellers fantásticos que surgiram após o sucesso da série.

A forma de escrita, as construções e soluções de enigmas e os personagens complexos fizeram com que *Harry Potter* ganhasse prestígio entre os críticos da literatura infanto-juvenil, e fizeram também com que seu público se ampliasse de forma significativa. Esse interesse se deu, em grande parte, pela curiosidade crescente acerca dos livros e pelo próprio mundo mágico criado por Rowling, uma vez que, como bem ressalta Muniz Sodré: “‘*Curiosidade*’ é, como ‘*entretenimento*’, outra palavra-chave” (SODRÉ, 1985, p. 16, grifo no original) quando se fala de best-sellers. Em seu livro intitulado *Best-seller: a literatura de mercado* (1985), Sodré afirma que “o texto de massa é precisamente o tipo de produto capaz de espicaçar a ‘curiosidade universal’” (SODRÉ, 1985, p. 16). Aliás, o encantamento e a curiosidade pela magia, não em um mundo antigo, mas em um mundo paralelo ao nosso, em uma sociedade que se mantém escondida das pessoas não mágicas é um dos principais atrativos de *Harry Potter*.

Diferentemente de histórias fantásticas que se passam em tempos antigos e terras desconhecidas (*O Senhor dos Anéis*, 1954-1955), ou em mundos secretos (*As Crônicas de Nárnia*, 1950-1956), *Harry Potter* é uma história que se passa no Reino Unido dos dias atuais, ao lado de referências culturais, arquitetônicas e geográficas das quais seus leitores têm conhecimento ou, até mesmo, fazem parte. Algumas dessas referências vão das localidades britânicas citadas na série até os sistemas educacionais e políticos muito próximos dos nossos (como a existência de um Ministério da Magia, com seus funcionários, departamentos e leis).

O mundo e a sociedade criados por J. K. Rowling e suas riquezas de detalhes despertam nos leitores e fãs mais apaixonados e fantasiosos a mínima, porém, significativa possibilidade da existência de tal mundo (o qual não parece ser tão distante do “*nosso*”), bem como a existência de tais práticas (as quais são extremamente sedutoras, como feitiços para a longevidade ou a posse de uma capa capaz de torná-lo invisível). O pensamento de se obter facilidades com um *passê de mágica* (não em uma remota floresta da época arturiana, mas em uma Inglaterra atual, em ações do dia-a-dia) é tão encantadora quanto desejada, e não necessariamente apenas para os amantes da literatura fantástica ou para o público mais jovem e de imaginação fértil.

A ideia de se transportar instantaneamente de um lugar a outro (por exemplo, por meio

de um feitiço<sup>4</sup> ou com o uso de um pó mágico<sup>5</sup>) é tentadora para qualquer um que gaste horas no tráfego das grandes cidades no caminho do trabalho para a casa, ou ainda àqueles que se encontram atrasados para um compromisso importante. E isso não é uma novidade, como bem nos lembra Muniz Sodré: “Hoje, como no passado, o leitor projeta-se nas aventuras [...], dando vazão ao seu desejo de potência” (SODRÉ, 1985, p. 24), a fim de que assim possa “escapar às leis do cotidiano repetitivo e monótono” (SODRÉ, 1985, p. 24).

A ideia da existência de um mundo idealizado (de Platão a Thomas More) sempre foi um atrativo à leitura, bem como motivo de controvérsia. Essa busca por um universo que nos afaste de um mundo assustador no qual estamos inseridos e que nos traga novidades encantadoras além da rotina dos estudos ou do trabalho, ainda que de forma fantasiosa, certamente é um dos fatores que atraíram e ainda hoje atraem milhões de leitores de *Harry Potter*, bem como seus críticos. O sucesso literário devido a abstrações fantásticas que algumas obras provocam no leitor não é uma novidade na literatura, muito menos no universo dos best-sellers. Estes se beneficiam justamente por sua leitura de entretenimento (aparentemente descompromissada) e por suas histórias que causam mais encantamento do que reflexão (ainda que esta possa estar presente, como em alguns trechos de *Harry Potter*).

A linguagem coloquial, mas não menos elaborada, adotada pela autora facilita a compreensão dos leitores mais novos [...] No entanto, uma pessoa com um repertório maior será capaz de entender as referências aos mitos e até visualizar questões sociais mais amplas, como nazismo, terrorismo e preconceito. (COLLETTA, s.d.)

No entanto, a causa do sucesso dos livros de Rowling não se limita ao seu universo fantástico ou à curiosidade que desperta nos leitores, mas, também, aos atuais avanços das tecnologias de comunicação, como as plataformas de mídia modernas, as quais facilitam o trânsito de bens culturais (CHARTIER, 1999; GUPTA, 2009a; PRADO, 2002; CANCLINI, 2008). Devido a esses fatores e diferentemente de *Moby Dick* (que ganhara seu reconhecimento como referência e produto cultural apenas em meados do século XX), o sucesso de *Harry Potter* como referência e produto cultural foi alcançado antes mesmo do lançamento do último livro da série: *Harry Potter e as Relíquias da Morte* (2007).

Ainda no primeiro volume dentre os sete livros, *Harry Potter* já havia alcançado 120

<sup>4</sup> No livro, a *aparatação*: é um método mágico de transporte que possibilita viajar de um ponto a outro. O usuário precisa manter o foco no local desejado em sua mente. Em seguida, ele desaparecerá do local inicial e, quase instantaneamente, reaparecerá no local desejado, como uma forma de teletransporte.

<sup>5</sup> Igualmente, o *Pó de Flú*: é um pó utilizado pelos bruxos para viajarem por meio da Rede de Flú: uma rede conectada às lareiras das casas e dos edifícios bruxos. O usuário deve atirar o pó nas chamas de uma lareira, caminhar sobre o fogo (inofensivo) e falar em voz alta o nome do local desejado.

milhões de exemplares vendidos. Os três livros seguintes da série foram publicados nos três anos consecutivos ao seu estrondoso lançamento. No ano de 2000 (mesmo ano de publicação do quarto livro da série em inglês, *Harry Potter and the Goblet of Fire*), a autora já havia assinado um contrato milionário com os estúdios Warner Bros. para a adaptação cinematográfica de suas histórias, e o primeiro dos oito filmes da futura franquia bilionária já se encontrava em fase de produção. Iniciava-se aí o fenômeno *Harry Potter* como referência da cultura pop e como referência da indústria do entretenimento como um todo, inserindo a série no que Henry Jenkins chama de *narrativa transmídia* (JENKINS, 2009).

O que se viu a seguir foi um ineditismo na indústria literária e na indústria cultural como um todo: as publicações dos três livros seguintes ocorreram em pleno sucesso cinematográfico de suas adaptações (bilheterias milionárias, indicações ao Oscar...), até o ano de 2007 (ano de lançamento do último livro da série). Ou seja, um segmento cultural alimentando o outro. Os fãs continuaram a formar filas quilométricas nas livrarias, bem como nas salas de cinema; um evento midiático para cada lançamento, um frenesi tão grande com os livros quanto com os filmes. Assim como os lançamentos mundiais dos livros, cada *première* dos filmes se tornava um grande evento midiático, atraindo, por exemplo, celebridades como Madonna. A presença de tal figura, obviamente, não passaria despercebida e nem seria em vão, tanto para a promoção do filme quanto para a imagem da cantora.

Aliás, no mesmo período em que a Rainha do Pop compareceu acompanhada da filha mais velha à *première* britânica (BRIGGS, 2005) do quarto filme da série, *Harry Potter e o Cálice de Fogo* (Dir. Mike Newell. Warner Bros., 2005), ela estava em plena divulgação do seu décimo álbum de estúdio, *Confessions on a dance floor* (2005), o qual seria lançado menos de dez dias depois pela sua então gravadora Warner Music, pertencente ao conglomerado de mídia Time Warner (ao qual também pertencem os estúdios responsáveis pelos oito filmes da série *Harry Potter*).

Percebe-se, pois, uma extensa rede de conexões que, ainda que aparentemente casuais, sustentam e são sustentadas por um movimento maior. Os filmes, os produtos, os atores, os programas de televisão, o público celebridade, a fama do autor, tudo contribuiu e ainda hoje contribui para com o fenômeno *Harry Potter*, o qual transcende as fronteiras do mercado editorial e se torna também um sucesso da indústria cultural e do entretenimento.

[C]orporações de vários tipos [...] têm influência em catálogos de editoras e nas prateleiras em livrarias que categorizam os livros para a atenção do público alvo. Elas têm algo a ver com a maneira pela qual várias franquias de cafeteria fornecem espaços em livrarias ou espaços para leitores. Elas têm algo a ver com as celebridades da mídia que endossam livros literários para os seus seguidores (por exemplo, por meio dos ‘clubes de livros’ dos apresentadores de programas



matinais da TV britânica [...] e da apresentadora americana Oprah Winfrey). As associações se desenrolam em uma rede de leitura fluente extremamente complexa que não ocorre apenas espontaneamente, mas é fabricada por uma variedade de setores. (GUPTA, 2009a, p. 166-167, tradução nossa)<sup>6</sup>

Além da mercantilização intensa da série na mídia, a ação do capitalismo e das tecnologias de comunicação resultaram na criação de uma plataforma de interatividade na internet chamada *Pottermore*.<sup>7</sup> Nela, é possível fazer compras de audiolivros e livros digitais, experienciar a leitura da série de forma interativa e, o mais importante para este trabalho, contribui de forma significativa para que a história permaneça *inacabada* e ainda para a constituição e manutenção de sua comunidade global de leitores e fãs. *Leitores e fãs* pois os espaços hoje ocupados pela série *Harry Potter* e seu universo mágico não se resumem ao nicho literário, mas transcende a outras áreas culturais e a diferentes mídias, formando tanto leitores quanto fãs, espectadores e consumidores do fenômeno.

É por meio desse diálogo transmídia entre os livros, os filmes, os jogos, os subprodutos e os novos meios de comunicação no universo virtual, tanto por meio da plataforma oficial quanto pelas redes sociais, que a história sofre recorrentes interferências por parte da autora, a qual modifica a recepção de sua obra e abre novos caminhos interpretativos e de sobrevivência da história e de seus personagens, os quais, diga-se de passagem, ainda ganharam uma “*sobrevida*” em uma peça de teatro (*Harry Potter and the cursed child*, 2016), escrita pela própria autora, a qual se passa 19 anos após os acontecimentos narrados nos livros), além dela, a autora, assinar o roteiro da nova franquia do universo mágico de *Harry Potter*, *Animais fantásticos e onde habitam* (2016), reforçando ainda mais sua narrativa transmídia (JENKINS, 2009).

## 2 DOS LIVROS ÀS REDES SOCIAIS: a comunidade global de *Harry Potter*

Durante muito tempo, o historicismo e o formalismo excluíram o leitor de qualquer relação com a obra. Segundo os *New Critics* americanos, a obra seria “uma unidade orgânica autossuficiente, da qual convinha praticar uma leitura fechada (*close reading*)” (COMPAGNON, 2014, p. 138). Essa perspectiva, obviamente, não abre espaço para o leitor, a não ser como mera peça de uso por parte da obra. A leitura seria, dessa forma, objetiva, fechada, planejada e controlada,

<sup>6</sup> “[...] corporations of various sorts [...] have something to do with publishers’ catalogues and shelves in bookshops categorize books for attention of target audiences. They have something to do with the manner in which various coffee-vending chains provide spaces in bookshops or spaces for readers. They have something to do with media celebrities endorsing literary books for their followings (for instance, through the ‘book clubs’ of UK television breakfast-show hosts [...] and US chat-show host Oprah Winfrey [...]) The associations unwind in an enormously complex web of readerly fluidity that does not just happen spontaneously but is manufactured by a range of industries.”

<sup>7</sup> <https://www.pottermore.com/>

sem a necessidade de ceder qualquer espaço ao leitor. Em outras palavras, sua interpretação estaria unicamente calcada no *desejo do texto*.

Essa resistência ao leitor perdurou por muitos anos, e, ainda hoje, perdura entre muitos teóricos e críticos. Proust foi um dos primeiros dentre os de prestígio crítico e acadêmico a se posicionar a favor da leitura (e de forma muito contundente). Contrariando as ideias de Lanson (1925), o qual afirmava uma superioridade do texto em relação à sua leitura, Proust afirmava que a leitura se constituía de uma experiência, o que, obrigatoriamente, recorreria à figura do *outro*, no caso, a figura do leitor.

Em *O tempo redescoberto* (2012), Proust sustenta a ideia de que as impressões acerca da leitura de um livro e do mundo ao redor, do cenário e da experiência de leitura é que ficam em nossa memória, e não o livro em si. Dessa forma, não se trata do texto, mas da interação estabelecida entre o texto e seu leitor, ou seja, *a leitura*. Por mais que recordemos com riqueza de detalhes a história e, até mesmo, o estilo de escrita de um texto literário (mesmo daqueles que gozam de nossa total predileção), jamais seríamos capazes de recuperar o *próprio livro*, o texto em si, mas, certamente, os pontos principais da leitura (ou aqueles que, de alguma forma, se tornaram particulares para o leitor). Além, é claro, das lembranças que guardamos dos momentos de leitura, o que parece razoavelmente lógico.

Contudo, ainda assim, alguns teóricos tentaram estabelecer formas de interpretações universais, que não levassem em conta a individualidade do leitor, como se o texto fosse um monumento, um estatuto, uma partitura estritamente seguida e compreendida por todos aqueles que fizessem sua leitura. Lanson, por exemplo, mesmo após as postulações de Proust, acreditava na existência de reações ao texto que não fossem absolutamente inclassificáveis ou de todo singulares. Ele acreditava que pudesse haver um *filio interpretativo* do qual os leitores não poderiam se desprender (ainda que houvesse alguns espaços reservados para as suas respostas individuais à leitura), como se determinados pontos interpretativos não pudessem ser deixados de lado ou simplesmente desviados.

Os estudos da recepção, por sua vez, têm se interessado cada vez mais pelo efeito de uma obra produzido no leitor, seja ele individual ou coletivo, ativo ou passivo, tomando dessa forma o texto como um estímulo ao leitor, mais do que uma imposição. Os estudos da recepção (Iser, 1972, 1976; Jauss, 1978, 1988) são, pois, herdeiros dos estudos da estética fenomenológica de Roman Ingarden (1931), a qual coloca o texto em interação com valores e normas extraliterários, como a política e a religião, por exemplo. Fatores que influenciariam a leitura de um texto, uma vez que caberia ao leitor construir suas compreensões baseado em suas próprias normas e em seus próprios valores e conhecimentos anteriores à leitura. É o que Wolfgang Iser chamou de *repertório*, e Hans

Robert Jauss de *horizonte de expectativa*.

Ainda na tentativa de reservar um espaço ao leitor e, ao mesmo tempo, justificar sua inclusão nos estudos literários, surge, então, a imagem do *leitor implícito*. Este seria uma “*estrutura textual*”, segundo a definição de Iser (1972), a qual serviria de modelo para o leitor real; ou seja, ainda no processo de produção, haveria a prefiguração de um receptor. Dessa forma, o leitor real seria guiado pelo leitor implícito, ora sendo ativo (baseado em suas próprias experiências de leitura), ora tomando sua posição passiva (baseado na estrutura textual, ou seja, guiado pelo leitor implícito).

Esse pensamento de Iser (ainda que implicitamente voltado para a ação do autor, o qual prefigura um leitor ideal para o seu texto) não deixa de fora da leitura aquilo que Ingarden defendia: que a leitura se baseava em normas e conhecimentos prévios do leitor, e, muitos deles, calcados em representações, normas e valores sociais extraliterários. No entanto, a ideia de Iser ainda era muito voltada para a imagem do autor, segundo seus críticos. “Sob a aparência do mais tolerante liberalismo, o leitor implícito, na verdade, só tem como escolha obedecer às instruções do autor implícito, pois é o *alter ego* ou o substituto dele” (COMPAGNON, 2014, p. 150). Um desses críticos de Iser é o teórico americano Stanley Fish (1980), o qual levou em grande consideração a ideia da leitura baseada em pressupostos, normas e valores comunitários, o que nos leva, agora, às *comunidades interpretativas* (as quais são baseadas em convenções, códigos e ideologias compartilhadas por um grupo).

[A] comunicação ocorre somente dentro de um tal sistema (ou contexto, ou situação, ou comunidade interpretativa) e que a compreensão conseguida por duas ou mais pessoas é específica a esse sistema e determinada unicamente dentro dos seus limites [...] é somente em situações – com suas respectivas especificações quanto ao que interessa como fato, quanto ao que se pode dizer, quanto ao que será entendido como argumento – que somos solicitados a entender. (FISH, 1992, p. 192)

Segundo Fish, essas comunidades interpretativas diferem umas das outras de acordo com seus contextos. O exemplo utilizado por ele para defender seu conceito foi o contexto universitário. Em seu polêmico artigo *Is there a text in this class?* (1992), Fish descreve a comunicação real entre uma de suas alunas e um de seus colegas, também professor da Johns Hopkins University, em Baltimore, nos EUA. No primeiro dia do semestre, o colega de Fish foi abordado por uma aluna que lhe perguntou: “*Is there a text in this class?*” (Tem um texto nesta aula?). Assumindo que a moça estaria se referindo ao texto de leitura que seria utilizado no curso, o professor respondeu à pergunta com o título do livro que os alunos deveriam ler: “Sim, é a *Antologia Norton de Literatura*.” (FISH, 193, 1992). No entanto, após a resposta do professor, a aluna disse que não se referia ao

texto que seria lido na aula, mas ao texto no sentido teórico.

Dessa forma, Fish demonstra um exemplo de comunidade interpretativa. Tanto a primeira interpretação da pergunta (a do professor) quanto a segunda interpretação da mesma (a da aluna) só foram possíveis e coerentes porque ambos estavam incluídos em uma mesma comunidade interpretativa. Ou seja, tanto o texto como objeto material (como inicialmente entendido pelo professor) quanto o texto em seu conceito teórico (como a intenção da aluna em sua pergunta) fazem parte de um mesmo universo contextual do qual os dois compartilham conhecimentos: no caso, o primeiro dia de aula em uma universidade.

Com o advento da internet e, sobretudo, com a propagação das redes sociais em escala global, o mundo virtual se tornou um local propício ao surgimento dessas comunidades interpretativas, e das mais diversas. Nessas comunidades globais, seus membros compartilham as mesmas ideias, os mesmos gostos, interesses e conhecimentos de uma forma menos abstrata que nas comunidades imaginadas definidas por Benedict Anderson (2015), as nações.

Ela [a nação] é *imaginada* porque mesmo os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão ou nem sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva de comunhão entre eles. (ANDERSON, 2015, p. 32)

No entanto, nem sempre essa comunhão é compartilhada de fato entre os membros de uma comunidade imaginada, ou seja, uma *nação*. O conceito de nacional debatido por Anderson está muito mais (ou quase que inteiramente) calcado em uma imaginação coletiva, compartilhada entre um grupo de pessoas que se consideram uma grande comunidade, do que calcado em elementos que realmente os unam como comunidade. Basta pensarmos nas disparidades culturais e sociais entre regiões de diversos países (como no Brasil, por exemplo) para percebermos que a noção de nacionalidade não se baseia em fatores comuns, mas, antes, em fatores políticos.

Já nas comunidades virtuais de alcance global (CASTELLS, 2003), o senso de pertencimento está muito mais ligado a elementos compartilhados *de fato* entre seus membros do que aqueles apenas *imaginados*. O que faz um leitor de *Harry Potter* no Brasil se identificar com um leitor de *Harry Potter* no Peru, por exemplo, é algo muito mais “concreto” do que aquilo que os une (ou, pelo menos, deveria uni-los) como latino-americanos. Estar política e juridicamente incluso no que se chama de América Latina não é estar cultural ou afetivamente incluso na ideia de latino-americano. Isso não significa que todos aqueles denominados dessa forma se considerem ou se sintam pertencentes a essa comunidade imaginada, a esse espaço imagético, ainda que compartilhem e pertençam ao mesmo espaço físico e político.

No entanto, para que um sujeito seja incluído na comunidade global de leitores e fãs de *Harry Potter*, basta que esse sujeito tenha lido os livros ou consumido seus subprodutos, como os filmes, os jogos e os recursos interativos na internet. Ou seja, a ligação entre os membros dessa comunidade é muito mais direta e menos abstrata. É da ordem do *comum*, dos *mesmos interesses* e *gostos* compartilhados, ainda que estes possam se limitar apenas à leitura de um livro: “As singularidades interagem e se comunicam socialmente com base no comum, e sua comunicação social por sua vez produz o comum. A multidão é a subjetividade que surge dessa dinâmica de singularidade e partilha” (HARDT & NEGRI, 2014, p. 258).

Ainda que haja disparidades de uma tradução em relação a outras, por exemplo, a formação dessa grande comunidade interpretativa não é prejudicada, pois a própria série em si se tornou o signo central desse fenômeno midiático. A referência cultural de *Harry Potter* se baseia mais nas questões imagéticas, culturais e sociais do que nas linguísticas e literárias. O texto deixou as páginas dos livros para se instaurar em espaços menos materiais e, por isso, mais dinâmicos: o mundo virtual e a consciência de toda uma comunidade global de leitores e fãs. Ainda que de forma virtual, os conceitos e as imagens que servem de fator comum às comunidades globais, como a de *Harry Potter* (ou seja, aquilo que une seus membros em torno de uma referência cultural), são mais facilmente percebidos e ainda mais significáveis que o senso comum das comunidades imaginadas: as chamadas *nações*.

Isso ocorre pelo fato de o senso de pertencimento a uma nação ser algo histórico, política e culturalmente imposto, diferentemente do senso de pertencimento à comunidade global de *Harry Potter*, o qual se baseia em fatores temporais e sentimentais mais próximos de seus membros (como a relação afetiva com a série, a qual é compartilhada entre os membros de sua comunidade de leitores e fãs, sobretudo no mundo virtual, por meio das redes sociais e as suas interações). Esses elementos são, pois, *compartilhados de fato*, e não apenas imaginados como *supostamente compartilhados* por todos os membros de uma comunidade (a exemplo do que é feito com a nação).

Ao justificar o seu conceito de nação, Benedict Anderson argumenta que a falta de contato entre os sujeitos de uma comunidade é o fator principal que a caracteriza como sendo *imaginada*. “Na verdade, qualquer comunidade maior que a aldeia primordial do contato face a face (e talvez mesmo ela) é imaginada. As comunidades se distinguem não por sua falsidade/autenticidade, mas pelo estilo em que são imaginadas” (ANDERSON, 2015, p. 33). No entanto, Anderson não pôde levar em conta em seu trabalho (escrito nos anos de 1980) as novas tecnologias de informação e de comunicação que se desenvolveram nos anos 1990 e tiveram um crescimento significativo a partir da primeira década do século XXI e início da segunda. É época em que as redes sociais se consolidaram como agentes de comunidades virtuais, locais e globais, permitindo o contato que

antes, como bem afirma Benedict Anderson, era *apenas* imaginado. Hoje, no entanto, esse contato se torna mais possível, ainda que não alcance sua improvável totalidade.

É esse contato alcançado pelas tecnologias de comunicação e seu acesso que possibilitou, por exemplo, a ocorrência histórica da Primavera Árabe. Enquanto os sujeitos apenas se imaginavam membros de uma comunidade, nada havia sido feito. Apenas quando realmente se viram compartilhando dos mesmos elementos que os uniam de uma forma ou de outra, e quando se tornaram uma grande comunidade virtual por meio das redes sociais (BORGES, 2012), é que algo de concreto e revolucionário pôde ser feito (ainda que seus resultados sejam discutíveis).

São também esses mesmos elementos compartilhados, os quais deixam de ser simplesmente imaginados e passam a ser expostos em comunidades virtuais pela internet, que possibilitam a ocorrência de grupos terroristas internacionais, a exemplo do Estado Islâmico e sua difusão e recrutamento ao redor do mundo por meio da rede (BERCITO, 2016), bem como a ocorrência de grupos separatistas, neonazistas, dentre outros; os quais ganham força no mundo virtual a partir do momento que ganham um espaço de compartilhamento e passam a ser, de fato, elementos comuns de uma comunidade.

Esse compartilhamento virtual possibilita, sobretudo, a evidenciação de tais grupos como nunca antes da revolução comunicativa e tecnológica fora possível. Isso ocorre, pois essas comunidades, ainda que virtuais, têm grandes elementos comuns que unem diversos sujeitos de diferentes comunidades imaginadas (nações): as mesmas crenças, visões políticas, os mesmos valores, ou, como no caso do fenômeno *Harry Potter*, o mesmo produto cultural compartilhado pelos membros de sua comunidade.

A observação da “tecnosocialidade” mostra que os recursos de comunicação sem fio não são apenas ferramentas, mas, sim, “contextos, condições ambientais de valores e novas sensibilidades sobre o tempo, o espaço e os acontecimentos culturais” (Castells e outros, 2007: 226) [...] Constrói-se grupos de iguais através da sociabilidade na rede, em que os contatos são cada vez mais seletivos e autônomos. (CANCLINI, 2008, p. 53)

De forma geral, podemos afirmar que o best-seller se encontra em uma posição favorável à formação de grandes comunidades interpretativas, por se tratar, em sua grande maioria, de histórias e textos mais acessíveis aos diversos públicos de diferentes partes do mundo. O best-seller, seja por sua escrita mais acessível ou por sua história tão acessível quanto agradável, lúdica, envolvente (SODRÉ, 1985), é um aglutinador de pequenas comunidades interpretativas (podemos levar em conta as comunidades interpretativas divididas por idiomas, por exemplo), as quais formam uma grande comunidade global (GUPTA, 2009a, 2009b; HARDT & NEGRI, 2014).

Ainda que todos os leitores de um livro ao redor do mundo leiam a mesma história e se identifiquem uns com os outros por essa leitura em comum, não lhes é negado uma subjetividade interpretativa, seja do próprio leitor ou de sua pequena comunidade interpretativa (como podemos citar, mais uma vez, a questão da língua). As próprias traduções em escala global<sup>8</sup> permitem uma subjetividade interpretativa em comunidades ao redor do mundo de acordo com suas características linguísticas e culturais. No entanto, ainda que haja certa “*individualidade*” interpretativa dessas comunidades (algumas referências da série são mais fortes em alguns países do que em outros), há também um fator comum entre as diferentes comunidades interpretativas ao redor do mundo, o que faz com que, juntas, se tornem uma grande *comunidade global*, sobretudo inserida no mundo virtual e na transição da série pelas diversas mídias.

Dessa forma, seja em suas próprias redes sociais ou por meio dos canais digitais da série, como o site *Pottermore*, a comunidade global de leitores e fãs encontrou um espaço virtual no qual seus membros podem interagir entre si, entretendo-se e, ao mesmo tempo, reforçando o fenômeno *Harry Potter* e sua disseminação como produto e referência cultural. É nesse ponto, em especial, que os fãs da série se tornam, em grande parte, responsáveis por seu sucesso no mundo virtual. Ainda que haja uma ação calculada das partes que detêm os direitos econômicos da marca *Harry Potter*, a sua disseminação na rede se dá, em sua ampla maioria, de forma espontânea, sobretudo por meio da apropriação cultural que os leitores e fãs da série fazem no universo virtual.

Vários são os exemplos dessa apropriação cultural, desde referências ao vilão da série (Lord Voldemort) à amiga sabe-tudo de Harry (Hermione Granger), passando ainda por outros personagens secundários e por cenários e trechos icônicos da série, com muitos dos quais os fãs criam uma ligação afetiva. É partir dessa ligação afetiva e, sobretudo, por meio das redes sociais, que se dá a disseminação da série como referência cultural (mais que um produto literário). As referências à série, por exemplo, para as discussões e explicitações do cenário político brasileiro a partir das manifestações de 2013 e todos os desdobramentos políticos que ocorreram nos anos seguintes, tomam as redes sociais dos leitores e fãs da série que compartilham essas mesmas referências icônicas dos personagens (como aparência física, caráter, aspectos sociais e psicológicos, dentre outros fatores) e, conseqüentemente, aplicam essas referências às personalidades públicas que são comparadas aos personagens (HUFFPOST, 2016).

Ainda a respeito da performance da série como referência e produto cultural nas redes sociais, em comemorações dos 20 anos do lançamento do primeiro livro da série, no dia 27 de

---

<sup>8</sup> *Harry Potter*, a partir do quinto volume da série, passou a contar com publicações simultâneas ao redor do mundo, incluindo o Brasil e os principais mercados literários.

junho de 2017, o *Facebook* lançou uma ferramenta para todos os seus membros em homenagem a *Harry Potter*. Bastava comentar ou escrever o nome do personagem título da série que ele automaticamente se tornava vermelho, bem como as quatro casas de Hogwarts (nome da escola de magia e bruxaria da série) ganhavam cada uma a sua cor característica quando escritas (em inglês) na rede social. Quando o usuário clicava em cima de uma dessas palavras no aplicativo do *Facebook*, uma varinha mágica surgia na tela do *smartphone* soltando traços e estrelas coloridas em homenagem à série, acompanhada de um curto trecho do tema principal da trilha sonora dos filmes (G1, 2017).

Esse exemplo de narração transmídia evidencia o poder da série em ultrapassar as páginas dos livros e ganhar vida (e *sobreviver* após a publicação dos sete livros) nas diversas mídias e nos diferentes nichos culturais, tais como: literatura, cinema, teatro, TV, a indústria de *games* e entretenimento no geral, além dos mais diversos subprodutos e, claro, a própria internet (sobretudo por meio das redes sociais e do site *Pottermore*, no qual os leitores são incorporados ao fenômeno e à própria história por meio das ferramentas de interatividade). Além de toda essa conexão virtual, o site *Pottermore* é a plataforma pela qual os leitores e fãs participam da história de forma efetiva e interativa. Dentro desse universo virtual de *Harry Potter*, o usuário pode ser escolhido para uma das casas da escola de magia, descobrir qual é a sua varinha mágica, além de praticar feitiços. É preciso ressaltar que todas essas funcionalidades presentes no site contam com a opção de compartilhamento nas redes sociais, para que todos os seus seguidores possam saber de sua vida no mundo bruxo de J. K. Rowling, e, claro, para que o fenômeno seja ainda mais disseminado pela rede mundial de computadores.

O leitor, inicialmente preso às páginas dos livros, entra em um universo antes apenas apreendido pelas palavras no papel ou, até mesmo, presentes na tela do cinema e do computador. Porém, agora, mesmo que de forma virtual, o leitor passa a ser parte do universo da série por meio de uma funcionalidade e de uma interatividade inatingíveis no livro como suporte.

*As fusões multimídia e as concentrações de empresas na produção de cultura correspondem, no consumo cultural, à integração de rádio, televisão, música, notícias, livros, revistas e Internet. Devido à convergência digital desses meios, são reorganizados os modos de acesso aos bens culturais e às formas de comunicação.* (CANCLINI, 2008, p. 33, grifo no original)

Essa disseminação de um bem cultural por meio das mais diversas mídias, do cinema aos jornais e sites de notícia (os quais ainda cedem espaços relevantes ao universo de *Harry Potter*, bem como à autora da série e a outros envolvidos no fenômeno) faz com que esse produto do mercado editorial e da indústria cultural, ainda hoje, 20 anos após a publicação do primeiro livro da série e 10 anos após o seu encerramento como livros impressos, seja relevante nos multimeios e ainda



atraia uma multidão de leitores e fãs, novos e antigos. É justamente no fato de transpor as barreiras das diferentes mídias e na capacidade de habitá-las de forma harmoniosa que a série *Harry Potter* se mantém como muito mais que uma série de livros infanto-juvenil, mas como um fenômeno cultural de alcance global.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que haja um número grandioso de críticos às revoluções literárias (da invenção da prensa ao *e-book*), mudanças não são novidades à literatura. Ainda que muitas delas tenham sido inéditas, como a revolução da era digital pela qual passamos, mudanças e adaptações não são novidades nos estudos teóricos e na própria literatura, seja quanto à sua produção ou recepção. “Os gestos mudam segundo os tempos e lugares, os objetos lidos e as razões de ler. Novas atitudes são inventadas, outras se extinguem. Do rolo antigo ao códex medieval, do livro impresso ao texto eletrônico, várias rupturas maiores dividem a longa história das maneiras de ler.” (CHARTIER, 1999, p. 77)

Historicamente, nossas leituras modificam tanto a sociedade como são modificadas por ela. A teoria, em si, já é responsável por nos mostrar essas *mudanças*, ainda que muitos teóricos, ironicamente, sejam avessos a essa palavra e ao seu conceito no contexto literário. No entanto, se não fossem essas mesmas mudanças operadas na história dos estudos literários e na própria literatura, ainda estaríamos fadados a um elitismo do qual nem mesmo os críticos às mudanças fariam parte. Se não fosse a comercialização dos livros, por exemplo, dificilmente teríamos Dostoiévski traduzido e espalhado pelas bibliotecas do mundo todo (quanto menos ainda tê-lo em casa, ao alcance da mão).

Muitas foram as re-formulações na teoria literária e tantas outras ainda surgirão frente ao impacto da globalização e da era digital na cultura como um todo. Enquanto não pensarmos a literatura como um processo cultural, o qual se adapta aos cenários históricos e sociais nos quais se encontra inserido, estaremos fadados aos conflitos em vez dos debates, mais presos ao ideal do que à prática, e continuaremos ainda pautados em valores mais do que em conceitos.

O número de usuários de aplicativos e plataformas de leitura digital teve um aumento significativo nos últimos anos, bem como a busca por críticas e resenhas feitas em blogs e sites de literatura, canais no *YouTube*, fóruns de discussão ou em grupos de leitura no *Facebook*. Além dessa busca por novas plataformas de leitura (a exemplo do *Pottermore*) e a procura por resenhas e críticas feitas por leitores não acadêmicos ou especializados em literatura, é preciso destacar o crescente número de autores independentes no universo digital, os quais lançam seus livros em formato *e-*

*book* e os publicam diretamente em plataformas de leitura, como o *Kindle*, sem a necessidade de um aporte editorial ou um desempenho crítico relevante.

Se as gerações mais recentes já não sofrem o mesmo impacto dessas novas tecnologias como aqueles que nasceram em um mundo analógico, quanto menos sofrerão aqueles que já nascem na era digital, em um mundo sem fio e, ainda assim, conectado como nunca antes na história. Em uma época em que a senha do *Wi-Fi* antecede o abraço de boas-vindas e o contato e compartilhamento virtual de imagens e textos digitais se prolifera pela rede mundial em ritmo acelerado, isso não significa o fim do livro como o conhecemos hoje, mas, certamente, implica modificações significativas em nossas leituras.

## REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- BERCITO, Diogo. **Uso revolucionário de redes sociais ajudou Estado Islâmico, diz analista**, 2016. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2016/01/1735324-uso-revolucionario-de-redes-sociais-ajudou-estado-islamico-diz-analista.shtml>. Acesso em: 29 de maio de 2017.
- BORGES, Thassio. **Redes sociais foram o combustível para as revoluções no mundo árabe**, 2012. Disponível em: <http://operamundi.uol.com.br/conteudo/noticias/18943/redes+sociais+%20foram+o+combustivel+para+as+revolucoes+no+mundo+arabe.shtml>. Acesso em: 29 de maio de 2017.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- BRIGGS, Caroline. **Potter premiere casts its spell**, 2005. Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/4412936.stm>. Acesso em: 19 de maio de 2017.
- BUELL, Lawrence. **The Dream of the Great American Novel**. Cambridge: Belknap Press, 2015.
- CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Unesp, 1999.
- COMPAGNON, Antoine. **O demônio da teoria: literatura e senso comum**. Belo Horizonte: UFMG, 2014.
- COLLETTA, Denise Dalla. **Sucesso de Harry Potter deve continuar nos livros digitais, diz pesquisadora**. Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI249199-17770,00-SUCCESSO+DE+HARRY+POTTER+DEVE+CONTINUAR+NOS+LIVROS+DIGITAIS+DIZ+PESQUISADORA.html>. Acesso em: 31 de maio de 2017.

FISH, Stanley. **Is There a Text in This Class?** The authority of Interpretative Communities. Cambridge: Harvard University Press, 1980.

\_\_\_\_\_. "Is there a text in this class?". In: **Alfa**. vol. 36, p. 189-206, 1992.

GUPTA, Suman. **Globalization and Literature**. Cambridge: Polity Press, 2009a.

\_\_\_\_\_. **Re-reading Harry Potter**. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2009b.

G1. **Facebook libera 'truque de mágica' para lembrar os 20 anos de Harry Potter**, 2017. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-libera-truque-de-magica-para-lembrar-os-20-anos-de-harry-potter.ghtml>. Acesso em: 02 de julho de 2017.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Multidão**. Rio de Janeiro: Record, 2014.

HUFFPOST. **Para a internet, Harry Potter tem a melhor explicação sobre a política do Brasil**, 2016. Disponível em: [http://www.huffpostbrasil.com/2016/05/13/para-a-internet-harry-potter-tem-a-melhor-explicacao-sobre-a-po\\_a\\_21696327/](http://www.huffpostbrasil.com/2016/05/13/para-a-internet-harry-potter-tem-a-melhor-explicacao-sobre-a-po_a_21696327/). Acesso em: 28 de maio de 2017.

INGARDEN, Roman. **L'oeuvre d'art littéraire** (1931). Trad. fr. Lausanne: Éd. L'Âge d'Homme, 1983.

ISER, Wolfgang. **Der implizite Leser**. Munich: Fink, 1972.

\_\_\_\_\_. **Der Akt des Lesens: Théori asthetischer Wirkung**. Munich: Fink, 1976.

JAUSS, Hans Robert. **Pour une esthétique de la réception** (1975). Trad. fr. Paris: Gallimard, 1978.

\_\_\_\_\_. **Pour une herméneutique littéraire** (1982). Trad. fr. Paris: Gallimard, 1988.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LANSON, Gustave. **Méthodes de l'histoire littéraire**. Paris: Les Belles Lettres, 1925.

MARCUSE, Herbert. **Cultura e sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

MOIR, Jan. **Harry Potter and the secret of the magic money tree: Films that made £4billion. 450 million books sold. And now a VERY lucrative stage show. Will J.K. ever stop milking cash from her creation?**, 2016. Disponível em: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3638026/Harry-Potter-secret-magic-money-tree-Films-4billion-450-million-books-sold-lucrative-stage-J-K-stop-milking-cash-creation.html>. Acesso em: 19 de maio de 2017.

PRADO, José Luiz Aidar. **Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa à cibercultura**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

PROUST, Marcel. **O tempo redescoberto**. São Paulo: Biblioteca Azul, 2012.

SODRÉ, Muniz. **Best-seller: a literatura de mercado**. São Paulo: Ed. Ática, 1985.

TIME. **Because It's His Birthday: Harry Potter, By the Numbers**, 2013. Disponível em: <http://entertainment.time.com/2013/07/31/because-its-his-birthday-harry-potter-by-the-numbers/>. Acesso em: 14 de junho de 2016.

**Title**

Literature and multimedia: the *Harry Potter* phenomenon

**Abstract**

This paper, taking as an example the children's book series *Harry Potter*, aims to discuss and present the influences of the digital age and media convergence in the creation and maintenance of a global reach virtual community of readers and fans of the series. Paying attention to the revolutions in the concepts of literary production and reception in the digital era and working theorists such as Henry Jenkins, Néstor García Canclini, Stanley Fish, Suman Gupta, and others, this paper traces a theoretical path of literary reception, from New Critics close reading to the current scenario, in which the Internet, especially social networks, enables the formation of different interpretive communities (a term coined by Fish 1980) in the virtual world: one of them, in particular, in this work, the global community of *Harry Potter* readers and fans. Consolidated by advances in communication technologies, in addition to the influences of globalization, capitalism and the entertainment industry, the British author JK Rowling's series has managed to outpace the publishing market and remain relevant in two decades since its first publication, consolidated as a cultural reference for millions of readers and fans worldwide, especially for its presence in the most diverse media.

**Keywords**

Literature; multimedia; interpretive communities; globalization.

---

Recebido em: 30/10/2017.

Aceito em: 25/11/2017.