

HARRY POTTER E A MAGIA DA CONVERGÊNCIA: como a transmídia reconfigurou a experiência de consumo dos fãs do universo bruxo.

Juliane VIEIRA¹

Marcus Dickson Oliveira CORREA²

RESUMO

Vivemos em um cenário pautado no diálogo entre diferentes mídias, no qual estas produzem conteúdos que se relacionam. Esses conteúdos podem ser distintos ao mesmo tempo que se complementam, porém fazem sentido também de maneira isolada. Isto é transmídia. Esta pesquisa compreende Harry Potter como um material que revolucionou campos culturais e como um grande exemplo de conteúdo transmídia. Através do estudo de caso e baseado nas obras de Lévy (1997), Jenkins (2009) e McLuhan (1969), a pesquisa visa entender como o fenômeno da comunicação alavancou a marca, principalmente no que diz respeito ao âmbito digital, e fez com que a mesma se mantivesse em uma posição de relevância cultural e mercadológica.

PALAVRAS-CHAVE: transmídia; Harry Potter; fenômeno; comunicação.

1 - PLATAFORMA 9 ¾: BEM VINDOS AO UNIVERSO BRUXO

“Todas as crianças no nosso mundo vão conhecer o nome dele.” (ROWLING, 1997, p. 15). Foram as palavras da Prof.^a Minerva McGonagall no primeiro capítulo de Harry Potter e a Pedra Filosofal (1997). O romance, escrito por J.K. Rowling, conta a história de um jovem órfão que, aos 11 anos de idade, descobre ser um bruxo ao receber uma carta convite para ingressar estudos na Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts, onde a maioria dos eventos relevantes da saga acontecem.

¹ Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Estácio do Pará. E-mail: julianeveira.barata@gmail.com

² Orientador do trabalho, Jornalista e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Pará. Docente do curso de Comunicação Social da Faculdade Estácio do Pará.. E-mail: marcus.correa@estacio.br



A série de sete livros – cada um narrando um ano da vida de Harry –, explora a vida do jovem bruxo, principalmente no que diz respeito a descoberta de suas raízes e a construção de suas amizades. Abrange diversos gêneros como fantasia, drama infanto-juvenil, suspense e aventura.

Com um enredo que a cada livro ficava mais complexo e demasiado profundo, Rowling transformou um conto infantil em uma narrativa recheada de metáforas que, além de entreter, trazem à tona referências socioculturais, como preconceito e corrupção.

Originalmente impresso em inglês, a série, que antes da sua primeira publicação havia sido rejeitada por 10 editoras, foi um sucesso comercial tanto em seu país de origem quanto ao redor do mundo, sendo traduzida para 79 idiomas e publicada por diversas editoras de 200 países diferentes³, fazendo da saga como um todo um dos maiores *best-sellers* da história. Minerva estava certa!

Tendo em vista o grande sucesso dos livros, foi acordado com a produtora *Warner Bros. Pictures* oito adaptações cinematográficas, as quais alavancaram ainda mais o êxito da saga. Com isso, além de se tornar umas das séries cinematográficas mais assistidas e mais lucrativas da história, tamanho foi o triunfo que fez com que a marca Harry Potter chegasse, na época, ao valor estimado de 15 bilhões de dólares.

Para além do seu notável sucesso comercial, é inegável que Harry Potter geriu com sua legião de fãs uma relação afetiva. Que leitor nunca se disse esperar a carta de admissão para Hogwarts? Que fã, ao conhecer alguém, não tentou adivinhar em qual casa a pessoa se encaixaria? Além do desafeto compartilhado por Dolores Umbridge e a propensão a se emocionar que todos desenvolveram ao ouvir Severo Snape dizer “*Always*” em referência ao seu amor imortal por Lillian Potter.

O fato é: Harry Potter deixou de ser apenas um livro e se tornou um dos maiores produtos culturais a níveis internacionais no mercado editorial, cinematográfico e de entretenimento. Tudo isso culminou no crescimento da marca e na disposição de seus gestores a expandi-la para, mesmo depois do fim da saga, manter sua relevância no mercado.

³ PRESSE, France. **'Harry Potter' completa 20 anos; relembre história e veja números da saga**. G1, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/harry-potter-completa-20-anos-relembre-historia-e-veja-numeros-da-saga.ghtml>>. Acesso em: 27 de março de 2020

Se a princípio a autora desenvolveu uma narrativa pensada para livros, o crescimento da série acompanhou as mudanças significativas no âmbito de sociedade, cultura e de mercado midiático. Em suma, a expansão da narrativa se deu de forma lúdica, textual, estética e diegética, tanto de modo mercadológico quanto institucional. Este artigo explora essa expansão principalmente em relação ao cenário digital.

Em 2011, Rowling anunciou a criação do website *Pottermore* (hoje *Wizarding World*). É inaugurada, a partir disso, uma narrativa transmídia em âmbito virtual, o que possibilitou para a marca se recriar e proporcionar aos seus seguidores novas experiências à medida que foram incentivados a procurar informações até então inéditas dispostas na nova plataforma.

A revolução digital no que diz respeito a Harry Potter alimentou e adaptou a narrativa de diversas maneiras. Hoje, o universo bruxo conta com vários artefatos virtuais. Dentre eles estão, jogos dispostos tanto em console, quanto em PC, websites independentes alimentados por fãs, tal qual canais no YouTube, e o próprio *Wizarding World*, que hoje é o principal canal de informações acerca do universo bruxo.

Tendo como base obras de autores renomados como Jenkins (2009), Lévy (1997) e McLuhan (1969), esta pesquisa tem como objetivo discorrer sobre como a corporação *Wizarding World* se apropriou de mecanismos transmidiáticos, em âmbito virtual, para renovar e reconfigurar o relacionamento dos fãs com a série, além de pontuar seus artefatos mais recentes e por hora, mais relevantes, que exemplificam a narrativa transmídia. Serão levantadas as principais mudanças no relacionamento entre espectador e produto, evidenciando sua ressignificação e os principais efeitos de uma narrativa veiculada em diferentes meios.

O projeto é justificado a partir do momento em que se reconhece a relevância de Harry Potter como uma das maiores produções culturais da contemporaneidade, tendo em vista seu grande alcance popular, que a partir do desenvolvimento de uma relação afetiva, geriu números expressivos mercadologicamente. Ressalta-se que Harry Potter não se resume mais a uma coleção literária, por mais que em seus primórdios essa fosse sua concepção. Hoje, à medida que suas histórias são contadas, seus produtos são vendidos. Harry Potter estreitou ainda mais a relação entre produto e consumidor. Dito isso, é um campo favorável na aplicação da pesquisa e dos conceitos a serem analisados.

A pesquisa relaciona o êxito do produto/marca às estratégias assertivas, tendo como finalidade também discorrer sobre o remolde à cultura popular que o pensamento convergente

trouxe e como uma boa tática de narrativa transmídia proporciona a uma marca benefícios evidentes e duradouros.

2 - METODOLOGIA

Para melhor administração das informações coletadas para o artigo em questão, foi aderido o método de pesquisa elaborado por Robert Yin (2001): o estudo de caso. O método consiste em realizar uma pesquisa referencial, ampla e aprofundada sobre determinado assunto, partindo de dados e informações qualitativas coletadas a partir de eventos reais com objetivo de explicar, explorar ou descrever algum fenômeno. Para Yin, o estudo de caso é a estratégia escolhida quando se faz necessário responder questões do tipo “como” e “por quê” e quando o pesquisador não possui muito controle sobre os fenômenos pesquisados.

Entende-se por fenômeno, neste caso, a virtude que Harry Potter teve de se firmar e se manter relevante em todos os cenários que se dispôs a explorar, ocupando um espaço na mente das pessoas de um jeito constante e único.

Para servir como referência e contextualização do tema e do objetivo deste, foi apresentado como principal objeto de pesquisa o website acima citado: *Wizarding World*, visto que o site se tornou uma das maiores plataformas *fan services*⁴ no cenário da cultura pop.

Considerando que boa parte das temáticas pré-dispostas no website redirecionam o usuário a outro meio de consumo, ele será desmembrado a fim de investigar e elucidar os principais conteúdos que caracterizam narrativa transmídia. São eles:

- O website *Wizarding World* como plataforma que introduz ao universo bruxo a transmídia em âmbito virtual.
- Os aplicativos oficiais do *Wizarding World: Wizarding World* e *Harry Potter: O Mistério de Hogwarts*.
- O programa *Harry Potter At Home*, pensado a partir do cenário de isolamento social devido ao cenário pandêmico.

⁴ Na tradução para o português significa “serviço para os fãs”, trata-se na adição de artefatos em narrativas audiovisuais, como cinema e TV, com a finalidade de agradar ao público que as acompanha.

- Podcasts relacionados ao universo.

Nota-se que apesar do último lançamento de grande escala ter sido o *spin-off*⁵ Animais Fantásticos e os Crimes de Grindewald, em 2018, há por parte da corporação uma preocupação de renovação e ampliação do universo, que acontece independente do debute de novos livros ou filmes.

Partindo destes princípios e do método acima citado, o artigo em questão baseia-se em informações acerca da estância do universo bruxo dentro do âmbito digital, fundamentando-se, principalmente, no que diz respeito a criação e aos conteúdos dispostos a partir do website para responder o seguinte questionamento: de qual forma estes artefatos alimentam a narrativa e reascendem o *Hype*⁶ do universo bruxo?

Esta pesquisa é dividida em 4 seções. A primeira faz uma introdução ao universo bruxo, discriminando sua origem e sua trajetória ao longo dos 23 anos desde o lançamento do primeiro livro. É levantada nela a repercussão cultural e mercadológica da obra.

A seção 2 discorre sobre convergência e transmídia. Ela contextualiza a pesquisa e conceitua os termos de acordo com a fundamentação teórica estabelecida, levantando exemplos, principais características e efeitos a níveis sociais e de consumo consequentes a aplicação destas no que diz respeito a conteúdos de entretenimento.

A seção 3 funde o melhor do universo bruxo com a *transmedia storytelling*. Ela irá discorrer sobre a origem da relação entre Harry Potter e transmídia virtual e trazer os mais recentes mecanismos utilizados pelos produtores de conteúdo responsáveis pela marca e pelo o que é disponibilizado em nome dela nas mais diversas plataformas.

Por fim, a seção 4 traz as considerações finais sobre o caso: acertos, efeitos e conclusões. Com base nas seções anteriores, encerra-se nesta a avaliação do fenômeno. Tendo em vista o conteúdo de pesquisa e o método escolhido, espera-se que este artigo ofereça contribuições à academia.

⁵ Aquilo que foi derivado de algo já produzido anteriormente.

⁶ Promoção de uma ideia ou produto.

3 - EXPECTO PATRONUM

Tal qual Severo Snape, em Relíquias da Morte, conjurou seu Patrono para guiar Harry até a espada de Gryffindor, foram selecionados aqui três autores para que suas teorias sirvam como condução no desenvolvimento dessa pesquisa.

Há alguns milênios houve uma revolução no cenário da comunicação; o que antes era expressado apenas via oral, passou a ser expressado também de forma escrita. Bem como essa primeira virada, a atualidade aponta uma nova revolução; hoje evoluímos da cultura da escrita para uma cultura de multimídias. Para Eduardo Chaves, professor universitário, “em seu sentido mais lato, o termo multimídia se refere à apresentação ou recuperação de informações que se faz, com auxílio de computador, de maneira multissensorial, integrada, intuitiva e interativa”. (CHAVES, 1991).

O irromper da internet, uma das consequências dessa segunda revolução, trouxe consigo diversas novas informações e novas práticas que geriram uma mudança na forma como a sociedade se relaciona com o mundo e observa-se, a partir desta mudança, uma dedicação de corporações voltadas às mais diversas áreas a se adequar a este novo modelo.

Na sociedade contemporânea, com os avanços tecnológicos, o processo da comunicação e disseminação de informações se dá tal qual o universo bruxo, de forma mágica. A internet se torna o primeiro meio a conjugar duas características primordiais e inéditas até então: a interatividade e a massividade.

Nesse cenário surgem os conceitos de Ciberespaço e Cibercultura; sendo o primeiro mais voltado para uma questão sistemática e estrutural e o segundo para os hábitos que ocorrem dentro daquele espaço. O ciberespaço é um não-lugar. Não concreto, não físico, mas real.

Quando se é pensado em Cibercultura, é de formalidade trazer à tona a obra de Pierre Lévy; pesquisador que estudou os principais efeitos da internet na sociedade. Lévy afirma:

O termo ciberespaço especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

A revolução das tecnologias da informação provocou mudanças fundamentais no âmbito de sociedade. Hoje uma das maiores predominâncias da internet é o entretenimento. Fugindo da perspectiva sociológica e trazendo para a ótica da comunicação, esse cenário no qual as vezes estamos mais conectados virtualmente do que socialmente e onde nos é oferecido novas formas de experimentar e vivenciar o que é disposto, demanda das corporações um alto teor de adaptação para que dessa forma seja possível não só conquistar novos consumidores, mas mantê-los.

E é partindo dessa característica que o processo de inclusão de Harry Potter no âmbito digital foi pensado, a marca precisava se recriar de uma forma mais moderna para não perder sua relevância. Em razão disso foi conveniente a ela adentrar no cenário convergente.

Para falar de convergência é de praxe resgatar a Cultura da Convergência de Henry Jenkins. Nela, Jenkins (2009, p. 30) pontua que “toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por várias plataformas de mídia”. Ele define convergência desta forma:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre 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. (JENKINS, 2009, p. 30).

O resultado do desenvolver das novas mídias é uma nova forma de comunicação. A convergência, que surge motivada pelos avanços tecnológicos que conceberam essas novas mídias, permite a partir disso uma forma diferente de produzir conteúdo e de contar ou criar histórias.

Eclode neste cenário o que hoje chamamos de narrativas transmídia, termo que foi usado pela primeira vez pelo professor Marsha Kinder, da Universidade do Sul da Califórnia e consagrado também por Henry Jenkins. Para ele transmídia:

(...) refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende



da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte da criação de um universo. (JENKINS, 2009, p. 48)

O conteúdo transmídia tem como principal objetivo fazer com que a temática e o material se sobressaiam de uma única mídia. Significa que diferentes mídias oferecerão diferentes conteúdos que, no entanto, são baseados no mesmo enredo. É importante ressaltar que um dos ideais da transmídia é dispor em uma mídia específica apenas uma mensagem parcial da temática em questão. O que é induzido nesse cenário é uma nova dinâmica que promove a ação de contar histórias através de várias mídias. Nas palavras de Henry Jenkins (2009, p. 141), “uma narrativa transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo”.

Transmídia é um conceito que está em um constante processo de evolução e adaptação e hoje é visto como uma alternativa de expansão de modelo de negócio principalmente para produção de conteúdos audiovisuais. É coerente apontar que as percepções (e não interpretações) do conteúdo mudam, mesmo que de forma mínima, de acordo com a plataforma. Estratégia que, se colocada em prática de forma inteligente, contribui significativamente para expansão de uma marca.

A expansão de Harry Potter no que diz respeito tanto narrativa quanto a veículos, conquistou ainda mais consumidores para aquele material, visto diferentes meios atraem públicos mais diversificados. Nesse contexto, apresento a obra de Marshall McLuhan: Os Meios de Comunicação Como Extensão do Corpo, mais especificamente o termo criado pelo autor e discorrido na obra; “O Meio é a Mensagem”, que explica justamente estas diferentes percepções, que não necessariamente alternam as interpretações, acerca de um conteúdo disposto em mais de uma plataforma. Para McLuhan:

O meio é a mensagem” significa, em termos da era eletrônica, que já se criou um ambiente totalmente novo. O conteúdo deste novo ambiente é o velho ambiente mecanizado da era industrial. O novo ambiente reprocessa o velho tão radicalmente quanto a TV está reprocessando o cinema. (MCLUHAN, 1974, p. 11)

McLuhan aponta que o meio é fundamentalmente a mensagem a partir do momento no qual “é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas”



4 - O GAROTO QUE SOBREVIVEU: UM PREFÁCIO DE HARRY POTTER

Em um café em Edimburgo – Escócia, Joanne Rowling (mais conhecida como J.K. Rowling), escreveu as primeiras linhas do que se tornaria uma das obras literárias mais populares do mundo. Harry Potter e a Pedra Filosofal foi lançado em 1997 após ser recusado por mais de 10 editoras.

J.K., cujo nome foi adaptado após os editores da Bloomsbury⁷ temerem que meninos não comprassem a ideia de um livro escrito por uma mulher, teve em 1990 a ideia de escrever um livro sobre um jovem, bruxo, órfão, de óculos, que se chamava Harry Potter.

A propensão bruxa de Harry é inata até o ingresso dele, aos 11 anos, na Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts, um internato para jovens bruxos de 11 aos 17 anos, onde eles aprendem mais sobre suas origens e desenvolvem suas habilidades mágicas. Hogwarts é o palco principal da saga. Cada livro corresponde a um ano na escola.

Harry vive entre dois universos: o bruxo e o trouxa, sendo o segundo a nomenclatura que J.K. usou para definir o mundo não-mágico. O jovem que até seu aniversário de 11 anos teve sua identidade bruxa encoberta pelos tios que o criaram, descobre que seus pais, mortos quando ele ainda era um bebê, foram heróis na denominada Primeira Guerra Bruxa, fundamentada em 1940, com seu auge em 1970. Esta guerra marcou o reinado de Lord Voldemort, que a partir desse momento se torna o principal antagonista de Harry.

Dentre a novidade de se descobrir bruxo e os desafios de criar sua própria autenticidade em meio a um cenário exposto a ele de forma tardia, Harry precisa lidar com o fato de que assim como seus pais, ele também era tido como um herói no universo mágico, haja vista que Lord Voldemort, em tese, foi derrotado após a maldição que lançara para matar Harry, ricochetear e, apesar de não ser forte o suficiente para o matar, arranca-lo de seu próprio corpo.

Durante os anos em Hogwarts, Harry e seus melhores amigos Hermione Granger e Rony Weasley buscam maior entendimento sobre a Primeira Guerra Bruxa em decorrência de acontecimentos que os fazem acreditar que estão sob ameaça de uma possível volta de Lord Voldemort, que desencadeará uma segunda guerra. Os personagens são constantemente submetidos a situações ficcionais que desenham um cotidiano real: por trás do enredo infanto-

⁷ Editora Literária com sede em Londres, responsável pela publicação da primeira edição de Harry Potter e a Pedra Filosofal.

juvenil, a série aborda temas relacionados a amizades, bullying, preconceito, desigualdade étnica, tortura e corrupção.

O primeiro lançamento de uma série de 7 livros foi em 1997 e fez sucesso de imediato, se tornando a série literária que alcançou os maiores números de vendas. Harry Potter seduziu e cativou uma legião de fãs ao redor do mundo. Harry Potter chegou no Brasil em janeiro de 2000, lançado pela Editora Rocco, a qual até hoje relança obras da saga em novas edições. Ao todo, a saga acumula mais de 450 milhões de exemplares vendidos. Extremo ou não, é inegável que a série formou uma geração inteira de leitores.

J.K. geriu a partir de suas obras uma relação de afetividade com os fãs da série. Harry Potter flerta com os *Potterheads*⁸ (ou Pottermaniacos) como se constituísse um vínculo familiar. Muito se deve ao fato de os lançamentos terem acontecido de forma escalonada, de forma que o leitor cresceu junto com a saga e amadureceu à medida que os personagens amadureciam também. 23 anos depois do lançamento do primeiro livro, a série continua sendo um sucesso entre crianças, adolescentes e adultos que acompanharam sua evolução ou foram conquistados ao longo do caminho.

O que começou como literatura se desdobrou em diversos meios. Oito filmes, que se tornaram recordes de bilheteria, foram lançados como adaptações dos livros, tão bem como jogos de videogame e para PC, brinquedos, roupas, histórias em quadrinho e até mesmo doces. Além da experiência imersiva O Mundo Mágico de Harry Potter: um parque temático, que fica nos Estados Unidos e consiste na reprodução dos cenários da série, proporcionada pelo estúdio *Warner Bros.*

É importante ressaltar que o enredo tem um grande potencial de renovação e inovação. O universo bruxo como um todo abre precedente para múltiplas tramas. Em 2016, quase 10 anos depois do lançamento do último livro, a *Warner Bros* produziu o longa *Animais Fantásticos e Onde Habitam*. O filme, cujo título deriva de um livro fictício usado como material didático em Hogwarts, é um prequel do universo que conta com dois filmes lançados e três ainda em fase de criação.

Além de inovar em tramas, o universo também inova em meios. *Harry Potter e a Criança Amaldiçoada* é uma peça de teatro dividida em dois atos. Também teve sua estreia em 2016 e posterior ao espetáculo, o roteiro foi publicado pela Bloomsbury em formato de livro. No fim,

⁸ Fandom de Harry Potter

um dos maiores trunfos mágicos de Harry Potter, foi manter-se relevante culturalmente e mercadologicamente até hoje, partindo principalmente de estratégias que consistem em distribuição da narrativa em múltiplos meios, formatos e veículos.

Salienta-se que essa distribuição acompanha também as modificações no que diz respeito ao âmbito social, provenientes dos avanços tecnológicos. Estes resultaram em uma mudança de comportamentos e novas configurações de consumo por parte dos indivíduos. Tendo esse cenário em vista, hoje um dos principais meios de distribuição de conteúdo relacionado ao universo se dá por meio de plataformas digitais.

Quando se é pensando no universo bruxo incluso no âmbito digital, vem à tona a criação do *Pottermore* (hoje *Wizarding World*): website lançado em 2011. A plataforma, além de funcionar como um grande *fan service*, alimentado com jogos, artigos e conteúdos novos, demarca uma transição importante para a série. Ele foi a maior estratégia de migração digital incorporada à narrativa e determina um posicionamento transmidiático num cenário em rede.

5 - A MAGIA DA CONVERGÊNCIA

Hoje, assistir um seriado que é uma adaptação de uma obra literária ou um filme baseado em uma história em quadrinhos são práticas comuns. Este fenômeno se chama convergência midiática. Ele une as configurações de diferentes mídias para desenvolver um produto ou incrementar algo em outro já existente. Este processo vem ganhando fôlego e muito disso se deve ao advento da Internet. “Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 29).

Num cenário regido pela expansão da internet e pela cultura da convergência, surge uma nova forma de consumir que resultou numa grande mudança no relacionamento entre produtor e consumidor. De antemão é importante ressaltar que dentro desse panorama, as empresas, sejam elas voltadas para entretenimento ou não, passam a mudar suas concepções de público-alvo. As conclusões acerca do seu possível consumidor não são mais respaldadas apenas em dados demográficos, como classe e idade, apesar de ser inegável a relevância destes como elementos dentro de uma pesquisa.

Hoje, para gerar *leads*⁹, é necessário entender a diferença entre dados e informações, sendo o primeiro um elemento sólido e o segundo um contexto atribuído a ele. Um grupo de interesse é regido por um conjunto de fatores relativos a dados, tais como experiências, referências, gostos, paixão. Nenhum desses se restringe a idade, por exemplo e no fim são eles que resultam numa relação mais significativa e duradoura entre produto e consumidor.

Nesse cenário, o que varia de acordo com os elementos de pesquisa não é necessariamente o conteúdo e sim os meios, ou seja, a forma que aquele conteúdo chega no possível consumidor. As narrativas se adequam de acordo com os mais variados perfis. Salientando que outra consequência desse novo cenário é o fato do consumidor não se comportar mais de forma passiva e almejar imersão e participação; duas das principais características dessa nova era dos meios de comunicação fundamentada na cultura da convergência.

A linha de raciocínio de Jenkins presume que no cenário da convergência, novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. Num momento de grandes transformações, grandes corporações da indústria midiática, principalmente ligadas ao audiovisual, passam a aderir a convergência para atribuir sentido ao produto ou serviço oferecido.

Apesar da digitalização dos conteúdos ter estabelecido as condições necessárias para a convergência, ela, além de ser um fator voltado ao processo tecnológico, representa uma mudança de cunho cultural. Jenkins (2009, p. 30) diz ainda que o dinamismo da convergência não se dá através dos veículos. Para ele “a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”.

5.1 - cultura pop e transmídia

O conceito de cultura varia de acordo com quem o pauta. Para este tópico abordo a definição do que é considerado por muitos o pai do conceito moderno de cultura, Edward Burnett Tylor (1871, p. 1), que na sua obra *Cultura Primitiva* define cultura como “um conjunto complexo que inclui o conhecimento às crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade”.

⁹ Termo de marketing usado para descrever o início de um interesse ou questão de um possível cliente. Conceito extraído de: Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Gera%C3%A7%C3%A3o_de_Leads>. Acessado em: 20 de maio de 2020.

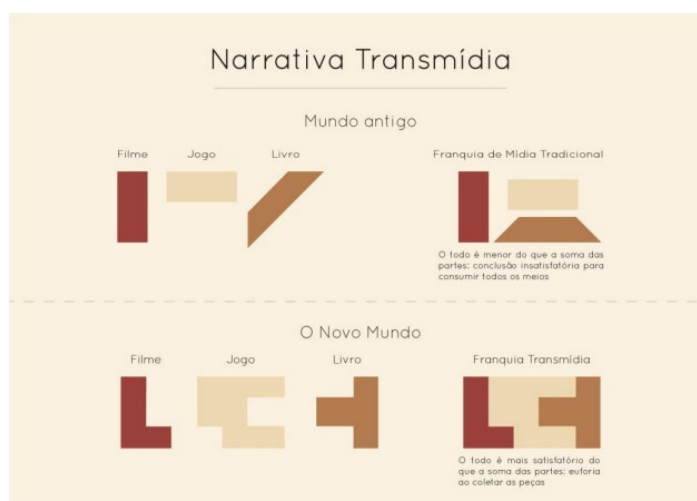
A cultura pop ou cultura popular, por sua vez, é o conjunto dessas práticas norteados pela perspectiva midiática, que tem como objetivo constituir entretenimento. É alimentado principalmente por artefatos ligados à indústria cultural (cinema, TV, música etc.) que tem lucros a promover estes materiais, além de permear determinado senso de comunidade e pertencimento. Em suma, a cultura pop surgiu devido a uma necessidade do ser humano de “se encaixar” a um ambiente equivalente a ele. Ela projeta a presença do pop no cotidiano.

Dada esta introdução, é notável, desde o surgimento da convergência, que grandes produtores de conteúdos de entretenimento estão aderindo como estratégia a distribuição dos seus materiais em mais de uma plataforma. Surge em resposta a convergência, ambientada no cenário da cultura pop, uma estética que exige que seu consumidor esteja condicionado a participar ativamente das propostas de narrativas. Essa estética chama-se transmídia.

Para entender o conceito de transmídia e identificar quais os artefatos que categorizam esta narrativa, é importante saber diferencia-la de Crossmídia. No sentido literal, Crossmídia significa “cruzamento de mídias”. Nela, um conteúdo, produto ou serviço também é distribuído em mais de uma plataforma, no entanto a mensagem não sofre alterações. O intuito dela é oferecer a mesma experiência por diferentes meios. Uma série pode ser assistida na tela de um computador, no celular ou na TV. Isso é crossmídia.

Por outro lado, a transmídia tem como características adendos, inclusões e novas criações que adequam ou expandem o conteúdo de acordo com a mídia na qual ele é veiculado. A fim de exemplificar, abaixo o modelo de narrativa transmídia segundo Robert Pratten:

Figura 01. Narrativa Transmídia



Fonte: Robert Pratten (2011), traduzido por Chrystian Ariel Luft Balem.

Na imagem acima, Pratten (2011) compara formas de consumos regidas em dois cenários que ele chama de “Mundo Antigo” e “Novo Mundo”. O Mundo Antigo diz respeito a mídia tradicional. Nele, ou a história distribuída entre diferentes mídias não se conecta entre si ou é exatamente a mesma. O Novo Mundo parte da perspectiva da transmídia. Além da história se relacionar, ela agrega ao enredo um significado ainda maior.

No cenário transmidiático existem dois panoramas: o primeiro visa um indivíduo que é mais familiarizado com uma das mídias na qual o conteúdo é disponibilizado, atém-se a ela e mesmo assim absorve a história central de uma forma que faça sentido, já que ela se complementa, mas que ao mesmo tempo não é interdependente.

O segundo, parte do princípio de que quando o indivíduo tem a informação de que ele pode imergir num universo e ampliar sua experiência, ele dedica ainda mais tempo àquele conteúdo. A transmídia começou a ser notada como um processo alternativo de ampliação de um modelo de negócio e foi posta em prática por grandes produtores de conteúdo voltados ao entretenimento

Um dos cases de maior sucesso é a franquia *Star Wars*. Este, tal qual Harry Potter, foi pensado para um meio, nesse caso, o audiovisual, e a partir do seu sucesso, se desdobrou em várias mídias, como: jogos, livros, HQs, etc. Assim o universo é alimentado cada vez mais. Cada uma das mídias contém elementos que remetem à história principal ou inicial, mas com abordagens diferentes.

É inegável a transmidialidade presente no universo bruxo, desde antes deste adentrar o cenário digital. Existem estudos que abordam variados artefatos voltados ao fenômeno; desde a transmídia dada de forma estética, presente na adaptação cinematográfica, até a transmídia diegética com o Mundo de Harry Potter, situado em Orlando. Porém a pauta desta pesquisa é voltada para a transmídia em formato virtual. O capítulo a seguir aborda as estratégias mais recentes.

6 – HORCRUXES

Horcrux é um feitiço que tem como premissa dividir a alma de um bruxo a fim de que ele obtenha vida eterna. Tal qual Lord Voldemort dividiu a sua em 7 partes, elenco abaixo as Horcruxes do universo bruxo como um todo. Estas prezam pela imortalidade de Harry Potter.



6.1- ALOHOMORA: abrindo as portas para o emergir de uma nova era.

Com a intenção de agregar ainda mais possibilidades ao universo de Harry Potter, em 2011, J.K. Rowling anunciou o lançamento do website oficial da série: o *Pottermore*. Este, após 4 anos em funcionamento passou por uma série de modificações, muito em decorrência do encerramento de vínculo com a *Sony Corporation*, empresa que até então era sua parceira.

Em julho de 2014, o *Pottermore* foi fechado e substituído oficialmente por *WizardingWorld.com*. Grande parte dos conteúdos foram migrados ao mesmo tempo que foram disponibilizados vários novos recursos, tanto institucionais quanto comerciais.

O *Wizarding World*, “Mundo Mágico” na tradução para o português, funciona como uma franquia digital de um universo compartilhado. Ele serve como a principal possibilidade de imersão virtual no universo bruxo. O usuário, em seu contato inicial, já é convidado a fazer testes fundamentados em narrativas que fazem referências ao enredo principal, como a seleção para as casas de Hogwarts e o designio a um Patrono¹⁰. A plataforma conta com as mais diversas possibilidades de imersão. Além do glossário detalhado das criaturas, personagens e feitiços presentes na narrativa principal, o site disponibiliza textos exclusivos da autora da saga.

O mundo mágico digital, mais do que um empreendimento online, é um mecanismo de flerte com a comunidade *Potterhead*. O usuário é exposto a uma série de referências e a cada clique é instigado a interagir e explorar suas múltiplas funções. Jenkins, em 2011, publicou em seu blog pessoal um artigo voltado para o website do universo bruxo. Nele, o autor aponta que o website demonstra o poder da mídia de nicho. Salienta também que o sucesso da narrativa vem dos que ele chama de “consumidores excedentes”. Entende-se pelo termo os consumidores que ficam fora da meta demográfica. Para ele:

Mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes (...). Uma boa franquia transmídia trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas – e se cada obra oferecer experiências novas –, é

¹⁰ Na série, um patrono é um feitiço que conjura uma criatura mágica feita através energia positiva.

possível contar com um mercado de intersecção que irá expandir o potencial de toda a franquia (JENKINS, 2009, p. 142)

A princípio a série Harry Potter foi pensada como um conto infanto-juvenil, mas ao longo dos anos é notável que a franquia ultrapassou as barreiras de idade. Hoje, a comunidade *Potterhead* é composta por aquela criança que, em 1997, leu *A Pedra Filosofal* e cresceu junto com os personagens à medida que os livros subsequentes eram lançados, mas também integra pessoas instigadas pela variedade de conteúdo disponibilizado pelo universo bruxo.

Para Lévy (1999, p.11), “(...) o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas propõem”. O *Wizarding World* contribui para essa percepção a partir do momento em que ele ampliou de forma significativa o alcance aos conteúdos relacionados a saga. O website elenca todas as adaptações a partir da obra literária, até os seus últimos lançamentos, além de contar com diversos jogos e atividades. Todos esses elementos, que contam com uma evolução da história de uma forma muito bem desenvolvida, proporcionam ao usuário uma experiência de imersão que resulta na sensação de conexão com uma comunidade de verdade.

6.2 - APLICATIVOS PARA CELULAR

Hoje, entre diversos avanços tecnológicos, o *smarthphone* é um dos maiores responsáveis por modificar e guiar a forma com a qual vivemos em sociedade. O aparelho, que a princípio tinha como objetivo efetuar e receber chamadas, passou por uma série de mudanças, alcançando um nível de multifuncionalidade que o tornou indispensável.

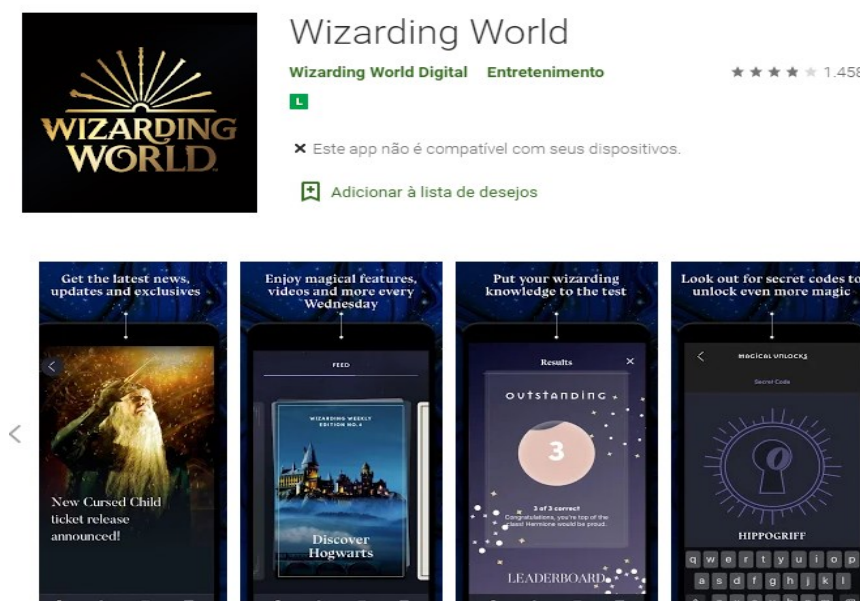
O aplicativo *Wizarding World* é uma extensão do website *wizardingworld.com*. Ele tem como finalidade disponibilizar conteúdos relacionados ao universo bruxo de forma exclusiva. Conta com uma revista na qual artigos são publicados semanalmente. Além de funcionar como uma “identidade bruxa” para o usuário, que ao criar a conta recebe um filtro de câmera personalizado com a casa de Hogwarts de seu desígnio.

A principal função do aplicativo exige certo teor de dedicação do usuário. Em meio a cada artigo, teste ou enquete disponibilizado, existe um código escondido que desbloqueia



“surpresas mágicas”, que incluem, por exemplo, pontos extras para sua casa em Hogwarts ou certificados de inclusão em clubes fictícios, como o *Slug Club*, grupo criado pelo personagem Prof. Slughorn para reuniões dos estudantes mais populares de Hogwarts.

Figura 2: Captura de tela de download do aplicativo.



Fonte: Loja virtual de aplicativos do Google, mais conhecida como Play Store.

O *WIZARDING World App* por se tratar de uma plataforma recente, ainda não ganhou sua versão traduzida para o português.

Outro aplicativo que ganhou notoriedade entre os fãs do universo bruxo foi o Harry Potter: O Mistério de Hogwarts, que se trata de um jogo de RPG¹¹. Nele, o usuário constrói sua própria história em Hogwarts.

¹¹ Sigla para *role-playing game* que no português significa Jogo de Interação, no qual os jogadores assumem o papel dos personagens.

Figura 3. Captura de tela do jogo Hogwarts Mystery

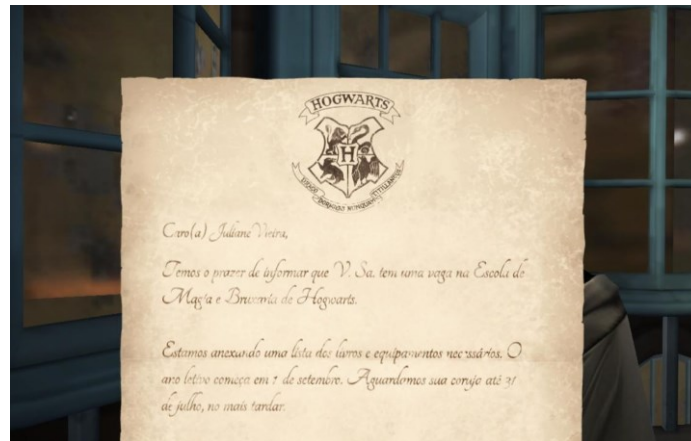


Figura 3. Captura de tela do jogo Hogwarts Mystery

Desde seu lançamento, o jogo recebe feedbacks positivos. Acompanhar notícias exclusivas do mundo de Harry Potter é ótimo, mas ter a oportunidade de receber sua carta de admissão para se tornar um aluno de Hogwarts é o que todo *Potterhead* sempre sonhou. A experiência imersiva proporciona ao usuário a possibilidade de se aventurar pelos corredores da escola de magia, fazer parte do time de quadribol¹² e cultivar relações com outros alunos, o que inclui personagens da história original, sejam elas de amizade ou românticas. O RPG a cada atualização, que acontece anualmente, dispõe mais possibilidades ao jogador, desde submetê-los aos mesmos testes educacionais que os alunos de Hogwarts prestam, até proporcionar o jogador o título de monitor de turma.

O game conta com componentes gráficos bem fundamentados, diálogos dinâmicos e funções que proporcionam uma experiência de imersão que até então, nenhum dos jogos de console ou de PC haviam proporcionado. Tal qual o *Wizarding World App*, o Mistério de Hogwarts permite o usuário adentrar o mundo bruxo de forma prática, mas não menos intensa.

6.3 - O UNIVERSO BRUXO EM CASA

¹² Esporte fictício criado para a série. Conhecido como o “futebol bruxo”.

Em 2020, a sociedade foi submetida a um cenário de isolamento social, advindo da pandemia do COVID-19, doença causada pelo coronavírus (SARS-CoV-2); uma família de vírus que causam doenças respiratórias. É transmitido a partir de toques, saliva, espirro, catarro e objetos com a superfície contaminada¹³.

Devido a facilidade de transmissão, que por sua vez ocasionou um alto percentual de pessoas infectadas, foi decretado pelo OMS (Organização Mundial da Saúde) estado de emergência. Junto ao decreto, uma série de recomendações foram emitidas, dentre elas, a principal: ficar em casa. Com uma redução considerável (em vários casos, proibição) de circulação de pessoas, os setores corporativos tiveram que se reinventar. As aulas passaram a funcionar no modelo EaD (Educação a Distância), assim como as missas ou cultos religiosos; as pessoas passaram a trabalhar em casa; os restaurantes tomaram para si os serviços de entrega e as confraternizações se davam apenas via redes sociais ou vídeo chamadas.

“Hogwarts sempre ajudará aqueles que a ela recorrerem” (ROWLING, 1998, p. 147). No cenário de isolamento, as relações em rede que por si só já eram importantes, tornaram-se essenciais. Foi pensando na limitação e no acúmulo de carga de ansiedade do indivíduo submetido a essa experiência que o *Wizarding World* disponibilizou uma série de materiais de entretenimento numa nova aba direcionada para pessoas que estão cumprindo o isolamento social, o *Harry Potter At Home*, na tradução para o português “Harry Potter em Casa”.

Figura 4. Captura de tela do Harry Potter At Home



Fonte: Wizarding World Website. Disponível em: <<https://www.wizardingworld.com/collections/harry-potter-at-home>>. Acesso em 01 de junho de 2020.

¹³ Dados segundo a Organização Mundial da Saúde.

A iniciativa conta com diversas atividades, como novos testes, jogos e tutoriais que ensinam os fãs ou curiosos a criarem seus próprios Animais Fantásticos dentro de casa. Porém, o que de fato seduziu a comunidade Potterhead no que tange o *Harry Potter At Home*, foi o programa de leitura, composto por nomes famosos como Daniel Radcliffe, que interpretou o próprio Harry Potter nos cinemas, Eddie Redmayne, o Newt Scamander de Animais Fantásticos, Whoopi Goldberg, David Tennant, entre outros. Ele funciona como um canal de vídeos e a cada semana uma personalidade, lê um capítulo do primeiro livro da série.

Ressalta-se que o programa não se trata de uma experiência unilateral. A cada capítulo o fã é convidado a participar da experiência enviando sua melhor ilustração que será exibida no vídeo durante a leitura. Os laços entre obra e consumidor, a partir do momento em que ele é incluso no desenvolvimento do conteúdo a ser veiculado, se torna ainda mais forte.

Jenkins afirma que:

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considera-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras que nem um de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p. 30).

Apesar de oficialmente o programa também ser parametrizado pelo website, mais uma vez a narrativa transcendeu o meio para qual inicialmente foi pensada. O programa foi adaptado para podcast.

6. 4 - armada de Dumbledore

Sobre novas tecnologias como plataformas de comunicação, Lévy afirma:

Como no caso da invenção do computador pessoal, uma corrente cultural espontânea e imprevisível impôs um novo curso ao desenvolvimento tecnoeconômico. As tecnologias digitais surgiram, então, como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento (LÉVY, 1999, p. 32)

Com a expansão da internet, nota-se uma multiplicação no cenário midiático, que as vezes ocasiona certo teor de sobrecarga de informação. Num cenário no qual o indivíduo está cada vez com menos tempo, é necessário encontrar uma forma de alcançar o espectador por meio de conteúdos que os agradem, mas também através de veículos que estejam a seu alcance.

O podcast é um arquivo digital transmitido também via internet, principalmente por meio de *streamings* ou aplicativos próprios para sua reprodução. Ele, vulgarmente falando, é um “texto para ouvir”. Diferente de programas de rádio, o ouvinte não escolhe apenas o conteúdo, mas também quando o deseja escutar. São temáticos e tem como objetivo contar uma história, trazer debates ou expor uma conversa sobre assuntos variados.

Em tempos céleres, duas das coisas pelas quais um indivíduo mais preza se tratando de consumo de material, são acessibilidade e praticidade. Hoje, escutar um áudio é sem dúvida mais prático do que assistir uma série ou ler um livro, por exemplo. Dentro desse contexto, a indústria de podcast tem ganhado notoriedade, principalmente por se tratar de um modelo de consumo no qual o indivíduo tem a liberdade de realizar suas outras tarefas enquanto o reproduz.

O *Wizarding World Podcast* nada mais é que uma reprodução em áudio do que já foi disponibilizado em vídeo. O meio, sem dúvidas, agrega ainda mais versatilidade ao universo bruxo e contribui para que ele hasteie um alcance ainda maior, porém ele caracteriza crossmídia. Em contrapartida, emergem cada vez mais podcasts de fãs que pautam o universo bruxo.

Tendo em vista que o universo bruxo desde 1997 se expande, tanto em relação a veículos, quanto a enredo, é inegável afirmar que em determinado momento ele se tornou relativamente mais complexo. Em compensação, hoje, é mais fácil encontrar meios para compreendê-los. À medida que um conteúdo novo é lançado, rapidamente os consumidores se deparam com canais em diversas plataformas que têm como premissa oferecer explicações ou discussões acerca do material em questão e grande parte é produzido por fãs.

O envolvimento do indivíduo com o universo ficcional seja de um livro, uma série – ou os dois ao mesmo tempo, como em Harry Potter –, inspira formas novas de consumir e também de produzir cultura. Jenkins (2009, p. 386) conceitua cultura participativa como “cultura em que os fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos”. Ela parte do preceito que a comunidade assume parcialmente a responsabilidade de ajudar a desvendar ou agregar novas perspectivas a narrativa. É feita pelo consumidor para o consumidor.



No que diz respeito ao mundo bruxo, a cultura participativa é presente principalmente quando se é pautado *fanfiction*¹⁴. Desde os primeiros lançamentos da saga, emergiu-se um movimento de exploração da narrativa, de forma que o autor atribui a si mesmo o direito de intervir na história, tão bem como contribuir com novos significados conforme seus gostos pessoais.

Cultura participativa e transmídia sempre andaram de mãos dadas e o importante a se ressaltar nesse cenário, é o fato de o formato de participação também acompanhar as mudanças e evoluções tecnológicas. Hoje, é difícil uma fã base não se apropriar do uso de podcasts para propagar suas conclusões acerca de uma obra.

Ao primeiro sinal de promessa, a comunidade *Potterhead* por si só incluiu o universo bruxo em mais uma plataforma de mídia. Além de viabilizar a produção independente, e mais importante, com baixo custo, de forma mais democrática e com linguagem mais acessível, os podcasts oferecem formas particulares de interatividade.

O “Estação 9 ¾”, como a referência no título indica, é um podcast que tem como premissa explorar o universo criado por J.K. Rowling. Ele funciona como um sistema colaborativo e é, em partes, aberto ao público. Cada episódio, publicado semanalmente, conta com um fã convidado que anteriormente preencheu um formulário que formaliza sua vontade de fazer parte de um episódio.

Além dele, existem diversos podcasts voltados para o universo bruxo, como o “Animagos”, “A Casa Elefante” e o “Café Seletor”. Todos eles têm o propósito de desmembrar o universo bruxo, debater sobre o enredo a partir de diversas perspectivas, como política e cultural, ou propor novas perspectivas e novas interpretações no que diz respeito aos acontecimentos do universo bruxo.

Para Jenkins:

[...] novas formas de comunidade estão surgindo: essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais. [...] As comunidades, entretanto, são mantidas por meio da produção mútua e troca recíproca de conhecimento. [...] E, o mais importante, esses grupos servem como locais de “discussão, negociação e desenvolvimento coletivos” e estimulam o membro individual a buscar mais informações para o bem comum. (JENKINS, 2009, p. 55).

¹⁴ Na tradução para o português significa “ficção de fã”. História baseada numa obra existente e desenvolvida por fã.

A cultura participativa acaba por atribuir também ao fã/consumidor o exercício de difundir a mensagem do material em questão. Além da comunidade podcaster inserir o universo bruxo em mais um contexto transmidiático, ela contribui com a divulgação da franquia, muitas vezes, de forma voluntária, sem propósito lucrativo.

7 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho partiu das principais teorias acerca de cibercultura, meios de comunicação e convergência para apresentar o universo bruxo, criado por J.K. Rowling, como um grande exemplo de narrativa transmídia no âmbito virtual. No primeiro momento, o mundo de Harry Potter é contextualizado para melhor compreensão das referências que foram feitas nos capítulos subsequentes. Em seguida é posto em pauta conceitos essenciais para o desenvolvimento da pesquisa, como cultura pop e o cenário convergente como artefato que visa ampliar a perspectiva de entretenimento.

Apresentados os conceitos, a seção 3, dividida em 4 subseções, apresenta o website *Pottermore*, que posteriormente se tornou *Wizarding World*, como plataforma que deu origem a transmidialidade de Harry Potter no que diz respeito ao âmbito digital. Foram elencados os mais recentes e, por hora, mais relevantes veículos que renovam a transmidialidade da série.

Pondero que o artigo reconhece que anterior aos pontos pautados nele, o universo bruxo já caracterizava narrativa transmídia, porém, sob outras perspectivas. A pesquisa considera especificamente a transmídia fundamentada num cenário virtual e discorre sobre a forma com a qual as principais extensões da série se deram por este meio.

Não foi por coincidência que o *Pottermore* foi inaugurado no ano de lançamento do último filme. “*Harry Potter e as Relíquias da Morte: Parte 2*” demarcou o fim de uma era, mas não podia caracterizar a despedida do universo bruxo da vida de uma legião de fãs que, mais do que ler ou assistir os conteúdos da série, envolveram-se com a vida de Harry de forma afetiva.

Harry Potter é uma das sagas mais longevas e um dos cases de maior sucesso nos quesitos cultural e mercadológico. O último filme da história original foi lançado há quase 10



anos e o último *spin-off* há 4. Porém, se tem uma coisa que J.K Rowling provou em mais de duas décadas de universo bruxo, é que o sucesso dele não é fundamentado em debutes de grande escala.

J.K. se apropria de estratégias procedentes da expansão e evolução de ferramentas tecnológicas não só para aprofundar a experiência dos fãs da série, mas para validar suas (dos fãs) perspectivas pessoais também. A versatilidade do universo criado por J.K. abre precedente para as mais variadas formas de exploração, o cenário convergente potencializa todos eles. Ao realizar essa pesquisa, levanto a transmídia como pilar fundamental do crescimento contínuo do universo bruxo e atribuo a ela razão pela qual Harry Potter, até hoje, nunca saiu de sua posição de relevância.

As relíquias da morte, juntas, tornam o seu dono imortal. Elenco como as relíquias da morte do universo bruxo a convergência, a transmídia e a cultura participativa. Desde que J.K. Rowling faça desses três artefatos fundamentos imprescindíveis para o desenvolvimento de novos materiais, a magia de Harry Potter será eterna.

Termino afirmando com convicção que à medida que os meios tecnológicos se desenvolverem, surgirão outras pesquisas pautando o universo bruxo por essa mesma perspectiva, mas abordando outros veículos. Que esta sirva como contribuição.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Daniela. **15 anos de Harry Potter: a mágica de criar um negócio de 20 bilhões**. Exame, 2012. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/15-anos-de-harry-potter-a-magica-de-criar-um-negocio-bilionario/>>. Acesso em: 10 de abril de 2020.

CHAVEZ, E. P. C. **Multimídia – Conceituação, aplicações e tecnologia**. São Paulo: Editora People Computação, 1991.

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

_____. **Três razões pelas quais o Pottermore é importante**. Blog Henry Jenkis, 2011. Disponível em:



<http://henryjenkins.org/blog/2011/06/three_reasons_why_pottermore_m.html>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **O Meio de Comunicação como Extensão do Homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 2004.

PRATTEN, Robert. **Getting Started with Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners**. Londres, 2015. Disponível em:
<<https://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/book-2-robert-pratten.pdf>>. Acesso em: 10 de abril de 2020.

PRESSE, France. **'Harry Potter' completa 20 anos; relembre história e veja números da saga**. G1, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/harry-potter-completa-20-anos-relembre-historia-e-veja-numeros-da-saga.ghtml>>. Acesso em: 27 de março de 2020.

ROWLING, J.K. **Harry Potter e a Pedra Filosofal**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2000.

_____. **Sobre J.K. Rowling**. J.K. Rowling website, 2016. Disponível em:
<<https://www.jkrowling.com/about/>>. Acesso em 15 de abril de 2020.

TYLOR, Edward. **Cultura Primitiva**. Allariz: Editora Ayuso, 1977.

