

ANÁLISE DA COMUNIDADE *BOOKSTAN* DENTRO DA CULTURA DE FÃS *ON-LINE*

Data de submissão: 07/12/2023

Data de aceite: 01/02/2024

Beatriz Nascimento Medeiros

Centro Universitário Internacional
UNINTER
Curitiba – Paraná

Máira de Souza Nunes

Centro Universitário Internacional
UNINTER
Curitiba – Paraná

RESUMO: Este artigo busca compreender quem são os *bookstans*, como esse grupo surgiu com a cibercultura e dentro da cultura de fãs *on-line*, bem como de que maneira eles se enquadram na categoria de produtor, ou seja, quem produz e consome conteúdos na internet. Para isso, foi utilizado de pesquisa bibliográfica, documental e de opinião, a partir de um mapeamento de perfil dos *bookstans* por meio de questionário *on-line* buscando compreender quem faz parte desse grupo. A partir da análise, foi possível observar como as narrativas literárias não apenas se conectam com as culturas comunicacionais da convergência e do espetáculo, mas também enriquecem essas culturas ao oferecer uma plataforma para explorar, comentar e reinterpretar os elementos

fundamentais que moldam nossa relação com a mídia, a informação e a representação visual.

PALAVRAS-CHAVE: Cibercultura; Cultura de fãs *on-line*; *Bookstan*.

1 | INTRODUÇÃO

Por volta de 2018, começou a ser usado o termo *bookstan* através da comunidade *booktube* cuja especialização são vídeos para leitores. Em 2020, com a pandemia da Covid-19, o termo se popularizou e ganhou força por meio das *bookredes* (redes sociais onde os *bookstans* estão inseridos, sendo elas *booktwitter*, *bookgram/bookstagram*, *booktube* e *booktok*, representando respectivamente as redes sociais Twitter, Instagram, YouTube e TikTok), principalmente pelo *booktwitter* e *booktok*. Contudo, até 2022 ainda era pouco falado sobre esse grupo fora da sua comunidade virtual, sendo que os grandes veículos de imprensa apenas retratam que os jovens estão lendo mais ou que está aumentando o número de livros vendidos. Embora não

seja possível determinar quem tenha cunhado os termos, é provável que tenham surgido organicamente entre os próprios *bookstans* através das redes sociais.

Para Rosa (2022), a etimologia da palavra *bookstan* é um neologismo em inglês de *book + stan*, já que o *fandom* é mais do que apenas um leitor, hoje eles também seguem novidades sobre os livros, a vida do autor e analisam esses temas mais a fundo, sobretudo, pelas *bookredes*, e são extremamente dedicados a literatura. Doretto (2020, p. 182) reforça essa ideia de que “a expressão em inglês *stan [stalker + fan]* é usada para indicar quando alguém gosta de alguma coisa; quando alguém se refere a um *stan*, significa que a pessoa em questão é um grande fã e defensor de algo”, no caso, os livros.

Logo, chegou-se ao objetivo geral de investigar o perfil dos *bookstans* e como eles se comportam dentro da cultura de fãs *on-line*. Para o mapeamento do perfil dos *bookstans* em 2023, foi utilizado um questionário *on-line*, produzido na plataforma Google Forms, aplicado entre os dias 17 e 29 de março de 2023 e obteve 185 respostas. Com o questionário foi possível entender quem é o público *bookstan* para a fundamentação teórica. Continha 19 perguntas gerais e fechadas referentes ao gênero, a região onde mora, a idade, hábito de leitura, entre outras para entender melhor quem é o público e quais seus hábitos de leitura no começo de 2023.

A comunidade *bookstan* é composta, majoritariamente, por mulheres cisgênero, pertencentes à geração Z (nascidos entre 1995 e 2010), com o ensino em curso superior incompleto, moradoras da região sudeste e com renda salarial mensal de até 3 salários mínimos. A maioria foi incentivada a gostar de literatura influenciada pela família por volta dos 12 anos e, até hoje, possui pessoas em seu círculo pessoal que também gostam ler. Geralmente, participam de alguma rede social onde possa mostrar sua ‘estante literária virtual’ (como Goodreads ou Skoob)¹.

É possível observar como as *bookredes*, principalmente o *bookgram* e o *booktok*, influenciam positivamente os jovens a lerem cada vez mais em diversos sites jornalísticos entre 2021 e 2022 como G1², CNN³, Terra⁴ e Diário de Pernambuco⁵. Então, os jovens estão lendo cada vez mais e influenciam outros jovens a lerem e conhecerem novos livros, mas em nenhum momento é citado os *bookstans* ou o motivo de existirem as *bookredes*. Mesmo que a grande imprensa perceba um grande número de leitores falando sobre livros.

Ainda há pouco estudo sobre quem são os *bookstans* e como eles se comportam por meio da cultura de fãs *on-line*, o foco dos estudos científicos referente ao grupo é apenas nos benefícios das *bookredes* na formação e incentivo de leitores pelos meios digitais, mas não é muito falado sobre o grupo que compõe as *bookredes* em si.

Se a leitura é tão importante para os indivíduos a ponto deles mesmo se organizarem

1 Os dados foram levantados pela autora através de questionário *on-line* e estão descritos no final deste artigo.

2 <https://tinyurl.com/29vu5uh5>. Acesso em: 14 set. 2022.

3 <https://tinyurl.com/2s4zarzm>. Acesso em: 14 set. 2022.

4 <https://tinyurl.com/ba94fzru>. Acesso em: 14 set. 2022.

5 <https://tinyurl.com/yd5v3car>. Acesso em: 14 set. 2022.

em grupos para debater sobre o assunto, eles também querem serem ouvidos e entendidos como parte de uma comunidade *on-line*. Principalmente quando a maioria da comunidade se relaciona através do ciberespaço e tem voz ativas com as redes sociais, não tratando a leitura com passividade.

Assim a comunidade *bookstan* vive dentro da cultura de fãs *on-line*, que se refere a um conjunto de práticas, comportamentos, códigos e valores compartilhados por um grupo de fãs que se reúnem *on-line* para discutir, celebrar e produzir conteúdo relacionado a um interesse comum. Que só foi possível após a disponibilização da internet para a população e sua ampla divulgação, assim as pessoas começaram a investir mais em aparelhos eletrônicos e a se comunicar por intermédio deles.

2 | CIBERCULTURA E CULTURA DE FÃS *ON-LINE*

Com a popularização da internet e sua ampla divulgação, as pessoas passaram a investir mais em aparelhos eletrônicos, utilizando-os como meio principal de comunicação. Conforme Lévy (1999), o meio de comunicação mediado por computador, entre humanos, máquinas e informação, é definido como ciberespaço, e o conjunto de cultura vindo dele, é chamado de cibercultura.

A esse respeito Bonito (2021, p. 42) elucida que “para que a cibercultura fosse consagrada, foi necessário um esforço científico muito importante para a história da internet”. Ao longo do tempo, todos começaram a se comunicar por meio do ciberespaço, com o surgimento e a facilidade de conexão através das redes sociais.

Logo, os usuários das redes sociais se tornaram produtores de conteúdos e deixaram de ser consumidores passivos (JENKINS *et al*, 2014; REZENDE, 2020). A esse respeito, Bruns (2008) *apud* Zago (2021) utilizam o termo *produsuário*, neologismo das palavras produtor e usuário para definir as pessoas que produzem e consomem conteúdos na internet, já que agora a internet é acessível a todos. A esta altura, também foram reconfigurados os modos como as pessoas se socializam com o novo espaço.

A cibercultura, como resultado da disseminação da internet e das tecnologias digitais, criou um ambiente propício para a formação e fortalecimento das comunidades de fãs. Por intermédio das redes sociais, fóruns e plataformas de compartilhamento, os fãs podem se reunir virtualmente, trocar informações, produzir conteúdo e expressar sua paixão por objetos de adoração comuns, gerando uma cultura de fãs *on-line* colaborativa e criativa. A cibercultura potencializa a conexão global dos fãs, permitindo que eles transcendam fronteiras físicas e culturais, e encontrem outras pessoas que compartilham dos mesmos interesses, resultando em uma cultura de fãs diversa e abrangente, que influencia e é influenciada pela cibercultura em constante evolução.

A cultura de fãs *on-line* é caracterizada por um conjunto de práticas, comportamentos, códigos e valores compartilhados por um grupo de fãs que se conectam virtualmente para

discutir, celebrar e criar conteúdo relacionado a um interesse comum.

Há muitas formas de definir um fã, pode ser pela veemência com que lida com o objeto de sua adoração ou mesmo pelo tempo em que segue as informações sobre seu objeto de afeição. Já para Amaral e Monteiro (2013, p. 453) “ser fã é muito mais do que participar, é trocar, partilhar, seja através de listas de discussão, tradução de músicas, críticas [sic] pesadas ou na criação de material (*fanfics, fanvideos, fanzines*)”.

Quando os fãs se juntam, acabam formando uma comunidade que tem interesse em comum, analisaremos exclusivamente os fãs de livros. “A participação em uma comunidade [...] de fãs pode ou não ser um modo de influenciar a cultura e pode ou não ser um modo de intensificar o engajamento do público com a propriedade ou marca” (JENKINS *et al*, 2015, p. 248).

Com essa definição clara, é importante analisar que foi sendo necessário uma denominação para as práticas desse conjunto de fãs, assim foi criado o termo *fandom*.

Fandom é um neologismo das palavras inglesas fan e kingdom, em tradução literal seria um ‘reino de fãs’, seus principais traços são a solidariedade entre os fãs e a veneração de uma obra (MIRANDA, 2009; MASCARENHAS; TAVARES, 2010).

O conteúdo criado pelos fãs é de extrema importância, pois pode expandir e aprofundar o universo e a história original do objeto de interesse, oferece novas perspectivas e interpretações não exploradas no material original, acrescentando camadas de complexidade e enriquecendo a experiência dos fãs. Além disso, o conteúdo gerado pelos fãs possibilita a conexão e o relacionamento com outros que compartilham dos mesmos interesses. Ele serve de fonte de inspiração e motivação para outros fãs, ajudando a criar uma sensação de pertencimento à comunidade.

Assim, os *fandoms* digitais são comunidades de fãs altamente engajadas e ativas na internet, que utilizam a rede para se comunicar, produzir conteúdo, promover seus objetos de adoração e lutar por causas que consideram importantes.

Por fim, a cultura de fãs *on-line* é um fenômeno que se desenvolve na esfera social e cultural, e não na esfera econômica. Embora muitas empresas possam se beneficiar indiretamente da cultura de fãs, é difícil transformá-la em um produto comercializável sem descaracterizá-la ou desvalorizá-la.

3 | **BOOKSTANS**

Apesar do termo *bookstan* ter ganhado força por volta de 2018, antes desse período era usado o termo *fandom* literário, que já apresentava o acolhimento através da literatura recreativa, onde podia perceber-se o começo da (re)adaptação da estrutura literária, atualizações na forma de leitura e escrita por meio dos novos modelos que vem surgindo ao longo do tempo (MIRANDA, 2009).

A comunidade interage pelo amor em comum aos livros e ao prazer que a literatura

proporciona a eles, então o termo *bookstans* “define-os como parte de um grupo que aprecia e partilha os mesmos interesses” (ROSA, 2022, p. 69).

Vale ressaltar que 89,7% do público se identifica como mulher, 51,8% tem idade entre 18 e 22 anos e 38,4% tem o ensino superior incompleto, já que a maioria está cursando faculdade. Dentre as 185 respostas, 50,8% dos *bookstans* moram na região sudeste do Brasil, 44,9% tem renda familiar de até 3 salários mínimos e 49,7% foram incentivados a gostar de literatura por algum familiar, desses 88,6% ainda possuem pelo menos uma pessoa em seu círculo social que também gosta de ler.

Sobre seus hábitos de leitura, a maioria lê, em média, 50 livros por ano, com a preferência sendo os gêneros de Romance e Fantasia, grande parte lê em casa, porém o transporte público também foi apontado como um dos lugares onde se é possível ler bastante, os *e-books* são o formato favorito para leitura, sendo o gosto pessoal a maior motivação para ler e a distração a segunda, leem quase diariamente e costumam utilizar as redes sociais Skoob e Goodreads para mostrar sua ‘estante virtual’. A *bookrede* em que os *bookstans* são mais ativos é o *booktwitter* e a maioria fez novos amigos através de alguma *bookrede*.

A palavra inglesa *book* significa livro e é utilizada como prefixo para indicar todo fruto decorrente dos *bookstans*, como *bookredes* e *bookinfluencers*⁶.

É através da geração de conteúdo para as *bookredes* que foram surgindo cada vez mais *bookinfluencers* com segmento de conteúdo em diferentes mídias e falando, dentro da comunidade de *bookstans*, sobre tópicos específicos que lhes interessam, descobrem outras pessoas que também partilham do mesmo gosto e contribuem para essa comunidade ser cada vez mais dinâmica e interativa.

E por ser uma comunidade colaborativa, é produzido conteúdos para incrementar o universo, como *fanfics*, sendo a produção de histórias que podem completar um universo literário, principalmente se o livro tem um final em aberto, ou até mesmo ser focado em um casal específico, que podem ou não ter um relacionamento na história principal.

As *fanarts* são desenhos produzidos por fãs, seja porque ainda não há nenhuma arte oficial do livro ou porque o fã imagina os personagens de uma forma diferente das artes oficiais, mas que utiliza como base a descrição do autor do livro.

Alguns *bookstans* dominam outras línguas, assim eles realizam a tradução de livros que ainda não tiveram seus direitos comprados por alguma editora brasileira, ajudando na divulgação de autores estrangeiros.

Os *edits* são *fanvídeos* onde o *bookstan* utiliza de recursos audiovisuais para criar uma narrativa, podendo utilizar exclusivamente *fanarts*, ou até trechos de filmes e novelas, geralmente é utilizado para trazer mais leitores-fãs da obra.

⁶ Influenciadores digitais que publicam conteúdo voltado para o público *bookstans*.

4 | ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram obtidos através das 185 respostas do questionário respondido pelos *bookstans*, durante o período de 17 à 29 de março de 2023 e disponibilizado no *booktwitter* e em grupos de leitura no Facebook e Telegram.

A maior parte respondente (89,7%) foram mulheres, com idade entre 21 e 26 anos de idade, mas também há homens (5,9%) que responderam ao questionário e tem idade entre 18 e 22 anos de idade. Os outros 4,2% respondentes de identificam-se como não-binária, gênero fluido, agênero ou preferiram não responder. Portanto, este trabalho apresentará os dados baseados nos gêneros feminino e masculino.

Não há uma diferença significativa entre os gêneros feminino e masculino e sua relação com sua educação, 38,4% dos *bookstans* possuem o ensino superior incompleto, mas não porque desistiram do ensino superior, pelo contrário, porque ainda estão cursando algum curso na faculdade e ainda têm tempo para praticar a leitura recreativa. Já 28,6% têm o ensino médio completo e estão procurando o curso que melhor se adequa ao que querem para o futuro. E 14,6% dos respondentes já possuem o ensino superior completo.

Das pessoas que responderam ao questionário, também não há uma diferença considerável entre homens e mulheres e a região onde moram, contudo 50,8% moram na região sudeste, 21,1% moram no nordeste, 15,1% moram no sul, 8,6% moram no centro-oeste e 4,3% moram na região norte.

Sobre como foram influenciados a gostarem de ler, 49,7% foram incentivados pela família, 16,8% foram incentivados pela escola e 17,3% foram incentivados pelos amigos. Aqui foi possível observar uma diferença, onde a maioria das mulheres foi incentivada a ter o hábito de leitura por familiares que também gostavam de ler, mas os homens foram incentivados a ler por amigos que já tinham o hábito da leitura.

A renda familiar mensal dos *bookstans* varia entre 44,9% que ganha entre 1 e 3 salários mínimos, 26,5% ganha entre 3 e 6 salários mínimos, 14,6% ganha até um salário mínimo, 7% ganha entre 6 e 9 salários mínimos e 7% ganha de 9 até mais de 15 salários mínimos. Aqui não foi possível identificar uma diferença significativa entre a renda familiar mensal no quesito de gênero, mas quem está cursando ou já terminou o ensino superior possui uma renda familiar maior do que quem ainda está cursando o ensino médio.

A maioria dos *bookstans* foram incentivados a ler por volta dos 12 anos de idade (19%), porém foi possível perceber que nos casos em que não foram com essa idade, foram ou com 6 anos (12%) ou com 10 anos (9%), mas aqui é importante destacar que as idades em que adquiriram o hábito da leitura variam entre 2 anos até os 30 anos de idade.

Os gêneros literários de ficção mais lidos são de romance (65,9%) e de fantasia (63,2%), aqui é possível ver que a maior parte das mulheres preferem ler os gêneros de romance (55,9%) e fantasia (53,1%) com pouca diferença na porcentagem, enquanto os homens preferem ler o gênero de distopia (24,5%).

Uma parte significativa dos entrevistados (40,5%) disse que leem até 50 livros por ano e outra parte significativa (37,3%) lê até 20 livros por ano, já a parcela menor (22,1%) dos *bookstans* responderam que leem de 100 a mais de 200 livros por ano.

O aparelho por onde os *bookstans* mais leem é através de e-books (72,97%), os livros físicos estão logo atrás com uma porcentagem 55,68% e os *audiobooks* representam a menor porcentagem, com apenas 3,24%.

Já a frequência com que leem é pouco variável, sendo que 40,5% leem quase todos os dias, 34,6% lê todos os dias e 8,7% dos participantes responderam que leem uma vez a cada 15 dias, uma ou menos de uma vez por mês. Foi perceptível que quem lê quase todos os dias ou que consegue ler todos os dias são os que estão com o ensino superior em andamento (incompleto) ou que já finalizaram o ensino superior, os que leem a cada 15 dias, uma ou menos de uma vez por mês, em geral, são que já terminaram o ensino médio e estão trabalhando ou estudando para passar no vestibular, por conta disso, não tem muito tempo para ler.

Por conta da multimídia em que os *bookstans* estão inseridos através da cultura de fãs *on-line*, também começaram a mostrar sua 'estante virtual' para outras pessoas, sendo que 84,2% utilizam a rede brasileira Skoob e 25,6% utilizam a rede norteamericana vinculada a conta da Amazon, chamada de Goodreads.

Assim, foi possível observar algumas informações como, as mulheres têm em média de 21 a 26 anos de idade, sendo que foram incentivadas a lerem pela família, preferem os livros dos gêneros de romance e fantasia, leem até 50 livros por ano e conseguem ler todos os dias, com a preferência em ler *e-books*. Já os homens têm idade entre 18 e 22 anos, começaram a ler incentivados pelos amigos, cuja preferência é pela temática de distopia, leem até 20 livros por ano e leem quase todos os dias, já a preferência são pelos livros físicos.

5 | CULTURAS PRESENTES NOS LIVROS

Dos livros em que os *bookstans* responderam no questionário como sendo os clássicos contemporâneos da literatura juvenil para eles, alguns se destacaram por terem relação com culturas comunicacionais, trouxemos aqui dois livros, sendo *Harry Potter* da autora J. K. Rowling e *Jogos Vorazes* da Suzanne Collins.

Harry Potter talvez seja a série de livros onde mais se ache conteúdos produzidos por *bookstans* (mesmo após as polêmicas envolvendo a autora ser transfóbica), tendo marcado toda uma geração dos anos 2000, tornou-se um marco na literatura mundial contemporânea. Os livros mostram uma Londres dividida em duas partes, o mundo bruxo e o mundo humano (chamado nos livros de *trouxa*), narrando a trajetória de Harry e seus amigos em *Hogwarts*, a escola de Magia e Bruxaria situada na Inglaterra.

O sucesso de *Harry Potter* é tanto que inspirou o estudioso em comunicação Henry

Jenkins a escrever um capítulo inteiro de seu livro *Cultura da Convergência* falando sobre a cultura participativa dos fãs do bruxinho mais famoso. Para Jenkins (2013, p. 214) “os trabalhos dos fãs não podem mais ser encarados como simples derivados de materiais comerciais, e sim como sendo eles próprios passíveis de apropriação e reformulação pelas indústrias midiáticas”, o que aconteceu fortemente com Harry Potter, sendo produzido várias *fanfics*, *fanarts* e *edits*, além dos livros terem virado filmes, uma peça de teatro que virou livro oficial (*Harry Potter e a Criança Amaldiçoada*, escrito por J. K. Rowling, John Tiffany e Jack Thorne), além de jogos para *mobile*.

Em um mundo onde a convergência midiática tornou-se uma realidade onipresente, a saga literária *Harry Potter* destaca-se como um exemplo emblemático da interação dinâmica entre diferentes plataformas midiáticas. A análise à luz da *Cultura da Convergência* de Henry Jenkins revela como a narrativa mágica de J.K. Rowling transcendeu as páginas dos livros para se estender ao cinema, videogames, parques temáticos e uma miríade de produtos relacionados. Jenkins argumenta que a convergência permite que os fãs mergulhem profundamente na mitologia de Harry Potter, contribuindo para a expansão do universo ficcional e reforçando sua ligação com a comunidade de fãs. Através da intertextualidade e da participação ativa, a *Cultura da Convergência* encontra uma expressão vívida nos fãs de *Harry Potter*, demonstrando a forma como as fronteiras entre mídias tradicionais e emergentes desaparecem para criar um ecossistema narrativo fluido e multifacetado.

Já a saga de livros de *Jogos Vorazes* apresenta um mundo distópico onde após passar por diversas guerras nucleares e drásticas mudanças climáticas, os países da América do Norte (Canadá, Estados Unidos e México) viram um país chamado Panem, dividido em uma Capital e 13 distritos periféricos, em que após a Primeira Rebelião, são contabilizados apenas a Capital e 12 Distritos. Como forma de controlar a situação dos Distritos para não haver mais rebelião, a Capital cria os Jogos Vorazes, uma competição anual com o intuito de punir os Distritos, onde 24 crianças entre 12 e 18 anos, um do sexo feminino e um do sexo masculino, de cada um dos 12 Distritos são escolhidos através de sorteio para participarem dos Jogos e lutarem até a morte de forma televisionada para toda Panem assistir, onde só há apenas um vitorioso, ou sobrevivente.

Na obra clássica de 1967, *A Sociedade do Espetáculo*, de Guy Debord, é retratada como a nova sociedade do século XX tem suas relações sociais baseadas em imagens espetacularizadas, que com as novas mídias audiovisuais e a comunicação de massa, moldam as novas formas das pessoas agirem. Algo que é fortemente retratado em *Jogos Vorazes* onde crianças são incentivadas a se matarem brutalmente para manter os moradores da Capital entretidos e as pessoas dos Distritos com medo de que seus filhos sejam os próximos sorteados para os Jogos.

A trilogia distópica *Jogos Vorazes* ecoa de maneira inquietante as previsões e preocupações delineadas por Guy Debord em sua obra *A Sociedade do Espetáculo*. A análise da trilogia à luz das ideias de Debord revela uma reflexão sombria sobre como a

sociedade contemporânea, como previsto pelo autor, pode se tornar saturada pela cultura da imagem, alienação e espetáculo. Em *Panem*, o controle totalitário e a exploração dos distritos ecoam o mundo espetacular de Debord, onde a busca incessante pela imagem perfeita e a alienação da realidade culminam em um regime opressor.

Os Jogos Vorazes, uma competição mortífera transmitida para entreter as massas, encapsulam a manipulação espetacular da sociedade, onde a vida humana é reduzida a uma mercadoria para consumo e facilmente descartada. Assim, a trilogia oferece uma meditação contundente sobre os perigos da sociedade do espetáculo, ressoando as advertências de Debord sobre a alienação e a busca incessante pela satisfação mediada.

6 I CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, foi possível entender melhor quem são os *bookstans*, quais suas características e como o grupo se comporta dentro da cultura de fãs *on-line* com a pesquisa de opinião. Com a revisão bibliográfica foi possível ver quais abordagens estavam sendo utilizadas por outros pesquisadores, porém com o foco sempre nas *bookredes* e seus benefícios, e não em sobre quem é o grupo *bookstan*.

Este trabalho é um exemplo que pode dar maior visibilidade aos *bookstans* e entender como eles se comportam *on-line* e qual seu perfil dentro de uma amostragem de 185 pessoas. A comunidade *bookstan* emerge como um exemplo vibrante e dinâmico de como a cultura de fãs *on-line* pode moldar e enriquecer a experiência literária moderna. Ao explorar a cultura de fãs no contexto dos livros e da literatura, torna-se evidente que os leitores estão mais conectados e engajados do que nunca. Através das redes sociais, fóruns e grupos de discussão dedicados aos *bookstans*, os amantes da leitura se unem para compartilhar opiniões, recomendações e análises detalhadas de suas obras favoritas.

Os *bookstans* transcendem barreiras geográficas e culturais, permitindo que leitores de todo o mundo se conectem e se envolvam em conversas significativas sobre literatura. O fenômeno também ilustra como as novas mídias permitem que os fãs contribuam ativamente para a construção de conteúdo literário, produzindo resenhas, *fanfics*, *fanarts*, *edits* e teorias que expandem as histórias além das páginas originais.

No entanto, vale a pena notar que, embora a comunidade *bookstan* proporcione uma plataforma valiosa para o compartilhamento de entusiasmos literários, também pode contribuir para a proliferação de opiniões polarizadas e para a visibilidade desigual de determinadas obras. A análise dessa comunidade nos revela a poderosa influência da cultura de fãs *on-line* no cenário literário contemporâneo, enfatizando tanto suas vantagens quanto desafios.

A interseção entre a cultura de fãs e a literatura aponta para uma paisagem em constante evolução, onde os leitores se transformam em ativos participantes da criação de significado e no fortalecimento das conexões humanas através das palavras escritas.

Em última análise, também foi possível observar como as narrativas literárias não apenas se conectam com as culturas comunicacionais da convergência e do espetáculo, mas também enriquecem essas culturas ao oferecer uma plataforma para explorar, comentar e reinterpretar os elementos fundamentais que moldam nossa relação com a mídia, a informação e a representação visual. Ao fazer isso, elas demonstram a complexidade e a interconexão entre as formas de expressão artística e as forças culturais e comunicacionais que permeiam nossa sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, A.; MONTEIRO, C. Esses roquero não curte: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook. **Revista FAMECOS**, v. 20, n. 2, p. 446-471, 23 set. 2013. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/15130/10018>>. Acesso em: 11 set. 2022.
- BONITO, M. Introdução aos contextos, às teorias e aos conceitos da cibercultura. In: VIEIRA, Karine Moura (org.). **Cibercultura**. Curitiba: InterSaberes, 2021.
- DORETTO, V. F. **A edição brasileira do objeto editorial “S.”: uma leitura do paradoxo de O Navio de Teseu**. 2020. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Estudos de Literatura) - Centro de Educação e Ciências Humanas. Universidade Federal de São Carlos. São Carlos, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/12936>>. Acesso em: 27 jul. 2022.
- JENKINS, H. *et al.* **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MASCARENHAS, A.; TAVARES, O. A inteligência coletiva do fandom na rede. In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Campina Grande, PB. **Anais...** Campina Grande: Intercom, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/r23-1409-1.pdf>>. Acesso em: 11 set. 2022.
- MIRANDA, F. M. **O Fandom como Sistema Literário**: uma análise crítica do texto na Era da Reapropriação virtual. 2009. 154 p. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, [S. l.], 2009. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp111537.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2022.
- REZENDE, J. Z. **Cibercultura**. Curitiba: Contentus, 2020.
- ROSA, A. P. G. **Quarenteners**: Leituras Partilhadas Durante A Pandemia Da Covid-19. 2022. 112 p. Dissertação (Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Letras, nível de Mestrado e Doutorado – área de concentração Linguagem e Sociedade) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, [S. l.], 2022. Disponível em: <<https://tede.unioeste.br/handle/tede/5991>>. Acesso em: 14 out. 2022.

ZAGO, G. A cibercultura e a criação de conteúdos web: blogs, produção amadora, cauda longa, *commons* e remix. In: VIEIRA, Karine Moura (org.). **Cibercultura**. Curitiba: InterSaberes, 2021.