



## **FAN PAGES DE ESCRITORES** **QUANDO UMA CULTURA DE FÃS INVADE O CAMPO DA LITERATURA**

Sayonara Amaral de Oliveira (UNEB)<sup>1</sup>

**Resumo:** Este trabalho reflete sobre o modo pelo qual uma cultura de fãs (*fandom*) se inscreve no campo da literatura, com enfoque nas *fan pages* criadas pelo público em homenagem a escritores brasileiros consagrados. Entende-se que, ao abraçarem a iniciativa de construir essas páginas no *facebook*, os fãs estão por certo realimentando um cânone já estabelecido, mas o fazem sob novas coordenadas, à revelia dos critérios de leitura legitimados por especialistas, produzindo outras modalidades de apropriação e de enunciação do literário no contexto da cultura midiática contemporânea.

**Palavras-chave:** *Fandom*; *Fan pages* literárias; leitores-fãs; campo literário

Por representar o entusiasmo e dedicação desmesurados que um indivíduo ou grupo de indivíduos nutre por determinados objetos de culto em circulação na cultura midiática, a figura do fã foi frequentemente criticada, posta sob suspeita, marginalizada. Aqui, não se deve perder de vista que a palavra fã (do inglês *fan*) deriva do vocábulo *fanático*, incorporando toda a carga de conotação negativa que este vocábulo já reuniu, ao ser empregado com fins de ridicularização, mediante a exacerbação do seu sentido religioso. E por acréscimo, fazendo eco aos estudos de comunicação embasados por uma crítica de orientação frankfurtiana – os quais, conforme Martin-Barbero (2002), enxergaram no receptor massivo unicamente a face do consumidor passivo, a-crítico, alienado, vítima exposta à coerção da mídia –, a imagem que durante muito tempo se teve do fã foi a de alguém obcecado, fora de controle ou até mesmo afetado por um tipo de patologia (JENSEN, 1992).

A condição de fã também não desfruta de prestígio no campo da literatura e das demais artes tidas como eruditas, quando se leva em conta o legado de uma tradição estética que prima pelo distanciamento, pela indiferença ou “desinteresse” calculados na apreciação do objeto artístico. Nos termos de Pierre Bourdieu (2007, p. 34-35), essa tradição defende “a recusa sistemática de tudo o que é humano”, compreendendo pelo

---

<sup>1</sup> Docente Permanente do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens (PPGEL/UNEB). Pós-Doutoranda (PROCAD/CAPES) no Programa de Pós-Graduação em Literatura, Cultura e Contemporaneidade da PUC-Rio. Contato: [sayo22@terra.com.br](mailto:sayo22@terra.com.br)



termo “humano” tanto as emoções e os sentimentos que as pessoas comuns experimentam em sua existência comum quanto os temas ou objetos capazes de suscitar tais emoções e sentimentos. Mediante os valores cultivados segundo tal orientação estética, de extração kantiana, que rejeita as formas de sensibilidade propícias ao arrebatamento emocional e considera o arrebatamento como uma forma de adesão ingênua ou abandono à sedução fácil, a atitude de entrega assumida pelo fã em relação ao seu objeto de reverência seria exemplar de um comportamento *naif*, clichê e vulgar.

Talvez esta seja a razão pela qual, nos ambientes acadêmicos, tende-se a dizer que os fãs são sempre “os outros” e nunca “nós”, conforme salienta Jolie Jensen (1992). De acordo com a pesquisadora, os intelectuais, a fim de resguardar a fronteira do bom senso e do bom gosto, costumam admitir que são, no máximo, entusiastas, afeiçoados ou colecionadores de obras ou pensamentos de autores. O intelectual se daria por satisfeito em traduzir a expressão “gosto” pelo termo “preferência”, esta última podendo se converter em *expertise*, jamais devendo ser confundida com paixão. E as escolhas declaradas do intelectual remeteriam, grosso modo, ao repertório da chamada alta cultura, na contramão dos objetos eleitos pelo fã, que estão alocados, majoritariamente, nos circuitos desprivilegiados da cultura popular e massiva. Portanto, seja no tocante ao tratamento apaixonado concedido ao objeto de admiração, seja pela posição que este objeto ocupa na hierarquia dos bens simbólicos, a condição de fã também funcionou como um demarcador de distinção cultural, constituindo-se, muitas vezes, em motivo de constrangimento para aqueles que se encorajassem a assumi-la.

Passadas algumas décadas desde que as Teorias de Recepção se firmaram no âmbito dos Estudos Literários, alertando sobre a relevância da resposta do público (JAUSS, 1994) para a vida histórica das obras, e desde que os Estudos de Cultura emergiram como um campo de conhecimento empenhado no desmonte de hierarquias e exclusões erguidas pela tradição artística-cultural da modernidade, um outro olhar é hoje lançado sobre a figura do fã. Concorre também para essa mudança de perspectiva o advento mais recente das tecnologias digitais, que, ao deslocarem o monopólio da emissão antes detido pelas mídias mais convencionais, desempenham um papel excepcional como canais de expressão e de visibilidade para públicos amplos e anônimos (LEVY, 1999).

Com a popularização da internet, ganham relevo as experiências ligadas ao que vem se chamar de *fandom* – termo que assume acepções variadas, sendo empregado para



designar tudo o que diz respeito ao universo do fã, desde a qualidade de um modo de ser, o “ser fã”, até a reunião de um grupo de pessoas em torno de um objeto de admiração. Em linhas gerais, o termo pode ser traduzido pela expressão “cultura de fã”, englobando um leque de atividades e produções culturais que, sem negligenciar a dimensão do afeto, em nada fazem lembrar a ingenuidade ou a alienação do pensamento costumeiramente atribuídas para conformar o estereótipo do fã. Os *fandoms* contemporâneos, espalhados nas redes digitais, funcionam como verdadeiras comunidades de leitores/receptores, os quais não somente encontram espaço para demonstrar que produzem sentidos variados sobre aquilo que consomem, bem como vão se revelar aptos a criar, conforme os seus interesses, conteúdos que poderão ser lidos/consumidos por outros.

No campo da literatura, um exemplo de *fandom* que já se tornou relativamente conhecido é o das *fan fictions* (ficções de fã), constituídas em geral a partir de narrativas de grande sucesso editorial, que, ao serem recontadas ou continuadas pelos fãs, são por vezes alteradas, suplementadas, segundo particulares modos de ler. Divulgada na internet através de *sites* específicos para este fim, essa (re)escrita dos fãs constitui-se em um produto cultural que, derivado das obras originais, goza de autonomia suficiente para ser consumido, comentado, julgado e também recomendado por outros fãs. As *fan fictions* formam um sistema literário alternativo, criado pelo (e para o) público, com o intuito de dar vazão às demandas dos leitores por uma participação efetiva junto às histórias que tanto os fascinam, conforme observado por Henry Jenkins (2015).

Longe de reproduzir a imagem de um indivíduo patológico, siderado pela devoção a um ídolo, a emergência dos *fandoms* digitais também coloca em questionamento uma outra concepção preconceituosa do senso comum sobre fãs, agora no tocante àquela distinção valorativa segundo a qual o gosto desse público estaria limitado aos sucessos massivos do momento, à chamada literatura “*best seller*”, enquanto as obras e os autores considerados *cult* interessariam tão somente aos intelectuais ou leitores identificados com o universo acadêmico. Seguindo este raciocínio, seria aceitável que obras massivas, como a série *Harry Potter*, da escritora inglesa J.K. Rowling – não por acaso, líder na produção de *fan fictions* –, ostentasse legiões de fãs. Porém o mesmo não poderia ser admitido no caso das produções literárias eruditas, junto às quais a simples menção da palavra “fã” pareceria soar como uma espécie de heresia.



Diante de um tal raciocínio, vê-se ecoar aquela “angústia da contaminação” que Andreas Huyssen (1996) identificou na rejeição que a chamada alta modernidade estética desenvolveu em relação à cultura de massa na passagem do século XIX para o século XX, momento em que a autonomia da arte e o grande valor do artista se traduzia pela renúncia categórica de fazer sucesso junto às majorias. Para dar conta dessa rejeição, que exerce ainda hoje uma significativa influência no campo artístico e intelectual, basta lembrar de uma célebre sentença proferida pelo eminente poeta francês Paul Valéry, quando afirmou: “prefiro ser lido muitas vezes por um só do que uma só vez por muitos”.

Mas é certo que, na atualidade, os pressupostos valorativos que alimentaram o embate moderno entre literatura e cultura de massa vão sendo visivelmente abalados. Mediante um mercado que se expande em largas proporções e faz circular, de forma conjunta e nas mais variadas mídias, bens simbólicos tidos como populares, massificados e também elitizados, as antigas fronteiras e hierarquias entre o *pop* e o erudito já não encontram pontos seguros de ancoragem e têm o seu raio de ação bastante diminuído. Com a dinâmica socioeconômica do desenvolvimento artístico vivenciada nos tempos contemporâneos, a crescente interação entre capitais culturais outrora classificados como provenientes de esferas distintas revela que a dita “arte culta já não é um comércio de minorias”, conforme observou Nestor Garcia Canclini (2003, p. 56). Podendo-se acrescentar que o inverso também é válido: a dita arte comercial e massiva não é exclusividade de uma maioria supostamente “inculta”.

Mostra-se inviável qualquer tentativa de pensar que a recepção de determinadas obras e autores estará confinada a públicos também determinados ou específicos. Portanto, ao contrário do que alguns poderiam supor, vê-se que uma cultura de fãs, mobilizada pelo público frequentador da internet, não se restringe aos badalados *best sellers* contemporâneos. E isso pode ser constatado a partir de outros registros de *fandoms* literários em atividade hoje na rede digital, a exemplo das *fan pages* criadas para homenagear prestigiados escritores do cânone literário brasileiro.

No *facebook*, eminentes escritores como Machado de Assis, Carlos Drummond de Andrade, Cecília Meireles, Clarice Lispector, entre outros que firmaram há anos (ou séculos) o seu lugar como autores *cult*, contam agora com os seus nomes, textos, imagens e dados biográficos servindo de motivo temático para páginas criadas por fãs, usuários da rede social. Tais escritores, que tradicionalmente tiveram e têm suas presenças



asseguradas nos manuais escolares, nos rituais de legitimação orquestrados pelas academias, agremiações literárias ou pelas mídias convencionais do jornal, rádio, cinema e TV, migram, na atualidade, para a rede digital, alcançando aí o *status* de ícones *pop*, com direito a um *fandom* próprio, à semelhança de outras celebridades vinculadas à cultura midiática contemporânea. Habitando um espaço inédito de consagração, eles reavivam o seu posto de “clássicos da literatura” através dos tributos prestados por fãs dedicados.

De início, pode-se presumir que o investimento dos fãs na criação dessas páginas com rubricas de autores consagrados traduz, em certa medida, a demanda de projetar na mídia a sua autorrepresentação como leitores ou receptores “cultos”, consumidores de obras representativas, legitimadas e, portanto, de mérito inestimável. Agindo de modo a demarcar esse espaço de distinção, os fãs estariam, assim, buscando aquele “efeito de legitimidade” que é obtido quando as preferências de consumo cultural declaradas por um indivíduo entram em conformidade com o repertório validado pela tradição erudita, nos termos de Pierre Bourdieu (2004, p. 236).

A esta altura, cabe admitir que a diluição das fronteiras entre “alta” e “baixa” cultura é hoje, de fato, ainda muito relativa. Como observa Eneida Leal Cunha (2009, p. 81), apesar do diagnóstico intelectual das trocas e contaminações que se processam entre essas fronteiras, “do ponto de vista do valor, do valor cultural, a hierarquia prevalece e se manifesta em diversos planos da vida social, em que pese a dimensão da influência contemporânea dos meios massivos”. Reconhecer as hibridizações culturais experimentadas na atualidade não leva a acreditar que valores arraigados foram aniquilados, em especial aqueles valores cultivados por uma forte e diligente tradição letrada, a qual teve/tem na literatura o seu signo de mais alta cotação.

No entanto, se a escolha dos autores brasileiros que dão título às *fan pages* correspondem a um repertório estabelecido e veiculado sobretudo pela escola, que é onde em geral se trava um primeiro contato com esses autores, tal correspondência, por outro lado, não assegura que os pactos de leitura e recepção firmados pelos fãs obedeçam aos protocolos legitimados junto ao campo instituído da literatura. À revelia de críticos, professores, editores ou demais vozes autorizadas do campo, as atividades registradas em uma cultura de fãs, que faz da mídia digital o seu suporte, ocorrem num espaço simbólico que já não é mais controlado por especialistas na matéria e cujas coordenadas são agora



fornecidas pelo público heterogêneo e disperso que frequenta a internet. Esse público se mostra motivado a dar continuidade ao cânone, mas o faz em um endereço e circuito diferentes, a partir de distintos modos de ler, o que vai, sem dúvida, conferir novas nuances a esse cânone.

Em geral, as *fan pages* trazem, além de textos dos autores homenageados, os seus dados biográficos, fotos, charges, vídeos que estejam disponíveis na rede, bem como informações atinentes à repercussão de sua obra, quando ocorre a nova edição ou reimpressão de um livro ou relembra-se alguma data comemorativa na sua carreira. Não faltam aqui também outras estratégias de promoção cultural, condizentes com as oportunidades e condições que as ferramentas da mídia digital oferecem, num movimento que atesta os novos rituais de celebração da literatura na atualidade. A título de exemplo, no dia 31 de outubro de 2016, em comemoração ao dia do nascimento do poeta Carlos Drummond de Andrade, uma de suas *fan pages* lançou uma enquete com o seguinte convite para o público: “faça um teste e descubra que poema de Drummond você é”.<sup>2</sup>

Fazendo dessas páginas eletrônicas um espaço singular de consagração, os fãs atuam à maneira de novos arcontes ou guardiões do arquivo (DERRIDA, 2001) dos escritores, os quais passam a integrar a rotina dos usuários da nova mídia. Como a lógica da rede social é regida pela conquista de amigos-seguidores e pela visibilidade que junto a estes se venha conquistar, os proprietários das *fan pages* cuidam da atualização constante das páginas, as quais são preenchidas com publicações regulares e ficam em contínua evidência nos *feeds* de notícias dos seus seguidores.

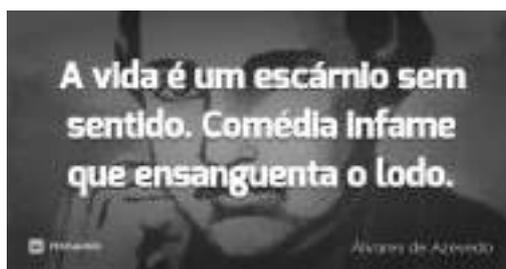
Quem possuir uma conta no *facebook*, não deve se surpreender, portanto, que apareçam na sua *timeline* mensagens do tipo: “Machado de Assis alterou a sua foto de perfil”, “Clarice Lispector curtiu uma publicação em que você foi marcado”, ou ainda: “Lima Barreto lhe enviou uma solicitação de amizade”. Em sua escancarada inverossimilhança, quase jocosa, o teor dessas mensagens passa a significar o que, em termos simbólicos, torna-se eminentemente real: os escritores ganham nova vida à medida que são “tomados” por usuários do *facebook*, numa relação de familiaridade com o público antes impensada, o que lhes assegura longevidade em meio às inúmeras postagens, curtidas e compartilhamentos. A esse propósito, vale registrar um episódio que se tornou uma anedota nas redes, conforme relatado pelo pesquisador Fabio Malini

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/drummondpoemas/posts/1447984068548275>

(2014), em seu estudo sobre usuários-fãs de literatura brasileira nas redes sociais: “uma assessora de uma grande bienal de literatura entrou em contato com a *fan page* de Paulo Leminski. Ela convidava o autor para uma mesa de debates. Leminski, emulado, prontamente respondeu: “Obrigado, mas eu já morri. Dureza, né?” (MALINI, 2014, p. 232).

Entre os diversos e singulares modos de ler veiculados nessas páginas, destaca-se um procedimento muito frequente, que consiste em editar e postar citações (*quotes*) de frases ou versos da autora ou do autor homenageados. Em muitos casos, tais postagens tornam-se o que os internautas costumam chamar de “virais”, por se espalharem com extrema velocidade na rede, em proporções quase inalcançáveis. Abaixo segue um exemplo dessas postagens, a título de ilustração:



(Álvares de Azevedo - O Grande Poeta)<sup>3</sup>

Ao recortarem trechos das obras, levando-os a desfilar orgulhosamente nas páginas eletrônicas, a título de máximas de sabedoria, os fãs parecem reacender a técnica dos antigos *hypomnemata* ou cadernos pessoais de anotações, referidos por Michael Foucault (2002) quando discute os processos de subjetivação na Antiguidade Clássica. Nesses cadernos, os indivíduos reproduziam os textos já-ditos por outrem, fragmentos de obras, dizeres, relatos, reflexões, enfim, tudo “aquilo que se pôde ouvir ou ler, e isto com uma finalidade que não é nada menos que a constituição de si” (FOUCAULT, 2002, p. 137). Essas anotações ou citações de discursos alheios, merecedores de grande deferência, eram algo para sempre se ter à mão, pois “constituíam uma memória material das coisas lidas, ouvidas ou pensadas; ofereciam-se, assim, qual tesouro acumulado, à releitura e à meditação ulterior” (FOUCAULT, 2002, p. 135).

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/poetaalvaresdeazevedo/>



Nos dias atuais, o que pode estar mais à mão do que uma página “no face”? Uma página eletrônica cujo conteúdo se faz rapidamente disponível e acessível tanto para o seu proprietário quanto para o público que com ele ou ela comungue de interesses semelhantes?

Ao citarem em profusão os trechos dos escritores, os criadores das *fan pages* por certo rompem com aquele princípio de distanciamento estético requerido junto à tradição cultural erudita, mediante a qual a paixão do fã foi rebaixada a uma modalidade de fruição de segunda categoria. Na apreciação dos trechos de uma produção literária autoral, o distanciamento exigiria, entre outros aspectos, levar em conta os respectivos contextos de enunciação desses trechos, o projeto estético assumido pelo seu autor, bem como a emergência da obra em um determinado momento histórico. Contudo, nas *fan pages*, todo esse arsenal de leitura cultivado e informado pelos especialistas é desprezado – ainda que o fã tenha dele conhecimento e saiba dele se utilizar, conforme tenha aprendido na escola ou mesmo na universidade. Na cultura dos fãs, tal conhecimento é deixado de lado para dar lugar ao caráter invasivo da leitura, que se constitui no motor do trabalho da citação, como descrito por Antoine Compagnon (2007, p.13): “quando cito, extraio, mutilo, desenraizo. (...) Porque minha leitura não é monótona nem unificadora; ela faz explodir o texto, desmonta-o, dispersa-o”.

Em lugar do rigor crítico ou de uma postura respeitosamente contemplativa, os fãs investem, portanto, numa aproximação direta com os seus objetos de admiração, no caso, os textos dos escritores eleitos, trazendo-os para o seu convívio cotidiano. E, para realizar tal feito, pouco importará se a citação um uso foi retirada da fala de uma personagem ou do narrador de um conto ou romance, assim como pouco interessará registrar se a obra é produzida em verso ou em prosa. Indo mais longe, talvez pouco importe até mesmo conferir se o trecho em questão pertence de fato ao autor homenageado, pois é notável a frequência com que, na internet, textos literários circulam com autorias trocadas, embaralhadas, sendo muitos deles textos apócrifos aos quais se empresta falsas assinaturas de famosos (RÓNAI, 2006).

Desviando de vários requisitos legitimados junto ao campo instituído da literatura para fornecer uma leitura criteriosa e, portanto, “correta” dos textos, o efeito maior que se pode deprender dessa prática da citação executada pelos fãs é o estreitamento dos laços entre texto e vida. Como se os trechos citados do escritor consagrado estivessem ali



para dar conta de um modo de ser daquele que o cita. Os fãs agem, assim, em conformidade com o que afirmou Tzvetan Todorov (2010), ao declarar que, na contramão de professores, críticos e escritores que dizem que “a literatura só fala de si mesma”, “o leitor comum continua a procurar nas obras que lê aquilo que pode dar sentido à sua existência”. Ainda de acordo com o autor, “se esse leitor não tivesse razão, a literatura estaria condenada a desaparecer num curto prazo” (TODOROV, 2010, p. 77).

O emprego do recurso citacional nas *fan pages* parece dar corpo àquele conhecido sentimento que leva alguém a dizer o seguinte sobre algo que leu: “Oh, eu poderia ter escrito isso!” E tal sentimento alcança um significado poderoso quando se leva em conta a interpretação singular que Michel de Certeau (1994) propõe para o conceito de assimilação no terreno da leitura e da recepção literárias. Ao tomar o leitor como um viajante, um nômade caçando livremente pelos campos que não escreveu, o autor afirma que, na prática da leitura, pensada em sua dimensão produtiva, assimilar não deve significar “tornar-se semelhante” àquilo que se consome ou que se absorve. Ao invés disso, assimilar é tornar o que se lê “semelhante ao que se é, fazê-lo próprio, apropriar-se ou reapropriar-se dele”.

Ao encurtarem a distância que os separaria dos seus ídolos-escritores, os fãs concretizam, portanto, o desejo de tornar próprios os textos com os quais estabelecem uma forte identificação. E embora a eminente rubrica do escritor homenageado seja replicada e ratificada nos trechos citados pelo fã, não há como deixar de notar nesse gesto de apropriação uma descentralização do monopólio autoral. Os textos do escritor são deslocados do contexto original de publicação para serem agora reeditados em um domínio alheio – o domínio do fã, que configurou a página eletrônica e que, alimentando-a com suas postagens, faz dessa página um outro produto cultural, apto a conquistar o seu próprio público na rede social. Já distantes dos livros de que foram recortadas, as citações ganham novo registro e formato, conferido pelo fã, que passa aí a atuar como um co-autor ou, ao menos, como um curador da obra. Isto é: alguém que se torna de certo modo responsável pela existência da obra nesse novo espaço de publicação e divulgação.

Surgem assim algumas pistas para pensar as transformações por que passa o funcionamento do campo da literatura nos tempos contemporâneos, quando se tem a chance de constatar que alentados autores do cânone brasileiro são consumidos e “assimilados” vorazmente no interior de uma cultura de fãs. Para os defensores da



autonomia do literário, detratores dessa abertura promovida junto às redes digitais, há perdas consideráveis no que tange ao valor da literatura. Esta teria o seu capital simbólico descaracterizado mediante práticas de leitura consideradas superficiais, amadoras, cujo maior prejuízo residiria no fato de repercutirem em ampla escala, ganhando ares de autonomia. Nestes tempos contemporâneos, em que se multiplicam as fontes de legitimidade cultural, o pensamento apocalíptico ainda insiste em vaticinar um provável “fim da literatura” frente às expansões midiáticas, recusando-se a admitir a emergência de outros espaços, de outras modalidades de apropriação e de enunciação do literário.

Mas para quem entende que a literatura deve constituir um bem simbólico disponível a um vasto público, a ser reivindicado por aqueles que são por vezes taxados pejorativamente de “leitores comuns”, a emergência dos *fandoms* literários nas redes digitais guarda aspectos promissores. Ao revelar que uma cultura de fãs vai muito além do estereotipado culto subserviente a um ídolo, bem como não está confinada às produções costumeiramente desvalorizadas da chamada cultura de massa, as *fan pages* criadas em homenagem a escritores brasileiros consagrados permitem que novos sujeitos assumam o posto de promotores e mediadores culturais do literário, com direito a selecionar, editar e publicar conteúdos para este fim. E a chance de conquistar um sem-número de possíveis seguidores no *facebook* conta como uma vantagem a mais, tanto para o prestígio do escritor homenageado quanto para o fã, que, ao promover os seus autores preferidos, promove-se também, ocupando um lugar de expressão e visibilidade antes reservado aos especialistas. Se os fãs trazem consigo demandas e expectativas diversas, sem o compromisso de fazer tais expectativas coincidirem com aquelas da instituição, resta ponderar que esse descomprometimento talvez só perturbe a nós, os representantes da instituição, cujas palavras de ordem, afinal, já não surtem muito efeito nesses novos domínios.

## Referências

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Tradução de Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.



BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Introdução, organização e seleção de Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2004.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Tradução de Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa. São Paulo: EDUSP, 2003.

COMPAGNON, Antoine. *O trabalho da citação*. Tradução de Cleonice P.B. Mourão. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2007.

CUNHA, Eneida Leal. A emergência da cultura e da crítica cultural. *Cadernos de Estudos Culturais*, Campo Grande-MS, Ed. UFMS, v. 1, 2009, p. 73-82. Disponível em: <http://seer.ufms.br/index.php/cadec/article/view/2184/1355>. Acesso em: 10/07/2017.

DERRIDA, Jacques. *Mal de arquivo: uma impressão freudiana*. Tradução de Cláudia de Moraes Rego. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

FOUCAULT, Michel. A escrita de si. In: *O que é um autor?* Tradução de António Fernando Cascais. Lisboa: Vega, 2002.

HUYSSSEN, Andreas. *Memórias do modernismo*. Tradução de Patrícia Farias. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

JENKINS, Henry. *Invasores do texto: fãs e cultura participativa*. Tradução de Érico Assis. NOVA Iguaçu-RJ: Marsupial Editora, 2015.

JENSEN, Jolie. Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In: LEWIS, Lisa (Org). *Adoring audience: fan culture and popular media*. London: Routledge, 1992.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.



MALINI, Fabio. Literatura, Twitter e Facebook: a economia dos likes e dos RTS dos usuários-fãs de literatura brasileira nas redes sociais. Revista *Observatório Itaú Cultural*, São Paulo: Itaú Cultural, n. 17, ago/dez 2014, p. 204-234.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. Tradução de Silvia Cristina Dotta e Kiel Pimenta. São Paulo: Brasiliense, 2002.

RÓNAI, Cora (Org.). *Caiu na Rede. Os textos falsos da internet que se tornaram clássicos*. Rio de Janeiro: Agir, 2006.

TODOROV, Tzvetan. *A literatura em perigo*. Tradução de Caio Meira. Rio de Janeiro: DIFEL, 2010.

#### *Fan pages*

ÁLVARES DE AZEVEDO – O GRANDE POETA. Disponível em: <https://www.facebook.com/poetaalvaresdeazevedo/> Consultado em: 01/08/2017.

POEMAS DE CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE. Disponível em: <https://www.facebook.com/drummondpoemas/posts/1447984068548275> Consultado em: 01/08/2017.