

Resumo: As narrativas ficcionais criadas por fãs, conhecidas como *fanfictions*, representam uma prática informacional complexa e central na cultura da convergência. Este trabalho tem como objetivo conceituar as práticas informacionais no campo dos Estudos de Usuários e analisar a *fanfiction* como uma prática informacional de fãs, observando como estes sujeitos produzem, partilham e ressignificam informações em ambientes digitais. A partir de uma revisão de literatura e de uma análise qualitativa sobre o comportamento informacional em comunidades virtuais de *fandoms*, apresentam-se as conclusões sobre a dinâmica dessas produções. Os resultados indicam que a criação de *fanfictions* não é apenas um exercício de escrita, mas uma forma de intervenção social e cultural que fortalece os laços comunitários e permite a apropriação crítica de textos-fonte. Conclui-se que estas práticas informacionais desafiam as estruturas tradicionais de busca e uso da informação, consolidando os fãs como produtores ativos de conhecimento e memória no cenário midiático contemporâneo.

Palavras-chave: Comportamento informacional; Estudos de fãs; *Fanfiction*; Práticas informacionais.

Abstract: Fictional narratives created by fans, known as *fanfiction*, represent a complex and central informational practice in convergence culture. This study aims to conceptualise informational practices within the field of User Studies and to analyse *fanfiction* as an informational practice among fans, examining how these individuals produce, share, and reinterpret information in digital environments. Based on a literature review and a qualitative analysis of informational behaviour in virtual fandom communities, conclusions about the dynamics of these productions are presented. The results indicate that the creation of *fanfiction* is not only an exercise in writing, but a form of social and cultural intervention that strengthens community ties and allows the critical appropriation of source texts. It is concluded that these informational practices challenge traditional structures of information research and use, consolidating fans as active producers of knowledge and memory in the contemporary media scenario.

Keywords: Informational behaviour; Fan studies; *Fanfiction*; Informational practices.

Introdução

Nos últimos anos, os fãs têm sido vistos como público alvo de diversas empresas de entretenimento devido ao seu interesse contínuo e fidelidade aos seus objetos de afeto. Essa atitude se traduz em diversos comportamentos, criações e artefatos, sejam eles físicos ou digitais. As narrativas ficcionais produzidas por fãs, compreendidas aqui pelo termo *fanfiction*, surgem em 1966, com produções tendo como temática a série televisiva norte-americana *Star Trek* (conhecida no Brasil como *Jornada nas Estrelas* e em Portugal como *O Caminho das Estrelas*) (CARVALHO, 2016). Esse tipo de produção surge da intensa vontade dos fãs de se manterem em contato com o produto midiático de interesse, característica da Cultura de Fãs (JENKINS, 2009). Os textos produzidos pelos fãs eram

agrupados e publicados nas chamadas *zines*¹, revistas artesanais que reuniam informações sobre o programa de televisão, além de diversas criações de fãs, como as *fanarts*², as *fanfictions* e até mesmo, cartas.

Nesses pequenos jornais, era possível encontrar as mais diversas informações a respeito do programa, mas principalmente desenhos e histórias baseados no universo fictício da série. A partir de então, os *zines* ganharam a denominação de *fanzines*, uma junção das palavras *fã* e *revista*, em inglês (CARVALHO, 2016:10, *grifo do autor*).

Na década de 1930, com a Grande Depressão econômica tomando conta dos Estados Unidos da América, a publicação de livros e revistas periódicas se tornou escassa, o que levou os fãs de ficção científica a produzir e publicar suas *fanzines*. A popularização do formato deu-se devido ao barateamento das tecnologias de reprodução, como o mimeógrafo e, posteriormente, a cópia xerográfica (PADRÃO, 2008). Estas publicações reuniam cartas, opiniões, resenhas sobre os episódios do programa seriado e claro, *fanfictions*.

Com o posterior desenvolvimento e popularização dos computadores domésticos e o surgimento dos *blogs*, as *fanfictions* passaram a ser cada vez mais disseminadas em plataformas e *sites* especializados no ciberespaço. No Brasil, o estopim da popularização das *fanfictions* ocorre com o lançamento da adaptação cinematográfica da franquia de Harry Potter. Esse é o marco inicial da produção de *fanfictions* brasileiras.

Como constatado em pesquisas anteriores, afirmamos que as *fanfictions* têm sua gênese ainda no século passado. Existe a possibilidade da *fanfiction* ter surgido ainda antes, relacionando-se com personagens hoje clássicos da literatura mundial: Sherlock Holmes e Dom Quixote. No caso de Dom Quixote, a obra foi publicada em duas partes com um intervalo de 10 anos entre cada uma. No período entre a publicação da primeira e da segunda parte, Alonso Fernández de Avellaneda publicou uma continuação não oficial da história tendo por base os personagens previamente criados por Cervantes (RIBEIRO e JESUS, 2019), em uma prática que seria considerada uma *fanfiction* nos dias atuais.

Já a hipótese envolvendo Sherlock Holmes teria ocorrido quando, em 1893, o autor da obra, Arthur Conan Doyle, mata o famoso personagem. Revoltados, cerca de vinte mil fãs cancelaram a assinatura da revista em que a obra era publicada. Anos depois, William Gillete comprou os direitos de uma peça de Holmes e reescreveu vários textos com autorização do texto-fonte, atitude que fez Doyle voltar atrás na decisão de matar o personagem e escrever novas histórias sobre o detetive até 1927 (PUGH, 2005:18). Além da prática de escrita de *fanfiction*, o caso também demonstra o interesse do autor em manter contato com seu público, ouvindo e atendendo suas queixas.

O objetivo principal desta pesquisa é conceituar as práticas informacionais no campo dos Estudos de Usuários e analisar a *fanfiction* como uma prática informacional de fãs. Como

¹ Ver mais em: Duncombe, S. - *Notes from underground: zines and the politics of alternative culture*. Portland: Microcosm Publishing, 2017.

² As *fanarts* são todas as obras artísticas representando personagens de um determinado produto midiático. Incluem desenhos, gravuras, pinturas, artes digitais e manuais.

objetivos específicos, buscamos definir o conceito de *fandom* dentro da Ciência da Informação e demonstrar a *fanfiction* enquanto prática informacional.

A pesquisa se apresenta como um recorte da dissertação de mestrado da pesquisadora, aliado a um novo ponto de vista trabalhado ao longo do doutorado, ambos realizados na Universidade Federal Fluminense, no Rio de Janeiro. Dessa forma, afirmamos que trata-se de um olhar original sobre um objeto previamente estudado.

Metodologia

Em termos metodológicos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, elaborada tendo por base uma série de textos, em especial artigos científicos e, de método de análise indutivo, ou seja, com base na observação dos fenômenos, descoberta da relação entre eles e generalização da relação (MARCONI e LAKATOS, 2017).

Em pesquisa realizada na BRAPCI em setembro de 2025, usando os termos "*fanfiction*" e "práticas informacionais", não obtivemos resultados, conforme Fig. 1.

Fig. 1 - Pesquisa realizada na BRAPCI

Formulário de Termos Booleanos

fanfiction

AND práticas informacionais

Adicionar Termo Pesquisar

Estratégia de Busca

"fanfiction" AND "práticas informacionais"

Busca pela query

Nenhum resultado encontrado.

Fonte: elaborado pela autora.

O mesmo ocorreu usando os termos em língua inglesa. Outra pesquisa foi realizada no Scielo, usando os mesmos termos e obtendo o mesmo resultado, conforme Fig. 2. Esse levantamento mostra-nos a falta de pesquisas acadêmicas sobre o assunto na área de Ciência da Informação, o que justifica a realização deste trabalho.

Fig. 2 - Pesquisa realizada no Scielo



Fonte: elaborado pela autora.

A técnica empregada neste trabalho é a pesquisa bibliográfica, com análise de textos publicados referentes à temática da pesquisa, “desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, artigos científicos impressos ou eletrônicos, material cartográfico e até meios de comunicação oral” (MARCONI e LAKATOS, 2017:216), cujo objetivo é colocar o pesquisador frente a frente com tudo o que já foi pesquisado e produzido sobre determinado assunto.

Dentre os artigos usados para a elaboração da base deste artigo, destacam-se os trabalhos de Marteleto (1995; 2017), Bourdieu (2009) e Jenkins (2009; 2010; 2013). Trabalhos de outros autores também foram profundamente importantes e permearam a escrita do trabalho, como Reis (2011), Rocha, Gandra e Rocha (2017) e Savolainen (2007).

Fãs e fandoms

Um dos grandes setores que movimentam a economia mundial são os fãs. Eles estão por todos os lugares: desde fãs de música, a torcedores de futebol, a *gamers* compulsivos e a fãs de divas *pop*. Eles consomem, buscam e criam informação o tempo inteiro. A esse processo denominamos práticas informacionais.

Os fãs em geral fazem parte dos chamados *fandoms*, uma espécie de grupo social que reúne fãs de determinado produto cultural/artista/personalidade, cujo objetivo principal é promover discussões sobre o tema de interesse do grupo (REIS, 2011). O termo *fandom* é comumente utilizado para referir-se à comunidade de fãs, é usado inclusive pelos próprios fãs e representa esse grupo que “produz um engajamento contínuo com um produto midiático, estabelecendo vínculos afetivos e sociais (com o produto, seus criadores, elenco e outros fãs)” (FIGUEIREDO e MENESES, 2016:160).

A origem do termo fã é antiga. Inicialmente usado para descrever seguidores de equipes esportivas profissionais (SILVA, 2013), o termo deriva da palavra fanático, do latim *fanaticus*. Segundo o *Michaelis: Dicionário de Português Online* (FÃ, 2024), o termo fanático diz respeito a aquele “que se mostra demasiadamente entusiasmado, apaixonado, tomado por devoção cega a uma causa (política, religiosa etc.) ou pessoa; apaixonado, exaltado, obcecado”, enquanto o fã é definido pelo mesmo dicionário como um “admirador fanático de um artista”.

O fã era visto na sociedade e consequentemente, na academia, como alguém influenciável, passivo e irracional. As pesquisas acadêmicas não o viam como um sujeito dotado de controle sobre seu consumo midiático e não o enxergavam como um fenômeno sociocultural, cenário que sofre mudanças a partir da criação dos Estudos Culturais. O fã era visto como o ápice do fracasso humano na pós-modernidade (GOMES, 2024).

Era constantemente representado como um fanático em potencial e o *fandom* era o limítrofe da sanidade mental (JENSEN, 2001). Eram vistos, *a priori*, como o “outro”, possuíam péssimas reputações e eram “representantes de disfunções sociais ligadas à ideia de modernidade” (GOMES, 2024:57). Entende-se a partir da perspectiva de Jensen (2001), que a obsessão por parte do fã é algo emocional, considerada perigosa e mal vista pela sociedade.

Definido como um “fenômeno complexo e multicultural, que convida muitas formas de participação e níveis de engajamento” (JENKINS, 2013:2), o *fandom* surge como uma resposta a diferentes condições históricas, assim como ao desenvolvimento do feminismo e das novas tecnologias. A expansão dos *fandoms* está atrelada ao uso das ferramentas da Web 2.0 e novas mídias que surgem com a difusão da Internet, possibilitando assim um controle nunca visto do consumo, produção e da interação dentro do *fandom* (BARBACHAN, 2016). Se antes era necessário mimeografar as *zines* e as *fanfics* para distribuir entre os fãs, agora já havia tecnologia avançada o bastante para disseminar a informação pela Internet.

A palavra *fandom* surge da união da palavra fan, “fã” em inglês, acrescido do sufixo *dom* – cujo significado relembra a palavra *kingdom* (“reino” em inglês, no sentido de domínio). Sendo assim, o *fandom* representa o “domínio dos fãs”, ou seja, o território governado por fãs.

A existência do *fandom* é anterior à era da Internet, tendo surgido em meados da década de 1960 junto do “desenvolvimento da cultura de massa gerada a partir das novas mídias” (BARBOZA, 2016:58). Os *fandoms* podem ser compreendidos como comunidades que constroem suas próprias dinâmicas inter-relacionais, criando laços e simbolismos para cada grupo de fãs. Assim, a troca de informações com pessoas que compartilham dos mesmos valores e sentimentos, gera conteúdo valioso para compreender a relação entre fãs e produtos culturais (SANTOS e FERNANDES, 2016). Possuem sistemas emocionais que incluem economias emocionais positivas e de apoio, ainda que às vezes sejam conflituosas (GOMES, 2024).

O termo *fandom* “se refere às estruturas sociais e práticas culturais criadas para os mais apaixonados consumidores de propriedades da mídia de massa”³ (JENKINS, 2010), como um espaço seguro para consumir e debater seus interesses porque apenas “ser fã na sociedade em rede não é o bastante, [...] é preciso produzir e compartilhar, e o fandom aparece como uma comunidade apropriada à isso” (SANTOS e SILVA, 2014:10).

Os *fandoms* podem ser compreendidos como comunidades que constroem suas próprias dinâmicas inter-relacionais, criando laços e simbolismos para cada grupo de fãs. Assim, a

³ Do original: *fandom refers to the social structures and cultural practices created by the most passionately engaged consumers of mass media properties.*

troca de informações com pessoas que compartilham dos mesmos valores e sentimentos, gera conteúdo valioso para compreender a relação entre fãs e produtos culturais (SANTOS e FERNANDES, 2016). Possuem sistemas emocionais que incluem economias emocionais positivas e de apoio, ainda que às vezes sejam conflituosas (GOMES, 2024).

Os fãs podem compartilhar interesses em comum e enfrentar problemas em comum (JENKINS, 2013), o que torna a experiência mais pessoal e os laços mais fortes. O ambiente do *fandom* propicia ao fã a liberdade para tratar de questões ideológicas que vão além do objeto de interesse. Surgem temas como gênero, raça, sexualidade, classe e outros atravessamentos da vida dos sujeitos (COSTA, 2020), como política e aspectos sociais.

Assim, o *fandom* não apenas permite, mas incentiva e promove a expressão dos sentimentos dos fãs não somente em relação ao seu objeto de afeto, mas também em relação às suas vidas e rotinas. A identidade cultural e social do fã é construída através do que ele, o fã, tira da cultura de massa e isso leva à articulação de preocupações que não costumam ser expressas na mídia (JENKINS, 2013).

Práticas informacionais

O conceito de práticas informacionais está inserido no campo da Ciência da Informação e na subárea dos Estudos de Uso e Usuários da Informação com a premissa de buscar proporcionar o entendimento de elementos complexos que constituem as relações dos indivíduos com a informação, de forma que possibilite englobar aspectos culturais e sociais que outrora não haviam sido considerados em estudos anteriores.

O uso do termo “práticas informacionais” e a adoção da visão sociocultural, assim como a terminologia “sujeito informacional” é consistente com o momento atual de valorização do contexto nas pesquisas sobre sujeito e informação. As práticas informacionais dos sujeitos são estruturadas a partir de recursos informacionais de base digital (livros digitais, fóruns de discussão, *sites*, redes sociais). Logo, entendemos que os sujeitos informacionais possuem participação direta no âmbito digital, onde desenvolvem atividades e usam “sistemas baseados em Folksonomia como ferramentas auxiliares na gestão e no compartilhamento dos recursos relacionados a estas atividades” (ASSIS, 2011:155).

Esta nova abordagem tem como enfoque a formação do conhecimento, enxergando o usuário como um sujeito que exerce diferentes funções e papéis diariamente, de acordo com a sua presença e participação na cultura e na sociedade, o que interfere nesses âmbitos não somente no sentido individual, mas também no coletivo, segundo o contexto que lhe é apresentado.

Este conceito fornece ferramentas teórico-metodológicas para compreender a relação envolvendo sujeito, informação e sociedade. Para compreender o conceito de práticas informacionais, é necessário compreender o que são as práticas sociais e, analisá-las em conjunto com o contexto social, uma vez que a toda prática informacional é uma prática social (SAVOLAINEN, 2007) e “é por meio do estudo das práticas sociais ou culturais que são reveladas as práticas informacionais” (ROCHA, GANDRA e ROCHA, 2017:99). Para Savolainen (2007), “o conceito de prática informacional é uma forma abrangente de perceber como as pessoas lidam com a informação”.

O conceito de ‘práticas informacionais’ parte da premissa de que o aspecto sociocultural dos sujeitos compõe e determina a forma como se dará a relação entre sujeito e informação. Desta forma, “considerar que estes sujeitos também interagem com os artefatos tecnológicos produzidos na sociedade na qual se inserem consiste em uma concepção que vem ganhando espaço na literatura” (SILVA *et al.*, 2020:445). Práticas informacionais são, então, uma evolução do conceito de ‘comportamento informacional’, que abarca a completude do comportamento humano em relação a fontes e canais, incluindo tanto a busca ativa quanto passiva de informação, assim como o seu uso. O conceito de ‘práticas informacionais’ está ligado à forma que os sujeitos buscam, acessam, usam, distribuem e criam informação, segundo seu contexto social e informacional prévio.

No campo da Sociologia, Bourdieu (2009) apresenta o conceito de *habitus*, que traz tanto um princípio de sociação quanto o de individuação. Sociação porque as categorias de juízo e ação advém da sociedade e são compartilhadas por todos os sujeitos aos quais foram submetidos a condições e condicionamentos parecidos (como por exemplo, um *habitus* nacional, um *habitus* feminino, etc.). Individuação, pois cada indivíduo possui uma trajetória e históricos únicos, logo, internaliza um conjunto único de esquemas.

O *habitus* é um conjunto de mecanismos de assimilação, apropriação e ação que é testado e posto em prática de forma contextualizada (SETTON, 2002), cujas ações ocorrem quase que simultaneamente. Ele é um instrumento que nos ajuda a compreender os gostos e comportamentos de indivíduos frutos de um mesmo contexto social. É por essa razão que costumamos ver grupos sociais específicos exibindo comportamento, linguagem e comunicação semelhantes, como participantes de subculturas góticas, por exemplo, uma vez que tais recursos funcionam como elo entre os sujeitos, fenômeno que se replica no contexto dos *fandoms*, onde o *habitus* compartilhado atua como um elo entre os sujeitos e legitima o seu Capital de Fã.

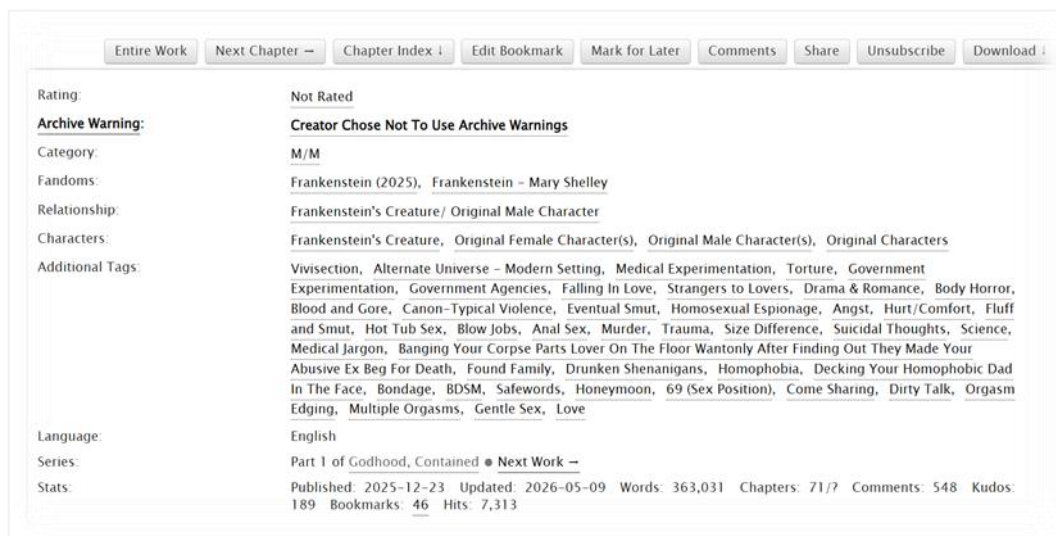
Os *habitus* fazem parte da vida cotidiana dos sujeitos, permitindo aos seus portadores lidar com um senso prático da vida, “como um esquema de percepção, de apreciação e de ação que é acionado em determinadas situações sociais” (MARTELETO, 2017:42). Quando ocorre do sujeito se expor e ser exposto, acontece o encontro entre o *habitus* e um campo social. Isto quer dizer que as ações dos sujeitos (ouvir esse ou aquele artista, comprar ou não tal item, usar essa ou aquela roupa) não partem de sua consciência individual, mas surgem da interação entre práticas sociais e o contexto social onde elas ocorrem, no caso deste estudo, a leitura e escrita de *fanfictions*.

Nessa perspectiva, introduzimos o conceito de *fanfictions*, narrativas ficcionais escritas por fãs (de livros, filmes, séries, artistas, jogadores de futebol, etc.), tendo por base histórias pré-existentes ou não, que podem envolver elementos advindos da obra original (D’OLIVEIRA e ROMANELLI, 2013; VARGAS, 2015). É considerada uma leitura hipertextual porque “são narrativas constituídas por imagens, textos verbais, vídeos e outras linguagens” (RIBEIRO e JESUS, 2019:95).

A *fanfiction* é considerada um fenômeno pós-moderno (PADRÃO, 2007), “traz novas perspectivas para as noções de autoria, interdiscurso, interpretação, alteridade, formação e heterogeneidade discursivas” (PADRÃO, 2008:74) e, portanto, devido à sua complexidade, engloba e impacta a indústria cultural. Se configura como uma expressão da cultura popular e um meio que o leitor encontra de se manter em contato com a obra que gosta por mais tempo do que um leitor comum manteria (JENKINS, 2009).

Nas figuras abaixo é possível observar a apresentação e o resumo de uma *fanfiction* hospedada no *Archive of Our Own*, um dos maiores, senão o maior, repositório de *fanfictions* mundial. A Fig. 3 traz as informações sobre a obra, como o *fandom* ao qual ela está ligada, os relacionamentos abordados no texto, os personagens da história e as *tags*, o formato de indexação do sistema do *site*. As *tags* costumam ser estudadas pelo viés da *folksonomia* e é através delas que os indivíduos buscam informações sobre as histórias.

Fig. 3 - Descrição da *fanfiction* Godhood Contained



Fonte: Archive of Our Own, 2026.

A Fig. 4 traz o resumo da *fanfiction* e seu enredo, informando ao leitor o que ele encontrará na narrativa.

Fig. 4 - Resumo da *fanfiction*



Fonte: Captura de tela da *fanfiction* Godhood, Contained, de Dyslexicwordsmith. In Archive of Our Own, 2026. (<https://archiveofourown.org/works/76189456/chapters/199389221>).

Para uma compreensão aprofundada do texto da *fanfiction*, é necessário que o leitor tenha tido contato com o texto fonte, no caso da história apresentada, o romance *Frankenstein*, de Mary Shelley, publicado em 1818, e a adaptação cinematográfica de mesmo nome, dirigida por Guillermo Del Toro e lançada em 2025. Através do contato com o texto fonte, o leitor será capaz de fazer as inferências que a *fanfiction* aborda. Esse movimento de extrair significado de um produto cultural e buscar mais daquilo que lhe é oferecido, faz parte das práticas informacionais de fãs.

A *fanfiction*, usada como exemplo neste trabalho, possui mais de 360 mil palavras que, convertidas em páginas padrão, somariam entre 900 e 1.440 páginas e foi acessada mais de sete mil vezes. A autora da obra anunciou recentemente a publicação da *fanfiction* através de uma editora devido ao grande sucesso e impacto na plataforma.

Considerações finais

Com base na premissa apresentada anteriormente neste trabalho, podemos inferir que a escrita e leitura de *fanfictions* se enquadra no conceito de ‘práticas informacionais’ por duas razões: a primeira - todo o processo que leva a criação de artefatos culturais é tanto um processo informacional quanto social, logo, “toda prática social é uma prática informacional” (MARTELETO, 1995); a segunda - a escrita e leitura de *fanfictions* requer uma intensa busca por informações a fim de sanar a necessidade informacional do sujeito, tanto para escrever a narrativa, quanto para lê-la.

As práticas informacionais defendem que o contexto social do sujeito não apenas influencia, mas também molda sua necessidade e busca por informação. Dessa forma, o *habitus* seria o conjunto de regras implícitas que atua por detrás do contexto do sujeito, moldando sua forma de se comportar em diversos âmbitos sociais, inclusive na busca, acesso e uso da informação.

Tendo essas duas premissas em vista, entendemos que as *fanfictions* se caracterizam como um tipo de prática informacional, uma vez que é necessário dominar o *habitus* que permeia a leitura e escrita das narrativas ficcionais e, também é necessário estar inserido no contexto social em que as mesmas se encontram.

Outrossim, compreendemos que a presente pesquisa foi capaz de alcançar os objetivos previamente traçados ao demonstrar que tal tipo de narrativa relaciona-se com o conceito de práticas informacionais atualmente discutido no campo da Ciência da Informação.

Referências bibliográficas

ASSIS, J. H. de

2011 *Indicadores da qualidade da informação em sistemas baseados em folksonomia*. [Em linha]. Belo Horizonte, 2011. [Consult. 15 nov. 2025]. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/ECID-8JRLC4/1/juliana_horta_de_assis_pinto.pdf.

Dissertação de mestrado - Universidade Federal de Minas Gerais.

BARBACHAN, A. N.

2016 *Levando o fã a sério: Estudos de fandom aplicados às Relações Públicas*. Porto Alegre, 2016.

Trabalho de conclusão de curso - Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

BARBOZA, C. M. M. M.

2016 *Invasão das masmorras: Apropriações criativas, autoinserção (fan)ficcional e a emergência de uma intersubjetividade discursiva: Uma etnografia do grupo Snapetes à luz do pensamento bakhtiniano*. Pelotas, 2016.

Tese de doutorado - Universidade Católica de Pelotas.

BOURDIEU, P.

2009 *O Senso prático*. Trad. Maria Ferreira. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

CARVALHO, A. A. de

2016 *Tendências na produção acadêmica sobre fanfictions*. Niterói, 2016.

Trabalho de conclusão de curso - Universidade Federal Fluminense.

COSTA, A. A. N.

2020 *Please come to Brazil: uma análise crítica dos fãs brasileiros como apreciadores de objetos culturais internacionais*. Sergipe, 2020.

Dissertação de mestrado - Universidade Federal de Sergipe.

D'OLIVEIRA, B.; ROMANELLI, M.

2013 Fanfictions e o papel do fã na era da transmídia. [Em linha]. *Hipertexto*. 3:1 (2013). [Consult. 7 out. 2025]. Disponível em:

<http://www.latec.ufrj.br/revistas/index.php?journal=hipertexto&page=article&op=view&path%5B%5D=394>.

DYSLEXICWORDSMITH

2026 Godhood, Contained [Fanfiction]. In *Archive of Our Own*. [Em linha]. 2026. [Consult. 7 out. 2025]. Disponível em:

<https://archiveofourown.org/works/76189456/chapters/199389221>.

FÃ

2024 Fã. In *Michaelis: Dicionário de português on-line*. [Em linha]. 2024. [Consult. 17 jul. 2024]. Disponível em:

<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/f%C3%A3/>.

FIGUEIREDO, C. D. de; MENESES, B. M.

2016 Fandom, fanwork e shipping como estratégias de engajamento em Supernatural. *Revista GEMInIS*. 7:2 (2016) 154-170.

GOMES, A. P.

2024 *Please still my heart 'cause it's freaking out: Cultura de fãs e emoções dos loatics na turnê Holy Fuck no Brasil*. Niterói, 2024.

Dissertação de mestrado - Universidade Federal Fluminense.

JENKINS, H.

2013 *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. New York: Routledge, 2013.

JENKINS, H.

2010 *Fandom, participatory culture, and web 2.0 - A syllabus. Confessions of an Aca-Fan: The Official Blog of Henry Jenkins*. [Em linha]. 2010. [Consult. 7 set. 2025]. Disponível em:
https://henryjenkins.org/2010/01/fandom_participatory_culture_a.html.

JENKINS, H.

2009 *Cultura da convergência*. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENSEN, J.

2001 Fandom as a pathology: The consequences of characterization. In *The Adoring audience: Fan culture and popular media*. Ed. by L. A. Lewis. 2nd ed. New York: Routledge, 2001, p. 9-29.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M.

2017 *Fundamentos de metodologia científica*. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTELETO, R. M.

2017 A Cultura, o conhecimento e a informação na obra de Pierre Bourdieu. In *Pierre Bourdieu e a produção social da cultura, do conhecimento e da informação*. Ed. by R. M. Marteleto, R. M. Pimenta. Rio de Janeiro: Garamond, 2017, p. 29-48.

MARTELETO, R. M.

1995 Cultura informacional: Construindo o objeto informação pelo emprego dos conceitos de imaginário, instituição e campo social. *Ciência da Informação*. [Em linha]. 24:1 (1995). [Consult. 10 out. 2025]. Disponível em:
<http://revista.ibict.br/ciinf/article/viewFile/613/615>.

PADRÃO, M.

2008 *A Desconstrução da fanfiction: Resistência e mediação na cultura de massa*. Recife, 2008.
Dissertação de mestrado - Universidade Federal de Pernambuco.

PADRÃO, M.

2007 Leituras resistentes: Fanfiction e internet vs. cultura de massa. *E-Compós*. 10 (2007).

PUGH, S.

2005 *The Democratic Genre: Fan Fiction in a Literary Context*. Bridgend: Seren. 2005.

REIS, F. do S. F. dos

2011 *Fanfictions na Internet: Um clique na construção do leitor-autor*. [Em linha]. Belém, 2011. [Consult. 22 mar. 2025]. Disponível em:
<https://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/2830>.
Dissertação de mestrado - Universidade Federal do Pará.

RIBEIRO, A. E.; JESUS, L. M. de

2019 Produção de fanfictions e escrita colaborativa: Uma proposta de adaptação para a sala de aula. *Scripta*. 23:48 (2019) 93-108.

ROCHA, E. C. de F.; GANDRA, T. K.; ROCHA, J. A. P.

2017 Práticas informacionais: Nova abordagem para os estudos de usuários da informação. [Em linha]. *Biblios*. 68 (2017) 96-109. [Consult. 7 set. 2025]. Disponível em:
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1562-47302017000300007&script=sci_arttext&tlng=en.

SANTOS, A. P. D.; SILVA, S. R.

2014 Fandom na cultura digital: As práticas de participação e produção social dos legenders brasileiros de séries e filmes estrangeiros. In CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37º, Foz do Iguaçu, 2014 – *Anais*. São Paulo: INTERCOM, 2014.

SANTOS, P. H. C. dos; FERNANDES, P.

2016 Netnografia, fãs e memória afetiva: A construção de uma relação de amor e ódio. In ENCONTRO REGIONAL SUDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 4º, Niterói, 2016 – *Anais*. Niterói: Alcar Sudeste, 2016.

SAVOLAINEN, R.

2007 Information behavior and information practice: Reviewing the “umbrella concepts” of information-seeking studies. *The Library Quarterly*. [Em linha]. 77:2 (2007) 109-132. [Consult. 28 ago. 2025]. Disponível em:
<https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/517840>.

SETTON, M. G. J.

2002 A Teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. *Revista Brasileira de Educação*. 20 (2002) 60-70.

SILVA, J. D. N. da

2013 *A Indústria cultural e os fãs da Saga Crepúsculo: A convergência de interesses no universo midiático contemporâneo*. Niterói, 2013.
Trabalho de conclusão de curso - Universidade Federal Fluminense.

SILVA, L. F. da [et al.]

2020 Práticas informacionais em ambientes virtuais. *Informação & Informação*. [Em linha]. 25:4 (2020) 431-451. [Consult. 23 jul. 2025]. Disponível em:
<https://doi.org/10.5433/1981-8920.2020v25n4p431>.

VARGAS, M. L. B.

2015 *O Fenômeno fan fiction: Novas leituras e escrituras em meio eletrônico*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2015.

Sara Mendonça Poubel de Oliveira | sara_poubel@id.uff.br

Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil

Carlos Henrique Juvêncio | carlosjuvencio@id.uff.br

Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil