



Fanfictions: Incentivando a Produção na Indústria Cultural¹

Marina AMÂNCIO²

Marina CHIARI³

Centro Universitário do Estado do Pará – CESUPA

Em meados dos anos 1940, Theodor Adorno e Max Horkheimer criaram o conceito de Indústria Cultural no ensaio “Dialética do Esclarecimento”, onde afirmavam que o consumo de produtos de massa somente resultaria em estagnação por parte dos consumidores que, passivamente, permitiam-se ser alienados e paralisados, simplesmente aceitando qualquer mensagem que lhes era imposta. Porém, neste artigo, mostramos que, em alguns casos, o consumo de produtos da Indústria Cultural possui outro resultado. Com a expansão e auxílio da internet, surgiu o fenômeno chamado *fanfiction*, prática de escrever histórias baseadas em universos fictícios criados por terceiros e lançados como produtos da Indústria Cultural, ou seja, existe a possibilidade da produção ser uma consequência direta do consumo de produtos de massa.

Palavras-chaves: Indústria Cultural; Produtos de Massa; *Fanfiction*; Produção.

Introdução

A rede mundial de computadores, conhecida hoje como Internet, foi criada no período da Guerra Fria, com o nome de ArpaNet, para fins comunicacionais entre as bases militares e forças armadas norte-americanas, apenas como uma opção reserva de comunicação, caso os meios convencionais mais utilizados na época, fossem destruídos pelos inimigos. Em 1970, com o fim da guerra e caindo em desuso pelos militares, foi dada a permissão do uso da internet para universidades e instituições que cooperavam com trabalhos relacionados à defesa. Os mesmos acabaram por cedê-la a cientistas em universidades, que logo forneceram aos alunos, para ajudar com seus estudos e pesquisas para trabalhos. No fim dos anos 1970, o uso da internet cresceu tanto que seu protocolo de computação de pacotes original não deu conta e se tornou inadequado para uso. Outro foi criado para substituí-lo, com a vantagem de permitir um crescimento

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2014.

² Estudante de Graduação 7º semestre do curso de Publicidade e Propaganda do CESUPA, e-mail: mariina.amancio@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda do CESUPA, email: marinachiari.1@gmail.com



praticamente ilimitado da rede e muitas outras.
(<http://www.vocesabia.net/curiosidades/a-historia-da-internet-como-tudo-comecou/>,
2013)

Mas foi somente nos anos 1990 que a internet, de fato, começou a sair das universidades e de seus alunos para alcançar o restante da população. Com a criação do World Wide Web, pelo engenheiro Tim Bernes-Lee, que possibilitava à criação de uma interface gráfica que permitia a customização de sites mais dinâmicos e visualmente mais bonitos, com a possibilidade de inserir imagens e sons, e também com a oportunidade de criar endereços únicos para cada informação, à internet cresceu de maneira desenfreada. Com isso, surgiram vários navegadores, como por exemplo, a Internet Explorer da Microsoft, assim como provedores e portais de acesso, difundindo cada vez mais e facilitando também a utilização da internet para o restante da população. Logo, os alunos das escolas e universidades pesquisavam sobre seus trabalhos e inúmeros outros assuntos pelo computador, salas de bate-papo eram encontros frequentes, trabalhos e currículos enviados por e-mail e a descoberta da internet como um vantajoso ponto de venda para empresas e marcas.
(<http://www.vocesabia.net/curiosidades/a-historia-da-internet-como-tudo-comecou/>,
2013)

Atualmente, a Internet é composta de mais de 50.000 redes internacionais, sendo que mais ou menos a metade delas nos Estados Unidos. A partir de julho de 1995, dados afirmam que existiam mais de 6 milhões de computadores permanentemente conectados à Internet, além de muitos sistemas portáteis e de desktop que ficavam online por apenas alguns momentos. (informações obtidas no NetworkWizard Internet Domain Survey, <<http://www.nw.com>> Acesso em: 05 mar 2014).

A internet faz parte de um conceito existente muito antes de sua criação, o de Indústria Cultural, criado por Theodor Adorno e Max Horkheimer, durante a 2ª Guerra Mundial quando se refugiavam nos Estados Unidos. Para os pensadores, ao observarem as sociedades norte-americanas capitalistas avançadas defenderam que o único motivo e resultado que a relação entre os consumidores e produtos de massa era o de consumismo, como sendo uma necessidade quase insaciável de comprar e consumir cada vez mais produtos, num período de tempo menor. Apesar de o conceito ter sido



criado na época da 2ª Guerra, a Indústria Cultural ainda é uma realidade nos dias de hoje, onde a produção em massa é tão comum que os próprios consumidores já mudaram seus comportamentos e desejos como consequência disso.

Entretanto, para os frankfurtianos, a Indústria Cultural só trazia efeitos negativos para a sociedade, que para eles, estava cada vez mais dependente dos produtos de massa, de uma maneira que eram considerados alienados e sem nenhum poder de decisão sequer, apenas influenciados numa via de mão única para o consumismo irrefreável. Na época que o conceito de Indústria Cultural foi criado, todas as mídias presentes na sociedade foram analisadas pelos estudiosos, vistos como influenciadores e principal fonte de alienação dos consumidores, o cinema, o rádio e as revistas eram considerada pelos frankfurtianos como os maiores males já oferecido à sociedade. Hoje em dia, a internet é discutida como uma dessas mídias da Indústria Cultural que mais influencia os consumidores, utilizando uma linguagem rápida, fácil e instantânea, além de estar cada vez mais presente na vida das pessoas, uma vez que está nos *smartphones*, *tablets*, computadores e até mesmo nas televisões, fazendo com que as pessoas passem muito mais tempo conectadas na internet do que passavam na frente de uma televisão no passado.

Da liberdade que a internet proporciona à quem a utiliza, originou-se o fenômeno conhecido como *fanfiction* – ficção de fã, traduzida para o português - que é a prática de escrever histórias baseadas em universos fictícios que já foram criados por terceiros. Geralmente a pessoa que escreve *fanfictions* se baseia em produtos da indústria cultural, consumidos em massa, como livros, filmes, seriados de TV, quadrinhos e desenhos animados. Essa pessoa também deixa de possuir a única classificação de consumidor, pois amplia as histórias, cria novos personagens, novos enredos e disponibiliza sua “criação” em sites na internet, pra qualquer outro interessado ler. Outra característica dos *ficwriters*, como os escritores de *fanfictions* são chamados, é a de ser fã do material que escolheu para escrever a *fic* (outra abreviação para a palavra), ter uma aproximação e se identificar com a história e os personagens de uma maneira que escrever e ler pequenas histórias sobre o assunto mantém esse interesse sem fim, mesmo quando a história do produto oficialmente acaba. Assim, esses fãs acabam por produzir novas histórias, que mesmo baseadas em histórias já criadas, são “consumidas” e procuradas por quem se julga fã de tal assunto, como se a



história nunca estivesse terminando, até mesmo porque não existe somente uma pessoa produzindo. E essa é mais uma característica dos escritores de *fanfics*, já que a mesma é uma produção coletiva, uma história pode ser editada por outro *ficwriter*, onde pode acontecer até de uma *fanfic* não ser baseada no produto original da indústria cultural, mas sim em outra *fanfic*, escrita por outra pessoa. (PADRÃO, p. 03, 2010)

Semelhante às *fanfics* e tendo surgido praticamente junto com a mesma, outro fenômeno que só foi criado e ainda existe até hoje por completa dependência da internet, são os chamados *fanfilms*, que possuem, basicamente, as mesmas características que as *fanfics*, porém são filmes inspirados em histórias criadas por terceiros. Mas as *fanfics* ainda podem sobreviver apenas com sites, enquanto que os *fanfilms* são restritamente dependentes do YouTube e sites derivados de upload de vídeos, onde podem ser vistos de melhor maneira e publicamente. Ou seja, não só a internet sustenta a produção na era da Indústria Cultural, acontecimento oposto ao que Adorno concluiu em suas pesquisas, mas as redes sociais, derivadas do fenômeno da internet, também contribuem.

Revisão Bibliográfica

Nos anos 1940, Theodor Adorno e Max Horkheimer criaram o conceito de Indústria Cultural. Refugiados nos Estados Unidos, os pensadores observaram e basearam suas teorias nas sociedades americanas capitalistas avançadas, que estavam na fase inicial de consumo dos produtos culturais de massa, que seria onde o objeto de estudo desse artigo se encaixaria, sendo a Fanfiction um subproduto da internet, o meio de comunicação mais utilizado pela sociedade atual. Com o conceito de Indústria Cultural, os pensadores, conseqüentemente, observaram e definiram o comportamento dos consumidores desses produtos de massa, atribuindo algumas características para os mesmo e conceituando uma relação padrão entre os dois. Para os pensadores, a relação entre os produtos de massa e os seus consumidores existia para fins de consumo, sem obter nenhum outro resultado além desse. Os produtos de massa existiam para instigar, cada vez mais, a postura consumista dos indivíduos, que eram vistos como dependentes desse estímulo.

“(...) aquilo a que outrora os filósofos chamavam vida, reduziu-se à esfera do privado e, posteriormente, à do consumo puro e simples, que



não é mais do que um apêndice do processo material da produção, sem autonomia e essência próprias.” (ADORNO, 1951, p. 03).

Adorno e Horkheimer afirmavam que os indivíduos, ao consumir os produtos da Indústria Cultural, se encontravam em um estado de estagnação, paralisados pelas suas mensagens pobres e repetitivas, onde aceitavam qualquer informação como se não pensassem, como se só fosse possível concordar e consumir cada vez mais. Apesar da maioria dos produtos de massa servirem para entreter, essa diversão passou a ser um fenômeno de consumo, que se mascarava como entretenimento. A relação entre o indivíduo consumista e esses produtos de massa é unilateral, onde apenas um dos lados, no caso o dos produtos, transmitia informações pobres para fins de consumo, e o outro lado, dos consumidores, servia apenas para aceitar essas informações e consumir cada vez mais.

“Divertir-se significa estar de acordo [...]; significa sempre: não dever pensar, esquecer a dor mesmo onde essa dor é exibida. Na sua base, está a impotência. É efectivamente, fuga; não, como se pretende, fuga da feia realidade mas da última ideia de resistência que a realidade pode ainda ter deixado. A libertação prometida pelo amusement é a do pensamento como negação. A falta de pudor do pedido retórico "olha para o que as pessoas querem!" é o facto de se apelar para as pessoas, que se tem por missão desabituar da subjectividade, como se se tratasse de sujeitos pensantes.” (ADORNO, HORKHEIMER, 1947, p.156).

Esse pensamento será utilizado para se comprovar que os tempos eram outros quando os produtos de massa estavam sendo estudados. A sociedade atual lida tão bem com seus meios de comunicação, que se a alienação existe, não é em grande maioria, mas sim a produção, que passa a ser um resultado direto do consumo de produtos de massa.

Com explicações mais aprofundadas e detalhadas, Mauro Wolf, em seu livro “Teorias da Comunicação de Massa”, colabora para um entendimento mais completo dos pensadores da Escola de Frankfurt. Afirmando com veracidade as teorias frankfurtianas, o autor afirma que a Indústria Cultural passa a ser controladora das decisões, ações e desejos do indivíduo e consome seus produtos, passando a ser completamente manipulado por essas informações e estímulos da Indústria Cultural.



“Na era da indústria cultural, o indivíduo deixa de decidir autonomamente; o conflito entre impulsos e consciência soluciona-se com a adesão acrítica aos valores impostos. (...) O homem encontra-se em poder de uma sociedade que o manipula a seu bel-prazer.” (WOLF, 2003, p. 36)

O consumidor era controlado quando estava em sua fase de conhecimento inicial sobre o produto, já que hoje em dia, ao se pegar o exemplo da televisão, encontra-se que os consumidores o conhecem e aprenderam a utilizá-los do jeito certo.

O autor também comenta sobre o fato de que a Indústria Cultural disciplina e molda o consumidor para que este seja cada vez mais atingido por suas informações, com uma clareza maior, como aconteceu com os consumidores ávidos da televisão. Os produtos de massa passam a ser influência constante no processo de decisão dos consumidores, que se vêm dependentes de suas influências, dedicando cada vez mais tempo do seu dia para a participação da Indústria Cultural, que passa a ser presença constante no cotidiano do consumidor que, sem perceber, virou parte da Indústria Cultural e seus processos.

“Desta continuidade resulta que, à medida que as posições da indústria cultural se consolidam e solidificam, mais podem agir sobre as necessidades do consumidor, guiando-o e disciplinando-o. A totalidade do processo social perdeu-se irremediavelmente de vista, ocultou-se: a apologia da sociedade liga-se intrinsecamente à indústria cultural.” (WOLF, 2003, p. 36)

Reforçando com mais simplicidade os pensamentos dos pensadores frankfurtianos, Antonio Hohlfeld, em seu livro “Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências”, proporciona um embasamento mais leve, que confirma a definição do consumidor como um agente passivo sob as influências da Indústria Cultural. Sua definição também associa as classes sociais dominantes como as formadoras do padrão desejado e defendido pelos produtos da Indústria Cultural, que apresenta características e posturas que devem ser seguidas para que o consumidor se encaixe em determinado nível social, ao invés de libertar e permitir a escolha para seus consumidores, os produtos de massa prendem os mesmos à seus padrões pré-definidos.

“Assim sendo, acontece porém que seu conteúdo libertador se vê freado e, ao invés do conhecimento emancipador em relação às várias



formas de dominação, as comunicações se veem acorrentadas à ordem social dominante.” (HOHLFELDT, 2010, p. 133)

Apesar de explicar as teorias frankfurtianas, Hohlfeldt chega a discordar dos pensadores da escola e afirma que essas teorias se aplicavam às sociedades por eles estudadas, mas que não se pode confirmar que nada vai se transformar. Após desenvolvimento em áreas como a científica e tecnológica, assim como mudanças o plano econômico e até as mudanças de cunho social, fazem com que as sociedades se transformem paralelamente a esses quesitos, ou seja, as sociedades se transformam, mudam e se atualizam, aderindo novas características, requerendo assim que as teorias que as definem também se transformem para que possam explicar, entre cada transformação da sociedade, como elas funcionam.

“(…) o progresso econômico, científico e tecnológico não pode ser separado da criação de novas sujeições e, portanto, do aparecimento de uma série de patologias culturais, que vitimam amplas camadas da sociedade.” (HOHLFELDT, 2010, p. 133-134)

O estudo de Hohlfeldt e sua discordância com a radicalidade dos pensadores frankfurtianos é importante para o desenvolvimento desse trabalho, pois serve como base para mostrar que o resultado, como previsto por Hohlfeldt, é diferente do que os apocalípticos defenderam anos atrás. O autor é a fonte para que a comprovação do novo resultado exista, sendo totalmente baseado nele.

Para concluir, Adorno e Horkheimer e todas as outras teorias que envolvem a Indústria Cultural foram estudadas, baseadas e, totalmente, aplicadas à sociedade americana capitalista avançada, não à sociedade atual. Além da variação cultural que deve existir, essa sociedade estudada pelos pensadores, era avançada no capitalismo, mas ainda dava seus primeiros passos de contato com os produtos de massa, ou seja, tudo que os envolviam era novidade, ainda estavam sendo explorados. Enquanto a teoria da Indústria Cultural foi criada, o resultado mais comum da relação do consumidor com os produtos de massa era a estagnação, a passividade e aceitação pelos padrões impostos pelos mesmos, nos dias atuais, a sociedade prova que outro resultado pode existir. Com o surgimento da internet, muito tempo depois da criação do termo Indústria Cultural, a produção de conteúdo por parte dos consumidores é cada vez mais freqüente, os mesmos possuem um contato íntimo com os produtos de massa, como



livros e filmes, e produzem virtualmente materiais que podem ser consumidos, daí a utilização de Hohlfeldt e sua discordância da existência de uma lei universal para o relacionamento do homem com os produtos de massa. A internet mudou a sociedade e esta, mudou a utilização da internet, provando que é possível que a produção exista como resultado final do consumo de produtos de massa, por meio do processo chamado Fanfiction.

Análise

O conceito de Indústria Cultural é, com certas modificações que se aplicam no contexto contemporâneo, aplicável à sociedade atual, com quase todas as características e definições que foram dadas na época da 2ª Guerra Mundial, mas os pensamentos frankfurtianos, apocalípticos por definição, não previram que o conceito de Indústria Cultural se adaptaria junto com as mudanças sofridas pela sociedade. Na época de Adorno e Horkheimer, a televisão era a novidade para a sociedade, que despreparada e inconsciente de seus efeitos e conseqüências, se deixou influenciar pela novidade, surgindo assim o pensamento apocalíptico frankfurtiano, de que uma vez alienados pelo poder da televisão e todos os outros meios e produtos de massa, sempre alienados e cada vez mais dependentes e consumistas.

É verdade que, de início, não se era conhecido ou divulgado os efeitos que muitas horas na frente da televisão causavam, nem existia a variedade de canais e opções de programas que temos hoje em dia, mas os usuários desse meio acabaram comprovando o que os frankfurtianos temiam. Naquela época, jamais se imaginaria algo como a internet, por isso, para os estudiosos, ver os consumidores alienados pela TV, se subjugando e levando como lei tudo que era exibido na telinha, era catastrófico e se aconteceu com o meio de comunicação mais moderno que foi criado na 2ª Guerra Mundial, era óbvio que nos seguintes meios ela existiria e com ainda mais força, alienando e paralisando os consumidores. A televisão foi vista como a destruidora das artes e até mesmo uma máquina de lavagem cerebral, mas numa época onde ela era a novidade, os consumidores se exaltaram e acabaram por se render à sua constante fonte de informações.



Com a internet não foi diferente, no início de sua instalação na sociedade, juntamente com seus benefícios, houveram inúmeras controvérsias sobre as conseqüências que ela traria, como o fim dos livros impressos, com a quantidade de *ebooks* grátis em sites ou até mesmo o aumento da distância entre as pessoas e o antisocialismo, já que muitos emergiram no mundo virtual e passaram a comunicar-se com mais freqüência pelo computador do que ao vivo. Exatamente como o abuso da televisão, na época dos pensadores frankfurtianos, trazia conseqüências, a internet também teve seu abuso condenado por oferecer riscos à saúde de seus usuários, causando estresse, problemas de coluna e até problemas de visão, incluindo prejuízos sociais e profissionais.

Quando uma nova plataforma de comunicação surge e é apresentada à sociedade, a mesma possui seu estágio de descoberta, uma possível dependência que deveria ser controlada, mas que posteriormente se instala e é mais bem estudada, assim como as conseqüências de seu abuso. Foi assim com todos os meios de comunicação já criados pelo homem, já que uma nova tecnologia, algo jamais visto ou apenas imaginado em filmes de ficção, sempre vai exaltar multidões que nada mais querem além de testá-las e transformá-las em algo que faça parte do seu dia-a-dia.

Hoje em dia, a televisão ainda está presente na sociedade, mas não existe mais, com a freqüência que existia na década de 40, o comportamento dependente e alienado que ela provocava, assim como a internet já teve suas conseqüências esclarecidas, a sociedade passa a se adaptar a utilizar esses meios de maneira saudável, apesar de dependerem diretamente dos mesmos, principalmente da internet nos dias atuais, para se comunicar, trabalhar e se divertir.

A questão é que, hoje em dia, possuímos um resultado que não fora previsto pelos pensadores frankfurtianos sobre a Indústria Cultural. Os mesmos afirmavam que o resultado da relação entre consumidores e produtos de massa era a dependência alienada e desenfreada, guiada para um único fim consumista, mas com o surgimento do fenômeno chamado *fanfiction*, é possível obter um novo resultado para essa afirmação. Esse fenômeno, que consiste na pura produção de conteúdo baseado em histórias criadas por outras pessoas, é um resultado concreto de que o relacionamento entre consumidores e os produtos de massa, sendo esses no caso das fanfics, livros e filmes de



ficção, possuem outro resultado além da alienação e procrastinação. O processo de criação existe e é o objetivo principal do fenômeno, além da originalidade e fator surpresa que o autor conseguir adicionar à história, de uma maneira que a mesma não perca sua essência e ao mesmo tempo seja uma proposta totalmente diferente do contexto geral.

Além disso as *fanfictions* também provam que é possível obter como resultado de um contato com produtos de massa, a socialização, uma vez que existem grandes comunidades com fãs do conteúdo proposto pela *fanfic*, chamados *fandoms*, onde existe troca de conteúdo, indicação de outras histórias, de outros livros e autores. Outro aspecto importante a ser destacado é o fato de as *fanfictions* estarem levando suas práticas online para o mundo offline, como por exemplo a questão do *shipping*, que consiste na admiração de uma união amorosa de dois personagens fictícios, que ultrapassou as barreiras lingüísticas e é utilizada no Brasil, tanto no mundo virtual como no offline, como *shippar*, uma forma aportuguesada para definir essa sensação de gostar muito de um casal, real ou não, da mesma história ou não, e apoiar o romance entre os dois. O *shipping* só incentiva a produção, uma vez que os autores de *fanfics* possuem toda a liberdade para criar casais amorosos diversificados e não se restringir ao que já foi criado, tendo como resultado um processo criativo infinito. (FELIX, 2008)

Hoje em dia, com a internet e as *fanfics*, o consumidor de produtos de massa não só serve para consumir, ele produz e difunde o conteúdo oferecido. Hoje o processo do consumidor não acaba na alienação, de quando sua série de TV preferida acaba ou quando ele termina de ler sua série de livros favorita, já que o mesmo pode continuar as histórias desses produtos, podendo imaginar os diferentes enredos, personagens e finais para o conto. No dias atuais é possível modificar todas as histórias famosas e o tornar mais “nobre” é justamente o fato de que escrever uma *fanfic*, seja sobre qualquer livro de ficção, série sobre cultura nórdica ou filmes sobre magia, não possui fins lucrativos, tudo é colocado de graça, disponível para qualquer um, em sites da internet, se tornando pura passagem de informação, depois de um processo de produção, através do consumo de um produto que, baseado nos pensadores frankfurtianos, não deveriam ter repercussão nenhuma, deveriam ter parado depois de seu consumo e seguir em uma única direção: mais consumo. Os autores de *fanfics* famosas, consideradas as mais bem escritas ou que mais apresentam a essência da história original, acabam se tornando



conhecidos, famosos do mundo virtual, sem ganhar nada pelos seus trabalhos, além desse reconhecimento.

As *fanfics* também são uma maneira de começar a expor o trabalho de jovens escritores, que se sentem mais a vontade em estar na internet e disponibilizam suas histórias online. Alguns escritores de *best-sellers* afirmam ter começado a escrever por meio de *fanfictions*, como por exemplo Meg Cabot, autora da série de livros “O Diário da Princesa”, e também Cassandra Clare, autora do livro “Instrumentos Mortais”, que escreveu “*The Very Secrets Diaries*”, uma *fanfiction* de “O Senhor do Anéis”, que virou um hit viral no mundo das *fanfictions*. Para os jovens escritores, saber que seus autores preferidos já escreveram *fanfics* e começaram por esse caminho é apenas um motivo a mais para que eles continuem produzindo. (ROMANO, 2012)

Todo esse processo ainda é muito recente e tem previsão de crescer ainda mais, as *fanfics* podem tomar proporções de produção onde um autor de *fanfic* vire autor de um *best-seller* que venda internacionalmente, mas sua essência, de produzir para informar ainda existirá, onde milhares de fãs e seguidores de histórias que deveriam existir apenas para serem consumidas e esquecidas terão mais histórias novas para ouvir, se tornando um ciclo vicioso de produção.

Conclusão

Pode-se concluir com esse trabalho que a sociedade se transforma juntamente com seus meios de comunicação, e o processo inverso, e que não existe uma lei universal sobre o que os mesmos podem provocar em seus consumidores. A internet transformou o resultado entre a relação homem e comunicação, afirmando que o primeiro pode oferecer uma reação diferente da estagnação provocada pelo excesso de informações. As *fanfics*, sendo resultado da internet e da nova postura do ser humano de querer produzir, se sobressair e passar informações diferenciadas, dá uma nova resposta aos pensadores frankfurtianos que se perguntavam se os demais meios posteriores à televisão só trariam mais alienação.

Antigamente, os meios de comunicação transformavam o homem, como os pensadores da Escola de Frankfurt viram acontecer com muitos americanos



consumidores da televisão, mas nos dias atuais é o homem que transforma o meio, já que a internet deixou de ser apenas um meio de comunicação para se tornar um meio de passagem de informações, sobre qualquer assunto desejado.

Por fim, a internet faz parte da Indústria Cultural, que por sua vez, engloba os produtos utilizados na produção de *fanfics* e *fanfilms*, assim completamente interligados os assuntos se completam, mas mudam de acordo com a sociedade. Anteriormente, Adorno observou e se baseou em uma sociedade que estava tendo seus primeiros contatos com a Indústria Cultural e ao consumir seus produtos, como a televisão por exemplo, se perdia no tempo e se deixava ser “alienado” por eles na passividade. Hoje em dia, aparentemente, a sociedade aprendeu e provou que ao contrário do que o pensador observou, é possível existir produção como consequência direta do consumo de produtos produzidos em massa, e a internet pode provar.



Referências Bibliográficas

- ABREU, Karen. Portal São Francisco. A História da Internet. 2004. Disponível em: <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/historia-da-internet/index.php>> Acesso em: 20 fev 2014.
- COSTA, Sarah. **Fanfiction: a Manifestação do Leitor Como Produtor Textual na Internet**. Lecotec, 2009.
- DINIZ, Thiciane. “The Shippers”: Saiba Tudo Sobre a Arte de Shippar nas Séries de TV!. 2013. Disponível em: <http://series.sllex.com/slide/the-shippers-saiba-tudo-sobre-a-arte-de-shippar-nas-series-de-tv/> Acesso em: 03 mar 2014.
- Escreva Fanfics. **A História das Fanfics**. 2009. Disponível em: <<http://escrevafanfics.blogspot.com.br/2009/05/historia-das-fanfics.html>> Acesso em: 03 mar, 2014.
- FELIX, Tamires. **O Dialogismo no Universo Fanfiction, Uma Análise da Criação de Fã A Partir do Dialogismo Bakhtiniano**. Ao Pé da Letra – Revista dos Alunos de Graduação em Letras, vol 10.2. 2008.
- HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.C.; FRANÇA, V.V. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 10 ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2010.
- HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. **Dialektik der Aufklärung, Philosophische Fragmente**. Querido Verlag, Amesterdão, 1947 (trad. it. Dialettica dell'Illuminismo. Einaudi, Turim, 1966).
- PADRÃO, Márcio. **Leituras Resistentes: Fanfiction e Internet VS. Cultura de Massa**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2010.
- REIS, Fabíola. **O Fanfiction: a História de Fãs Para Outros Fãs**. Colóquio Internacional de Estudos Linguísticos e Literários. 2010.
- ROMANO, Aja. **10 Famous Authors Who Write Fanfiction**. 2012. Disponível em: <http://www.dailydot.com/culture/10-famous-authors-fanfiction/> Acesso em: 03 mar 2014.
- R7. **Dependência de Internet Tem Graves Consequências**. 2012. Disponível em: <<http://www.bbel.com.br/comportamento/post/dependencia-de-internet-tem-graves-consequencias.aspx>> Acesso em: 20 fev, 2014.
- Você Sabia?. **A História da Internet – Como Tudo começou**. 2008. Disponível em: <<http://www.vocesabia.net/curiosidades/a-historia-da-internet-como-tudo-comecou/>> Acesso em: 20 fev 2014.
- WOLF, M. **Teorias da Comunicação de Massa**. 8 ed. Editora Presença. Lisboa, Portugal, 2003.