

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

GUILHERME GUIMARÃES MARTINS

**O FAN LABOR VENCEU A GUERRA NAS ESTRELAS:
Produção e influência dos fãs na franquia Star Wars**

SÃO PAULO

2020

GUILHERME GUIMARÃES MARTINS

**O FAN LABOR VENCEU A GUERRA NAS ESTRELAS:
Produção e influência dos fãs na franquia Star Wars**

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência para a obtenção do título de Mestre do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração em Comunicação Audiovisual, da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Vicente Gosciola.

São Paulo

2020

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca UAM
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- | | |
|------|---|
| 943f | <p>Guimarães, Guilherme
O fan labor venceu a Guerra nas Estrelas: produção e influência dos fãs na franquia Star Wars / Guilherme Guimarães. - 2020.
127f. : il.; 30cm.</p> <p>Orientador: Vicente Gosciola.
Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-graduação em Comunicação Audiovisual - Mestrado) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2020.
Bibliografia: f.118</p> <p>1. fan labor. 2. fan film. 3. Star Wars. 4. trabalho de fã. 5. Legião 501. CDD 302.2</p> |
|------|---|

GUILHERME GUIMARÃES MARTINS

O FAN LABOR VENCEU A GUERRA NAS ESTRELAS:
Produção e influência dos fãs na franquia Star Wars

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência para a obtenção do título de Mestre do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração em Comunicação Audiovisual, da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Vicente Gosciola.

Aprovado em ____ / ____ / _____

Professor orientador

Professor convidado (interno)

Professor convidado (externo)

Dedico este trabalho à minha amada esposa, Maria Cecília Siffert, cujo apoio e incentivo foram fundamentais para a sua realização. Obrigado por me deixar te converter à Força, meu amor. Dedico também à minha família, cuja luta pela minha educação sempre foi uma prioridade.

AGRADECIMENTOS

- À coordenação do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi, comandada pela Prof^ª. Dr^ª. Laura Loguercio Cánepa, pela sempre dedicada e paciente atenção prestada;
- Ao meu orientador, Prof. Dr. Vicente Gosciola, por todo o conhecimento compartilhado ao longo dos últimos dois anos. Sua boa vontade, disponibilidade e, principalmente, paciência foram fundamentais para a realização desta pesquisa. Sem ele, certamente, eu não teria conseguido expandir meus horizontes acerca do meu trabalho;
- Aos membros do corpo docente do PPGCOM-UAM, em especial à Prof^ª. Dr^ª. Maria Ignês Carlos Magno e o Prof. Dr. Gelson Santana Penha, dois professores com os quais tive o prazer e o privilégio de estar em sala de aula para aprender sobre conceitos elementares do audiovisual que foram de extrema importância para o desenvolvimento do meu projeto;
- Aos funcionários do PPGCOM-UAM, em especial à Alessandra Cervantes e à Simone Ferreira, que, com competência e dedicação, cuidam do cotidiano do curso, reservando aos alunos maior importância às questões referentes à pesquisa;
- Ao Prof. Dr. David de Oliveira Lemes e à Prof^ª. Dr^ª. Maria Ignês Carlos Magno pelas recomendações valiosas obtidas na banca de qualificação, que foram muito úteis para a conclusão deste trabalho;
- Aos amigos e colegas que estiveram sempre juntos durante essa jornada;
- O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

RESUMO

O presente trabalho aprofunda-se nos estudos acerca do conceito *fan labor* (trabalho de fã) e suas ramificações, tendo como objeto de estudo a franquia cinematográfica Star Wars e a produção de conteúdo de seu respectivo *fandom*. Apresenta informações previamente coletadas acerca de 10 *fan films* mapeados e selecionados de acordo com o seguinte recorte pré-estabelecido: obras audiovisuais publicadas, a qualquer tempo, na plataforma de compartilhamento de vídeos do YouTube e que receberam apoio, direto ou indireto, do fã-clubes conhecido como Legião 501. Tem-se por objetivo verificar tal fenômeno sociocultural e investigar como ele ocorre, quem são seus agentes viabilizadores e em que circunstâncias essas relações e práticas foram e são estabelecidas entre a marca e seu público, avaliando as implicações e impactos resultantes disso. Pretendeu-se descobrir com este trabalho como esses processos ocorrem e como eles podem alterar de forma significativa a maneira das marcas pensarem em novas estratégias e novos rumos para as narrativas cinematográficas, sendo o fazer do fã, ou o *fan labor*, o principal agente modificador dessas relações.

Palavras-chave: *fan labor*; *fan film*; *Star Wars*; trabalho de fã; Legião 501

ABSTRACT

This essay depicts a further study concerning the concept of fan labor and its ramifications, taking as its object of study the film franchise Star Wars and its fandom production contents. It sets forward previously collected information on 10 fan films mapped and selected according to the following pre-established concept: published audiovisual works, at any time, on video-sharing online platform on Youtube and either directly or indirectly received support from its fan club known as Legion 501. Its purpose is to verify such sociocultural phenomenon and explore in which way it occurs, who its enablers are, and in which circumstances these rapports and practices used to be and have been established between this trademark and its audience, assessing the implications and impacts resulting therefrom. It was thus intended through this essay what mechanisms are behind all of that and how they may significantly change the manner that brands devise new strategies and outline new paths for cinematographic storytellings, considering the fan role, or the fan labor, the main modifying agent of these rapports.

Key-words: fan labor; fan film; Star Wars; fan role; Legion 501

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 CONTEXTUALIZAÇÃO	13
1.1 George Lucas: um viajante na velocidade da luz.....	13
1.2 Star Wars: um conto de fadas intergaláctico.....	23
1.3 Lucasfilm vs. Walt Disney: a guerra dos cânones.....	25
1.4 Narrativa transmídia: a isca que o fã morde.....	29
2 FANDOM: A FORÇA NÃO SE MEDE EM MIDI-CHLORIANS	34
2.1 <i>Warsie</i> : uma galáxia não tão distante assim.....	37
2.2 Os fãs e os brinquedos contra-atacam.....	45
2.3 O retorno do fandom.....	51
2.4 Um <i>fandom</i> acostumado com as guerras.....	55
3 FAN LABOR: O TRABALHO DO FÃ PARA O FÃ	59
3.1 <i>Fanfiction</i> , <i>fanzine</i> , <i>fanart</i> : cânone para quê?.....	62
3.2 <i>Fan films</i> : quando o fã é o pai do filme.....	68
4 LEGIÃO 501 - O PUNHO DE VADER: UM FAN LABOR QUE DEU CERTO	76
4.1 Homens de sucata, plástico e algumas tristezas.....	78
4.2 O início da marcha imperial.....	86
4.3 O legado do Punho de Vader.....	100
5 FAN FILM: O FÃ É SEU PAI	105
CONCLUSÃO	117
REFERÊNCIAS	119

INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste no estudo de fenômenos socioculturais advindos das experiências do fã. Esses fenômenos podem ser exemplificados por meio da observação de alguns conceitos e casos, tais como a cultura participativa, vista a partir do objeto de estudo deste trabalho, o *fandom* de *Star Wars*; o *fanlabor*, exemplificado pela produção de conteúdo de um determinado grupo de fãs da franquia, conhecido como Legião 501; e os *fan films*, obras audiovisuais produzidas por fãs que depositam dedicação, tempo, trabalho e dinheiro, espontaneamente, a fim de aprofundar seu envolvimento e sua experiência na saga cinematográfica.

A princípio, a ideia de pesquisar sobre o assunto surgiu quando, ao terminar o trabalho de conclusão de curso da faculdade, deparei-me com um termo, até então, desconhecido: *fan labor*. Como não havia mais tempo para abordá-lo no TCC, resolvi pesquisá-lo no mestrado unindo-o a outro tema de interesse: a narrativa transmídia. Ao iniciar o Programa de Pós-graduação em Comunicação na Universidade Anhembi Morumbi e estudar sobre o tema, percebi que ele era mais abrangente do que parecia inicialmente e abarcava outros assuntos que também poderiam e deveriam ser pesquisados. No entanto, tudo isso se mistura e converge ao que se conhece como cultura de fã, que

embaça esses limites ao tratar textos populares como dignos do mesmo grau de atenção e apreciação que textos canônicos [...] os fãs afirmam seu direito de formular interpretações, propor críticas e construir cânones culturais" (JENKINS, 2015, p. 36 e 37).

Com o *fan labor*, a intenção do fã é de se apropriar do material que consome para, a partir disso, produzir e reproduzir seu objeto de desejo¹ à sua maneira. Desse modo, vê-se o surgimento de grupos segmentados dentro do escopo geral do *fandom*, como, por exemplo, a Legião 501, uma formação de fãs de *Star Wars* que se tornou o

¹ O termo, que também pode ser entendido como objeto de fã neste trabalho, diz respeito ao "que hoje chamamos de centros de emoção, pedaços de cultura que inspiram tanto a lealdade e, mais importante, a atividade". (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 26)

segundo maior fã-clube de universos fantásticos do mundo e, certamente, o maior caso de *fan labor* da franquia Star Wars. O grupo, fundado em 1997 por dois amigos de Columbia, no estado da Carolina do Sul, possui hoje cerca de 30 mil membros registrados, além de contar com unidades, chamadas por eles de guarnições, em mais de 100 países, estando presente em todos os continentes. A ideia do Batalhão (outro nome dado ao fã-clube pelos próprios adeptos) é que seus membros possam fantasiar-se de personagens do Império ou do Lado Negro da Força e, assim, compartilhar seus *cosplayers* em feiras de *sci-fi*, convenções e eventos da cultura *pop*. Ao longo dos anos, a Legião 501 também passou a participar de atividades filantrópicas e, atualmente, ajuda a arrecadar fundos para instituições de caridade, organizações não governamentais e hospitais que tratam de crianças com câncer, por exemplo.

Além de ser um dos mais bem-sucedidos casos de *fan labor* dentro do *fandom* da franquia de Star Wars, a Legião 501 também é conhecida por produzir e desenvolver outros trabalhos de fã, como *fanfictions* e *fan films*. Entre os mais célebres, estão as curtas-metragens *Scout - A Star Wars Story* (2017) e *Remnants of the Order* (2019). A Legião 501, inclusive, tornou-se um ícone da cultura *pop* ao ser absorvida pelo cânone da saga cinematográfica da franquia, quando estrelou o filme *Revenge of the Sith* (2005), fazendo parte, desde então, não só da história oficial pertencente à narrativa vista no cinema, mas também do universo expandido explorado nos produtos transmidiáticos.

Porém, ao longo dos mais de 40 anos da franquia, a Legião 501 não é o único caso de *fan labor* em Star Wars que pode ser observado. Décadas antes do surgimento do grupo, já se podia constatar a existência de outros *fan labors* que fizeram parte da construção da história a partir da perspectiva dos fãs. Inclusive, há registros de que o primeiro *fan labor* de Star Wars tenha sido um *fan film* intitulado *The Imperials Strike Back* rodado por um grupo de amigos que tinham entre 8 e 12 anos à época, em 1978, apenas um ano depois do lançamento do primeiro filme, *A New Hope* (1977). Assim, verifica-se que a produção de obras relacionadas à marca Star Wars desenvolvida por fãs pode ser tão antiga quanto a própria franquia. Essa produção é o resultado da

busca desses fãs em se aprofundarem naquilo que são, de alguma maneira e em algum nível, devotos; seja pela série de filmes ou por uma personagem específica. Algo daquele universo desperta, organicamente, sua vontade em se relacionar com ele e aprofundar-se nele.

Para tal, esse trabalho se dividiu em 6 partes. Na primeira, foi feita uma contextualização histórica a respeito do criador da saga cinematográfica, George Lucas, sua obra e objeto de estudo desta pesquisa, a franquia Star Wars, e, por fim, uma relação que se estabelece entre o cânone e seu universo expandido, explorado em milhares de produtos transmidiáticos existentes na franquia. Na segunda parte do trabalho, foi discutido o conceito do que é o *fandom* e sua representação para a cultura de fã e, também, para a cultura participativa em geral, a fim de se entender como esse corpo consegue se articular para consumir, produzir e reproduzir por meio do seu objeto de desejo, reafirmando seu *status* diante da marca e da própria comunidade a que pertence.

Num terceiro momento, é apresentado ao leitor o *fandom* de Star Wars, autodenominado e conhecido como *Warsie*. Os fãs que a ele pertencem, chamados de *warsies*, foram e ainda são vitais para a sobrevivência, manutenção e longevidade da marca como a conhecemos hoje. Conhecer o relacionamento entre os *warsies* e a franquia, ao longo de sua história, faz-se necessário para compreender como ele se deu no passado e se dá no presente, além de entender a importância da comunidade para a marca e para os próprios fãs.

Na quarta seção, uma explanação a respeito do conceito de *fan labor*, sua relevância e importância para a marca e como esse fenômeno se dá por meio de fãs previamente engajados com o seu objeto de desejo. Além disso, há também uma explicação a respeito das categorias e classificações dadas aos *fan labors*. No quinto capítulo, adentra-se na história da criação do fã-clubes Legião 501, verificando a contextualização histórica para o seu surgimento, seus mais de 20 anos de existência e o que está sendo deixado como legado do grupo não só para a franquia em si, mas também para a história dos *fandoms*.

Por fim, no sexto e último capítulo, foram feitos um mapeamento e um fichamento dos *fan films* encontrados, que de alguma forma estão vinculados com a organização Legião 501 e seus integrantes; tendo eles sido produzidos, dirigidos, estrelados, roteirizados, co-produzidos ou, simplesmente, recebido algum tipo de apoio do fã-clube para a sua realização. Para tal, estabeleceu-se um recorte de pesquisa cujos critérios foram: obras publicadas e hospedadas, a qualquer tempo, na plataforma de compartilhamento de vídeos do YouTube e que receberam algum tipo de apoio da Legião 501 para a sua produção. Para a escrita de todo trabalho, utilizou-se a pesquisa bibliográfica como metodologia aplicada. Assim, integram o corpo bibliográfico deste trabalho autores como Jenkins (2009; 2014; 2015), Green e Ford (2014), Shirky (2011), Palacios e Terenzzo (2016), Taylor (2015), Fraade-Blanar e Glazer (2018), Pollock (2015), Jamison (2017), Young (2016) e Sunstein (2016).

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

1.1 George Lucas: um viajante na velocidade da luz

Fã de gibis e seriados de televisão que tinham como tema central a fantasia espacial (mesmo antes de o subgênero ser conceituado como tal), como, por exemplo, *Flash Gordon*² (1954), Lucas construiu, de maneira quase inconsciente, uma história de fascínio pela *space opera* que o levaria a criar sua obra-prima definitiva na década de 1970. Nascido em 14 de maio de 1944, filho mais novo de uma família de classe média da cidade de Modesto, Califórnia, George Walton Lucas Jr. foi um garoto que não conheceu privações durante a infância e cresceu sob os cuidados disciplinadores, porém afáveis, dos pais, Dorothy Ellinore Bomberger e George Walton Lucas Sr.

Sua família, vinda do Arkansas na década de 1890, não prosperou com o petróleo conforme o bisavô de Lucas, Walton, havia imaginado ao chegar na Califórnia. George Walton Lucas Sr, pai de Lucas, nasceu em 1913 e se tornou chefe da família aos 15 anos, pois era o único filho homem quando o patriarca Walton faleceu. Teve que atravessar a Grande Depressão dos Estados Unidos com a ajuda da mãe, Maud Lucas, e das irmãs, já instalados em Modesto. Em 1933, Lucas Sr e Dorothy Bomberger, com 19 e 17 anos, respectivamente, casaram-se e um ano depois tiveram sua primeira filha, Ann. Em 1936, nasceu a segunda filha do casal, Katherine, que os fez mudar para uma casa maior em Modesto.

A essa altura, Lucas Sr. já poderia ser descrito como um homem de família bem-sucedido. Ainda no primeiro ano depois do casamento, o patriarca da família Lucas se tornou sócio da papelaria em que trabalhava. O dono do comércio, L. M. Morris, era um homem idoso de idade avançada sem herdeiros e Lucas Sr. era um órfão de pai. Morris acabou se afeiçoando a Lucas Sr., transferindo para ele 10% da empresa no final de 1933 e 50% da L. M. Morris Papeleiros em 1934. Lucas Sr.

² Personagem ficcional criado por Alex Raymond que já ganhou diversas adaptações tanto para histórias em quadrinhos quanto para séries de televisão. Na década de 1950, no auge de sua popularidade, ganhou uma série intitulada *Space Soldiers*. (TAYLOR, 2015)

acabaria herdando o negócio de Morris, tornando-se um dos principais comerciantes da cidade. Tanto que seu alistamento no início da Segunda Guerra Mundial foi recusado devido à representação financeira de seu negócio para a região e, também, por conta de sua aparência física frágil. No final da Guerra, em 1944, Lucas Jr. nasceu e depois de três anos, sua irmã mais nova, Wendy.

Figura 1 - George Lucas aos 2 anos de idade, em 1946.



Fonte: historicmodesto.com, 2008.

A infância de Lucas dentro de casa é descrita por ele como um período leve e sem conturbações da sua vida (POLLOCK, 2015). Lucas se recorda que o ápice da felicidade infantil foi quando o pai decidiu levar ele e suas irmãs para a Disneylândia, na cidade de Anaheim, em 1956, um depois do parque ser inaugurado pelo próprio Walter Elias Disney em pessoa. Porém, suas experiências escolares e colegiais na Thomas Downey High School apresentaram-no ao *bullying*.

Diferentemente de sua irmã mais nova, Wendy, Lucas era tímido e introspectivo para interagir com o mundo que o rodeava. Essas características renderam-lhe, primeiro, a discriminação no ambiente escolar e, depois, a perseguição de alguns alunos do colégio. Entre seus algozes, um estudante um pouco mais velho chamado Gary Rex Vader (TAYLOR, 2015). Inspirações, ao que parece, podem vir de várias

fontes e de várias maneiras, como o futuro ainda mostraria. No entanto, não apenas Rex Vader serviria de referência criativa para Lucas.

Heróis como Flash Gordon, Buck Rogers, Tommy Tomorrow e John Carter também constituíram a bagagem cultural durante a infância de Lucas. Algumas dezenas de gibis impressos pela EC Comics, como *Tales from the Crypt* e *Weird Science* e *Weird Fantasy* (ambos da década de 1950), além de séries de TV adaptadas de contos e livros, como *Lensman* (1937), *Lost in Space* (1965) e *The War of the Worlds* (1898) faziam a vez nos momentos de diversão e lazer do filho mais velho dos Lucas.

Alguns escritores, como Edgar Rice Burroughs (1875 - 1950), H. G. Wells (1866 - 1946), Alex Raymond (1909 - 1956) e J. R. R. Tolkien (1892 - 1973), além de teóricos e filósofos, como Joseph Campbell (1904 - 1987), fizeram efervescer a imaginação de Lucas e tornaram sua infância, adolescência e juventude uma época repleta de inspirações que lhe serviriam décadas mais tarde. Assim como conta Pollock (2015),

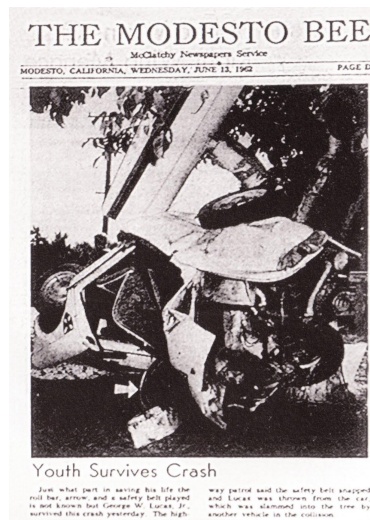
depois de 1954, quando George pai, por fim, aceitou adquirir um aparelho de TV, os Lucas efetivamente perderam o filho para as trêmulas imagens em preto e branco. O programa predileto de George era *Adventure Theater*, emissão noturna das 18 horas da KRON-TV de São Francisco, o único canal disponível em Modesto. As aventuras eram séries de cinema dos anos 1930 e 1940, filmes com títulos exóticos como *Flash Gordon Conquista o Universo*, *Don Winslow na Guarda-Costas* e outros, apresentando *Lash LaRue*, *Tailspin Tommy*, *Spy Smasher* e *Masked Marvel*. O aparelho de televisão dos Lucas ficava sobre um carrinho giratório, o que permitia George assisti-la da mesa de jantar e depois virá-la e assistir da sala de estar. Ele e Wendy traziam seus cobertores e travesseiros para acompanhar desenhos animados. George também devorava *Perry Mason* todos os sábados à tarde e assistia os faroestes como *Paladino do Oeste*, *Gunsmoke* e *Maverick*. Havia também filmes antigos na TV, centenas deles, licenciados para a televisão pelos estúdios de cinema num esforço inútil de tentar dominar a nova mídia. (POLLOCK, 2015, p. 26)

Na juventude, outra fascinação de Lucas desde a infância floresceu: o universo automobilístico. Entusiasta de corridas e marcas de carros desde criança, Lucas, agora com 18 anos, cogitou seguir carreira como piloto. Porém, no verão de 1962, mais precisamente no dia 12 de junho daquele ano, um acidente de carro o fez mudar suas

aspirações. Ao voltar da biblioteca do colégio, depois de uma tarde de estudo, Lucas tomou o caminho para casa. Próximo à rua que o levaria até seu domicílio, Frank Ferreira, de 17 anos, colidiu seu Chevy Impala a 95 quilômetros por hora na lateral do Fiat Bianchina de Lucas, arremessando-o para fora depois da terceira vez que o veículo capotou.

Por pouco, o acidente não foi fatal, já que ao ser arremessado de seu carro, Lucas não bateu em frente a uma árvore ali presente a poucos metros de distância. Socorrido, ele foi levado para o Modesto City Hospital e chegou lá em estado crítico. Com o ombro esquerdo fraturado, a pressão arterial fraca, um grave corte na cabeça, por onde houve perda contínua de sangue, e uma hemorragia interna provocada por contusões distribuídas pelos pulmões.

Figura 2 - Jornal com foto do carro de Lucas após o acidente, em 1962.



Fonte: forcematerial.com, 2019

Esse acidente alterou o curso natural da vida de Lucas e modificou seus desejos e vontades, desde então. Assim como relata Pollock (2015), “o eterno brincalhão que nunca tinha se incomodado em fazer planos ou pensar à frente, de repente, se deu conta de que seu tempo era limitado” (POLLOCK, 2015, p. 4). Lucas, em entrevista para Pollock (2015), recordar-se que,

you cannot pass through this type of experience and not feel that there should be some reason for you being here. I realized that I should be spending my time discovering what the reason was and trying to fill it. The fact is that I would never have survived that accident if I had been thrown against that tree. [...] Everything affected me deeply. [...] The accident made me more aware of myself and my feelings. I started to trust my instinct. I had the feeling that I should go to college, and I did. I had the same feeling, later, that I should go to film school, even though everyone thought I was crazy. I had the same feeling when I decided to do Star Wars. (POLLOCK, 2015, p. 5)

After this episode, Lucas began to pursue his professional aspirations for other paths, even more artistic. After the accident, the firstborn of the Lucases began to think about what he could work for. After remembering how he liked to see his maternal grandfather making filmstrips for the weekly picnics with his 16mm camera, between the decades of 1940 and 1950, he soon reached the conclusion that he should do something related to the arts and make sense for his life. And a gift given by his parents made him remember of an old passion.

In 1963, Dorothy and Lucas Sr. gave their son a Super 8 camera that would change not only his personal and professional life, but also the world as we know it today. If Lucas could not drive the cars he was so fascinated by, he could at least film them. And that was exactly what he did during the time he attended the Modesto Junior College (MJC). Dedicated to capturing the most difficult images his Super 8 could handle, the car enthusiast did not miss any opportunity to record. For this, he attended, assiduously, all the races in the city and the surrounding areas, which eventually attracted the attention of another car enthusiast and director of photography, internationally recognized, Haskell Wexler³ (1922 - 2015).

³ Wexler was a director of photography in Hollywood, responsible for the cinematography of films such as *The Hoodlum Priest* (1961), *Who's Afraid of Virginia Woolf?* (1966) and *One Flew Over the Cuckoo's Nest* (1975).

Esse nome é importante tanto para a história de Lucas quanto para o *fandom* de Star Wars em todo o mundo. Se não fosse o olhar de Wexler para o dom natural de Lucas ao registrar as cenas de corrida e também sua vontade de inseri-lo na Indústria Cinematográfica, provavelmente, estaríamos vivendo numa realidade paralela num mundo sem a importância e os impactos culturais de Star Wars. O fato é que Wexler introduziu Lucas ao mundo da Sétima Arte (ou, pelo menos, na indústria cinematográfica hollywoodiana), abrindo seu leque de possibilidades num momento crucial na vida de qualquer jovem, em que ele tem que decidir qual carreira profissional deverá seguir.

A partir daí, em contato com nomes ainda desconhecidos do cenário hollywoodiano e que viriam a se tornar amigos e parceiros profissionais, como Francis Ford Coppola (1939), Martin Scorsese (1942) e Steven Spielberg (1946), Lucas começou a trilhar seu caminho rumo ao sucesso como diretor de cinema. Dos anos que se seguiram durante o curso de Cinema na University of Southern California⁴ (USC) até o início do processo de produção do primeiro tratamento do roteiro de Star Wars (até então intitulado *The Star Wars*), passaram-se cerca de 10 anos.

Nesse tempo, Lucas estabeleceu uma relação de amizade com Coppola, com quem aprendeu sobre os ofícios inerentes à produção de um filme. Coppola, que àquela época rodava o último filme encomendado sob administração de Jack Warner⁵, *Finian's Rainbow* (1968), empregou Lucas como assistente administrativo no dia 31 de julho de 1967, tornando-o um dos primeiros contratados da recém-criada Warner Bros.-Seven Arts.

Figura 3 - Lucas e Coppola no final da década de 1960.

⁴ Website da University of Southern California: <https://www.usc.edu/>

⁵ Jack Warner foi o último dos irmãos Warner a se desligar da Warner Bros. após o estúdio ter sido vendido para a Seven Arts. (POLLOCK, 2015)



Fonte: onesensationalshot.com, 2017.

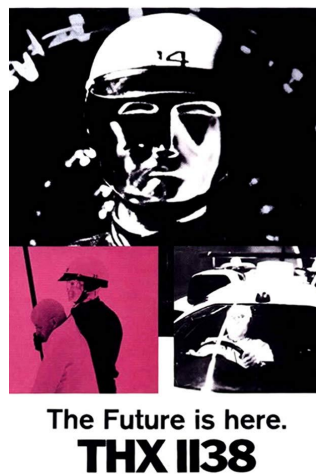
Mesmo com todas as diferenças criativas, de personalidade e culturais existentes entre Lucas e Coppola, não demorou para que o estudante de Cinema se transformasse numa espécie de aprendiz protegido do já cineasta formado cinco anos mais velho. Os dois construíram uma duradoura parceria profissional que culminou na fundação da produtora independente American Zoetrope⁶. A experiência que Lucas adquiriu durante seu estágio na Warner com Coppola, sobretudo com a abertura profissional adquirida a partir da inauguração da Zoetrope, lhe rendeu confiança para elaborar seus primeiros filmes antes de dar início à escrita do primeiro tratamento de Star Wars.

Em 1970, Lucas roteirizou e dirigiu seu primeiro filme que viria a ser lançado nos cinemas, a ficção científica *THX 1138* (1971). Esse filme, que à época foi recebido com reprovação pelos executivos da Warner Bros., pelo público e pela crítica, hoje é tido como um dos principais expoentes da ficção científica da Nova Hollywood. Estrelado por Robert Duvall e produzido por Coppola, o filme é uma incursão de Lucas sobre a fantasia inerente às produções de *sci-fi* que tanto esteve presente em sua infância. Como relata Pollock (2015),

⁶ Responsável pela produção de filmes como *The Conversation* (1974), *Apocalypse Now* (1979) e *Bram Stoker's Dracula* (1992), a Zoetrope também produziu filmes de Akira Kurosawa, como *Kagemusha* (1980), e Jean-Luc Godard, como *Sauve qui peut (la vie)* (1980). A produtora já produziu mais de 60 filmes e ainda está em atividade. Atualmente, a sede está localizada em North Beach, em São Francisco, e pertence aos filhos de Coppola, Roman e Sofia Coppola. (POLLOCK, 2015).

dirigir um filme significa lidar com centenas de questões todos os dias, algo estranho a Lucas. [...] *THX* tinha outros problemas. O equipamento era primário, quase rudimentar. Um integrante da equipe, Ted Moehnke, enrolava seus acessórios e efeitos especiais em duas latas de lixo da Sears. Lucas ficou surpreso ao descobrir que os profissionais não eram melhores que os estudantes de cinema. "Eles ainda rodam o filme no sentido contrário e estragam tudo", diz. [...] O que a equipe não tinha de experiência, tinha de entusiasmo, e Lucas se divertiu muito como diretor de *THX*. "Foi o único filme que eu realmente gostei de fazer", afirma melancolicamente. (POLLOCK, 2015, p. 118 e 119)

Figura 4 - Pôster do filme *THX 1138* (1971).



Fonte: imdb.com, 2019.

Em 1970, Coppola foi convidado pela Paramount Pictures a dirigir a adaptação da obra literária de Mario Puzo, *The Godfather* (1969). Hesitante, Coppola acabou sendo convencido por Lucas de aceitar o projeto, principalmente para poder pagar parte das dívidas que a Zoetrope havia acumulado até aquele ponto. Pouco antes do convite feito pela Paramount, os dois amigos e fundadores da produtora cogitaram o seu fechamento por conta das dívidas feitas com empréstimos em bancos. Lucas, inclusive, viria a ajudar Coppola na montagem de algumas cenas de brigas entre gangues de *The Godfather* (1972).

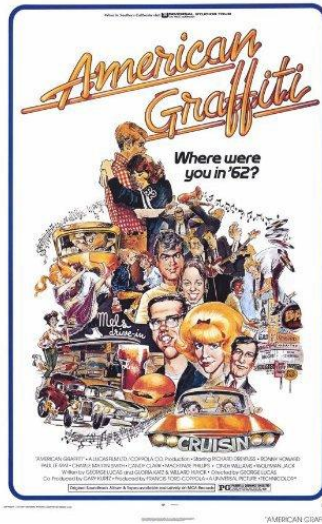
Ainda em 1972, mesmo com o nome limado na Warner pelo fracasso comercial de *THX 1138* (1971), Lucas se propôs a realizar um novo filme, agora mais conectado

ao tempo e às vivências que tivera na adolescência. O projeto porvindouro seria *American Graffiti* (1973) que Lucas não só dirigiu, mas também roteirizou. A história do filme reflete vários aspectos da juventude de Lucas em Modesto; basta ler a sinopse para perceber as conexões pessoais que Lucas imprimiu no roteiro, na ambientação e nas personagens. Estrelado por nomes em ascensão, como Richard Dreyfuss, Ron Howard e Charles Martin Smith, o filme ainda contou com um nome no elenco ainda desconhecido pelo público, mas que cravaria seu talento em Hollywood graças às parcerias porvindouras com Lucas: Harrison Ford. Diferentemente de *THX 1138* (1971), *American Graffiti* (1973) foi um sucesso comercial. Pollock (2015) conta que

Lucas queria fazer um filme que dissipasse sua imagem de maníaco por tecnologia e cineasta frio, mecânico, desprovido de calor e humor. O meio era um filme de rock'n'roll no qual a música seria tão importante quanto a história e os personagens. Lucas achava que não era um bom contador de histórias, mas não tinha que se preocupar com *American Graffiti* - as músicas bastavam, estimulando uma onda de lembranças no público. O que era mais comercial que a trilha sonora com os quarenta maiores sucessos da época? Lucas sabia que uma boa ideia de filme não bastava. Se o estúdio não desse importância para o conceito, era melhor ter um segundo plano engatilhado, a respeito do qual poderia estar igualmente entusiasmado. (POLLOCK, 2015, p. 129 e 130)

Diferentemente de *THX 1138* (1971), *American Graffiti* (1973) foi um sucesso de crítica e público ao estrear nos cinemas dos Estados Unidos. As pessoas haviam, finalmente, conseguido se conectar a algo feito por Lucas e ele, em contrapartida, havia gostado disso. Após colher os frutos financeiros que o sucesso comercial de *American Graffiti* (1973) havia proporcionado, Lucas se colocou a trabalhar sobre aquilo que sentia ser seu chamado na indústria cinematográfica desde quando adentrou os estúdios da Warner pela primeira vez.

Figura 5 - Pôster do filme *American Graffiti* (1973).



Fonte: imdb.com, 2019.

No fim de 1973 e no início de 1974, Lucas passou a se ocupar da concepção e elaboração do primeiro manuscrito de Star Wars (intitulado por ele à época como *The Star Wars*). De 1974 a 1975, Lucas entregou para a 20th Century Fox, ao todo, quatro tratamentos diferentes do roteiro. Isso, é claro, só do primeiro filme que ainda estava em sua fase de pré-produção. Sobre isso, Pollock (2015) comenta,

durante muito tempo, Lucas sonhou em fazer um filme sobre o espaço, que evocaria os seriados de *Flash Gordon* e *Buck Rogers* que assistia na TV durante a infância. Ele tentou adquirir os direitos cinematográficos dos livros sobre Flash Gordon, de Alex Raymond, mas descobriu que o diretor italiano Federico Fellini já os tinha comprado. [...] Obrigado a trabalhar com a sua própria história, Lucas decidiu pesquisar os contos mitológicos e de fadas para eventuais ideias. (POLLOCK, 2015, p. 130)

O longa-metragem, que viria a ser nomeado Star Wars (sendo traduzido literalmente no Brasil como *Guerra nas Estrelas*) e que mais tarde ganharia o subtítulo *A New Hope*, evidencia algumas curiosidades sobre diversos elementos da vida do autor que se confundiram com sua obra ficcional, saltando da vida real diretamente para as telas de cinema de todo o mundo. Inclusive, num exercício de imaginação, é certo afirmar que, caso Star Wars não obtivesse sucesso comercial e fosse jogado no

limbo do esquecimento pelo público e crítica, Lucas, certamente, teria sido responsável pelo primeiro e único *fan labor* de sua *space opera*.

1.2 Star Wars: um conto de fadas intergaláctico

“Há muitos anos numa galáxia muito, muito distante”; assim, num tom de "era uma vez" começam todos os filmes da franquia cinematográfica, com a frase supracitada escrita em azul num fundo escuro, emulando o vácuo ou vazio do espaço sideral. Desde o primeiro *screenshot*, Star Wars apresenta sua identidade visual, seguindo uma concepção artística que embala a odisseia *space opera* criada por Lucas. Nos primeiros 15 minutos do primeiro filme, somos apresentados à premissa da história: "a galáxia vive um período de guerra civil". O Império Galáctico está construindo uma arma que promete aniquilar planetas inteiros com apenas um tiro, tal arma fora batizada como Estrela da Morte; um instrumento que seria utilizado para vencer a guerra contra os Rebeldes, que lutam para derrubar o Império e retomar a República, restabelecendo a democracia na galáxia.

Nesse cenário, conhecemos uma personagem de traje, penteado e personalidade singulares, a princesa Léia Organa, que, numa tentativa de salvar os planos conquistados sobre a construção da nova estação imperial, envia os segredos descobertos para o desértico planeta Tatooine sob os cuidados dos droides C-3PO e R2-D2. Lá, um garoto chamado Luke Skywalker vive com os seus tios cuidando de sua propriedade rural. Não demora muito para descobrirmos que o inóspito planeta que orbita um sistema solar binário abriga em seus desertos mais que fazendeiros e droides astromecânicos. C-3PO e R2-D2 são capturados por criaturas conhecidas como Jawas, que coletam sucata espacial para comercializarem dentro do planeta. Luke e seu tio acabam comprando os dois droides enviados por Léia sem saberem que eles continham uma informação altamente confidencial. A partir daí, desenrola-se toda a história que conhecemos hoje e que permeia a cultura pop mundial.

Figura 6 - Luke Skywalker, Leia Organa e Han Solo, interpretados por Mark Hamill, Carrie Fisher e Harrison Ford, respectivamente.



Fonte: imdb.com, 2019.

Luke ingressa em sua própria jornada do herói⁷, abarcando os 12 estágios do monomito de Campbell (2004) ao longo dos três filmes. De maneira didática, é possível conferir cada um dos seguintes estágios muito bem delineados na narrativa: o mundo comum, o chamado para a aventura, a recusa do chamado, o encontro com o mentor, o cruzamento do primeiro portal, as provações, a aproximação, a provação traumática, a recompensa, o retorno, a ressurreição do herói e o regresso com o elixir (CAMPBELL, 2004). Ao que parece, a proximidade de Lucas com a obra de Campbell, durante a roteirização e produção da trilogia original, rendeu frutos.

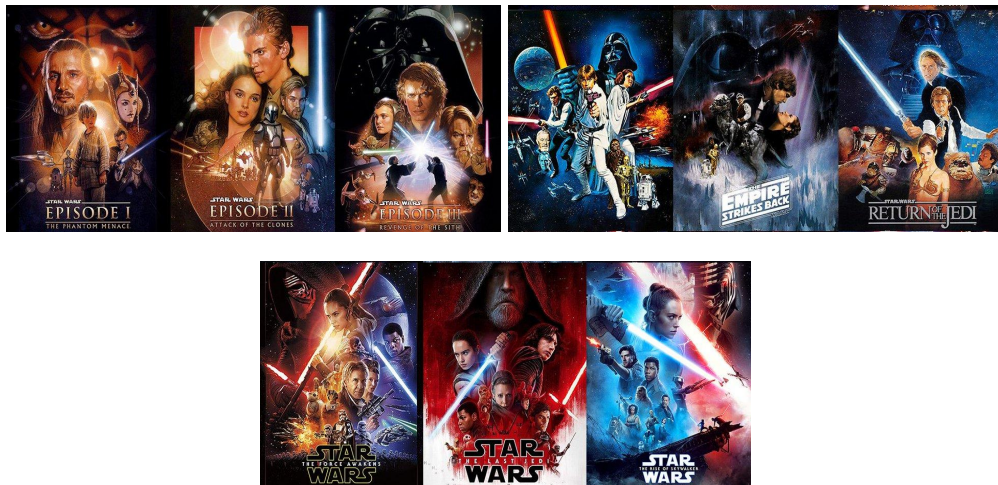
De *A New Hope* (1977) até *Return of the Jedi* (1983) e, posteriormente, com a trilogia *prequel* e a fase pós-Disney, a saga cinematográfica estabeleceu o cânone de sua história. Tudo o que foi produzido, lançado e comercializado por editoras de revistas em quadrinhos, livros, *graphic novels* ou, até mesmo, emissoras de televisão, era categorizado como pertencente ao universo expandido da franquia. Porém, depois que a Walt Disney Company concretizou a compra da Lucasfilm, grande parte do universo expandido de Star Wars, desenvolvido até então, foi ignorada ou alterada pela multinacional. Assim, faz-se necessário explicar ao leitor o que hoje é considerado parte do cânone e o que é classificado como material do universo expandido pela atual detentora dos direitos autorais, a Walt Disney Company.

⁷ Termo cunhado por Campbell em seu livro "O Herói de Mil Faces", em que o mitólogo discorre a respeito da estrutura cíclica percorrida pelos heróis ao longo das narrativas míticas. (POLLOCK, 2015)

1.3 Lucasfilm vs. Walt Disney: A guerra dos cânones

Star Wars, como narrativa cinematográfica, é dividido em três trilologias. A primeira delas é conhecida como original ou clássica e abarca os três longas-metragens lançados entre 1977 e 1983, sendo eles os filmes *Episode IV – A New Hope* (1977), *Episode V – The Empire Strikes Back* (1980) e *Episode VI – Return of the Jedi* (1983). A segunda trilogia é conhecida como *prequel*⁸ e compreende os três filmes lançados entre 1999 e 2005, sendo eles *Episode I – The Phantom Menace* (1999), *Episode II – Attack of the Clones* (2002) e *Episode III – Revenge of the Sith* (2005). A terceira e última trilogia é conhecida como a fase pós-Disney da franquia, pois os filmes lançados foram produzidos após a compra dos direitos de Star Wars pela Walt Disney Company, em 2012, sendo eles *Episode VII - The Force Awakens* (2015), *Episode VIII - The Last Jedi* (2017) e *Episode IX - The Rise of Skywalker* (2019), sendo esses três últimos uma continuação cronológica da trilogia original.

Figura 7 - Pôsteres dos 9 filmes lançados que compreendem as 3 trilologias (1977 - 2019).



Fonte: imdb.com, 2019.

⁸ *Prequel* é um termo em inglês, utilizado normalmente pela indústria cinematográfica, que não possui um vocábulo equivalente em português e que significa uma pré-sequência de um filme ou de uma saga de filmes; em outras palavras, uma sequência de longas-metragens que é lançada depois da obra original ou das obras originais e que serve para explicar eventos ocorridos antes delas. (TAYLOR, 2015).

Além disso, atualmente, a franquia conta ainda com dois *spin-offs*⁹ lançados na saga cinematográfica. O primeiro deles foi *Rogue One - A Star Wars Story* (2016) e o segundo foi *Solo - A Star Wars Story* (2018). Em 2012, após a compra da Lucasfilm e dos direitos autorais da franquia pela Walt Disney Company, o vice-presidente da empresa, Jay Rasulo, anunciou que ela iria lançar um novo filme para Star Wars a cada 2 anos até 2023. Todas essas produções se conectam e compõem o universo canônico cinematográfico da franquia e, em diferentes níveis, nutrem a fascinação dos fãs por ela.

Até 2012, todo o material publicado ou veiculado sobre *Star Wars*, independentemente da mídia utilizada, era incluído no cânone do universo expandido da saga, ou seja, era considerado como parte integrante de todo o contexto das histórias e, conseqüentemente, da narrativa transmídia que do material original se produziu. Porém, depois que a Walt Disney Company adquiriu a Lucasfilm e os direitos de produção e distribuição da franquia, quase todo o universo expandido conhecido de Star Wars foi descartado pela companhia, recebendo o selo *Legends* (“lendas”, na tradução para o português).

Essa tomada de decisão foi justificada pelo, então, presidente da Walt Disney, Robert Iger, como uma tentativa de trazer algo novo e oficial para a franquia, sem desconsiderar, propriamente, as histórias já conhecidas e amadas pelos fãs. Essa ruptura gerou certo incômodo entre os fãs no início, mas não demorou muito tempo para que a ideia fosse não só comprada pelo *fandom*, mas também elogiada por boa parte dele.

Com tal desmembramento, o que permaneceu canônico na franquia antes da compra da Lucasfilm, em 2012, foram os 6 filmes lançados entre 1977 e 2005, uma série de desenho animado para a TV intitulada *The Clone Wars* (2008), entre outros materiais transmidiáticos. Abaixo, é possível conferir todos os itens que compõem o cânone oficial da narrativa cinematográfica e transmidiática de Star Wars em ordem

⁹ *Spin-off*, no cinema, é um termo utilizado para filmes derivados de outros filmes ou franquias. (TAYLOR, 2015).

cronológica, segundo a atual proprietária dos direitos autorais da franquia, a Walt Disney Company:

- *Star Wars: Darth Maul*, HQ publicada em 2017;
- *Star Wars: Episódio I – A Ameaça Fantasma*, filme lançado em 1999;
- *Star Wars: Obi-Wan e Anakin*, HQ publicada em 2016;
- *Star Wars: Episódio II – Ataque dos Clones*, filme lançado em 2002;
- *Star Wars: The Clone Wars*, série de TV lançada em 2008;
- *Star Wars: Filho de Dathomir*, HQ publicada em 2014;
- *Star Wars: The Dark Disciple*, livro publicado em 2015;
- *Star Wars: Episódio III – A Vingança dos Sith*, filme lançado em 2005;
- *Star Wars: Kanan – O Último Padawan*, HQ publicada em 2015;
- *Star Wars: Lorde dos Sith*, livro publicado em 2015;
- *Star Wars: Tarkin*, livro publicado em 2015;
- *Star Wars: Um Novo Amanhecer*, livro publicado em 2014;
- *Star Wars: Ahsoka*, livro publicado em 2016;
- *Star Wars: Thrawn*, livro publicado em 2017;
- *Star Wars: Rebels*, série de TV lançada em 2014;
- *Catalyst – Uma História Rogue One*, livro publicado em 2016;
- *Han Solo - Uma História Star Wars*, filme lançado em 2018;
- *Rogue One – Uma História Star Wars*, filme lançado em 2016;
- *Star Wars: Episódio IV – Uma Nova Esperança*, filme lançado em 1977;
- *Star Wars: Princesa Leia*, HQ publicada em 2015;

- *Star Wars: A Missão do Contrabandista*, livro publicado em 2015;
- *Star Wars: Battlefront – Twilight Company*, livro publicado em 2015;
- *Star Wars: Chewbacca*, HQ publicada em 2015;
- *Star Wars: O Herdeiro do Jedi*, livro publicado em 2016;
- *Star Wars: A Arma de um Jedi*, livro publicado em 2015;
- *Star Wars: Lando*, HQ publicada em 2015;
- *Star Wars: Skywalker Ataca*, HQ publicada em 2017;
- *Star Wars: Darth Vader*, HQ publicada em 2016;
- *Star Wars: Doutora Aphra*, HQ publicada em 2017;
- *Star Wars: Han Solo*, HQ publicada em 2017;
- *Star Wars: Episódio V – O Império Contra-Ataca*, filme lançado em 1980;
- *Star Wars: Alvo em Movimento*, livro publicado em 2015;
- *Star Wars: Episódio VI – O Retorno de Jedi*, filme lançado em 1983;
- *Star Wars: Marcas da Guerra*, livro publicado em 2015;
- *The Mandalorian*, série de TV lançada em 2019;
- *Star Wars: Uprising*, jogo para mobile lançado em 2015;
- *Star Wars: Império Despedaçado*, HQ publicada em 2016;
- *Star Wars: C-3PO*, HQ publicada em 2015;
- *Star Wars: Estrelas Perdidas*, livro publicado em 2015;
- *Star Wars: Dívida de Honra*, livro publicado em 2017;
- *Star Wars: Bloodline*, livro publicado em 2016;
- *Star Wars: Antes do Despertar*, livro publicado em 2015;

- *Star Wars: Poe Dameron*, HQ publicada em 2017;
- *Star Wars: Episódio VII – O Despertar da Força*, filme lançado em 2015;
- *Star Wars: Episódio VIII – Os Últimos Jedi*, filme lançado em 2017;
- *Star Wars: Episódio IX – A Ascensão Skywalker*, filme lançado em 2019.

Sendo assim, todo o material publicado ou veiculado em diferentes mídias, que compreendem livros, HQs, televisão e *videogames*, e que não entraram para o novo cânone, a partir de 2012, receberam o selo oficial *Legends*, que distingue as obras como pertencentes às lendas não confirmadas dentro do universo expandido. Já o material publicado e veiculado pela Walt Disney Company, depois de 2012, ficou conhecido como novo cânone e novo universo expandido da saga. Esse material inclui dezenas de HQs, mais de 15 livros, duas séries animadas para TV, dezenas de mídias e curtas-metragens produzidos para plataformas de *streaming* ou mídias digitais e um jogo para *mobile*.

Este posicionamento da Walt Disney em não simplesmente descartar todo o universo expandido, mas absorvê-lo como sendo uma lenda da história original, mostrou-se, a médio prazo, como uma escolha acertada para não dividir os fãs, mas torná-los cativos e adeptos de um novo direcionamento para a franquia.

1.4 Narrativa transmídia: a isca que o fã morde

Desde que o público passou a ser agenciado e atravessado pela Indústria Cultural¹⁰, sobretudo, a indústria cinematográfica, houve um esforço por parte dela em alimentar o fetiche dos entusiastas de determinados nichos culturais com mais produtos

¹⁰ Toma-se, neste trabalho, como referência, o conceito de Indústria Cultural desenvolvido por Adorno e Horkheimer (1985) que diz que “o entretenimento e os elementos da indústria cultural já existiam muito tempo antes dela. Agora, são tirados do alto e nivelados à altura dos tempos atuais. A indústria cultural pode se ufanar de ter levado a cabo com energia e de ter erigido em princípio a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo, de ter despedido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias”. (1985, p. 63).

sobre os seus objetos de consumo. Assim, seguindo essa lógica, um livro de Sherlock Holmes poderia virar um jogo de tabuleiro. Um xadrez poderia ter suas peças personalizadas com personagens de *The Lord of the Rings* (1954). Ou, ainda, um desenho animado para a TV poderia expandir o cânone do universo cinematográfico de *Star Wars* (1977 - 2019). Todos esses exemplos se encaixam no que Jenkins (2009) chama de transmídia.

Entender como funciona os mecanismos da narrativa transmídia, como o *storytelling*, por exemplo, cria possibilidades de experiência, envolvimento e engajamento com os mais variados públicos e fãs. Isso se deve ao fato de que esse tipo de recurso narrativo baseia-se num maior engajamento do público-alvo. Como explicam Palacios e Terenzzo (2016), “essa evolução do tema dentro das organizações auxilia executivos a otimizarem seus principais atributos: liderança, engajamento e disseminação de cultura e valores” (PALACIOS; TEREZZO, 2016, p. 18).

Atualmente, o entretenimento é considerado o principal agente mobilizador da economia mundial, movimentando cerca de 480 bilhões de dólares só nos Estados Unidos, apenas em 2015 (PALACIOS; TEREZZO, 2016). Tal façanha é perceptível, principalmente, na crescente busca dos indivíduos por atividades que agreguem não só materialidades, mas também experiências. A construção de uma narrativa que utiliza artifícios transmidiáticos atinge, além do envolvimento do espectador, uma transformação de comportamento, visando também o seu engajamento com o universo expandido daquela narrativa.

Na última década, muito se tem falado acerca da transmídia e sua importância no processo da construção narrativa em diversos produtos midiáticos, como cinema, televisão e mídias digitais, estabelecendo uma conexão entre diversas plataformas tecnológicas. A elaboração desse conceito, no entanto, é recente, tendo sido desenvolvida entre as décadas de 1990 e 2000, quando Jenkins cunhou o termo para designar tudo o que pode ser criado, ou, melhor dizendo, transformado, a partir de uma mídia.

A narrativa transmídia ou, simplesmente, transmídia é definida por Gosciola como uma

estratégia de comunicação que organiza uma história, dividindo-a em partes, ou até expandindo-a, e a oferece ao público por meio das plataformas que melhor possam expressá-la, ainda que de modo independente, mas garantindo o máximo de coerência entre elas. (GOSCIOLA *apud* MITTERMAYER, 2014)¹¹.

Ainda segundo Gosciola (2014), é necessário também otimizá-las “sempre que possível, fazendo o melhor uso da cultura colaborativa e participação dos fãs” nos processos transmidiáticos. Quando se trata de narrativa transmídia, a redundância pode ser nociva à relação que se pretende desenvolver com os fãs. Ou seja, eles não querem encontrar os mesmos resultados ou vivenciar as mesmas experiências em plataformas distintas, mas, sim, obter novas informações que ajudam a montar um mosaico maior e mais surpreendente sobre a compreensão da narrativa como um todo; coletando pequenos fragmentos em plataformas diferentes que compõem o cenário em sua completude.

Para entender melhor o conceito de narrativa transmídia, conforme aponta Jenkins (2009),

uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. (JENKINS, 2009, p. 138).

¹¹ Entrevista concedida pelo prof. Dr. Vicente Gosciola e contida no trabalho “Narrativa transmídia e as redes sociais digitais”, desenvolvido por Thiago Mittermayer. Disponível em: <<https://sociotramas.wordpress.com/2014/04/22/narrativa-transmidia-entrevistas-vicente-gosciola-e-mauricio-mota/>>. Acessado em 22 out. 2019.

Assim, pode-se dizer que os produtos derivados dos processos transmidiáticos têm por objetivo aprofundar a relação dos fãs com seus objetos de desejo (neste caso, a franquia de filmes *Star Wars*), tornando não só expansível seu universo, mas também trazendo novas informações sobre a história. Esses detalhes jogados de maneira autônoma em produtos interdependentes fazem com que os fãs obtenham uma compreensão específica e pessoal sobre determinados aspectos da narrativa, além de sentirem-se estimulados a interagirem com ela por meio de suas experiências individuais com cada plataforma ou mídia.

Até aqui, sabe-se que a narrativa transmídia é uma ferramenta ou uma estratégia de comunicação que consegue conectar o produto midiático ao seu público, preenchendo diferentes campos de contato; pretendendo, com isso, que haja uma devolutiva positiva por parte dos fãs, seja por meio da interação que o produto transmidiático promoverá ou, até mesmo, pela relação afetiva que decorrerá a partir do aprofundamento com a obra.

Porém, para entender melhor quem é o público que gosta de consumir esse tipo de material e devolver para a franquia produção de conteúdo, deve-se visitar a definição de CASTRO (2010; p. 96 e 97) sobre a geração chamada por ele de “jovem-adulto”, em que, segundo o autor, “tem em si um misto de consumidor e produtor, que participa e contribui para a customização que marca a produção contemporânea de bens e serviços”. Entender o comportamento do público é fundamental e imprescindível para a compreensão de sua postura diante dos produtos midiáticos e transmidiáticos, e aprofundamento na relação que se desenvolve com eles. Ainda segundo Jenkins (2009),

uma boa franquia transmídia trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas – e se cada obra oferecer experiências novas –, é possível contar com um mercado de intersecção que irá expandir o potencial de toda a franquia. (JENKINS, 2009, p. 139)

Logo, possivelmente, o público que consome o conteúdo cinematográfico poderá ser diferente daquele que consome o conteúdo televisivo, que também pode ser diferente daquele que consome o conteúdo literário e assim por diante. Todavia, um único fã pode consumir todos os conteúdos das diferentes plataformas sem que, para isso, dependa de uma para compreender a outra. O segredo para que ocorra o sucesso de uma franquia ou marca que propõe ao seu produto midiático uma narrativa transmídia, pode estar, então, como explica Jenkins (2009) nas interconexões entre os diversos textos.

Os textos a que Jenkins (2009) se refere são justamente os produtos criados para as diferentes mídias. Um *game* para console pode e deve possuir uma abordagem na história distinta daquela que é vista nos filmes, mas, sobretudo, também deverá trazer alguma novidade para a abordagem de outros *games* produzidos para computadores, jogos on-line ou, até mesmo, de tabuleiro. O sucesso ou fracasso dessas interconexões se dão, justamente, na forma como serão criadas e administradas cada abordagem em suas respectivas mídias, respeitando as particularidades e especificidades delas, como também cada ponto de acesso à franquia.

O ponto de contato de cada fã com o produto transmidiático será decisivo para o sucesso da expansão da história. Se essa interconexão dos textos ficar tão clara quanto sutil, permitindo ao fã que ele se sinta autônomo para deduzir e interpretar a narrativa à sua maneira, sem que para isso a identidade da obra se perca, poderá se tornar o que é conhecido como *fan labor*¹².

¹² Nota do autor: O termo será trabalhado com maior profundidade no capítulo 3.

2 FANDOM: A FORÇA NÃO SE MEDE EM MIDI-CHLORIANS

Da mesma forma que uma obra pode gerar e construir grupos de fãs em torno dela, em contrapartida, ela também pode ruir essas organizações sociais que orbitam os seus produtos midiáticos. Quando Lucas criou e lançou o primeiro filme de Star Wars, ele acabou construindo um dos maiores *fandoms* já vistos na indústria cultural. E os motivos pelos quais fizeram as pessoas se associarem à franquia (que à época não era uma franquia, e sim apenas um filme) foram diversos, indo desde o penteado da princesa Leia até as frases embaralhadas ditas pelo Mestre Yoda.

No mesmo sentido, o que pode unir um grupo de fãs, também pode desunir. Eles, os fãs, percebem as falhas cometidas pelo autor antes de qualquer um, até mesmo do próprio autor, como, por exemplo, quando Lucas resolveu explicar a Força (concebida numa natureza mitológica e abstrata na trilogia clássica) de uma forma científica (na trilogia *prequel*) ao introduzir o conceito de *midi-chlorians*¹³. O *fandom*, ao que parece, não é tão simples de ser entendido. Porém, essa vontade inerente de fazer parte de um grupo, contudo, precisa de uma breve contextualização histórica.

O desejo do ser humano de pertencimento, de se agrupar a algo ou, ainda, fazer parte de um grupo é uma máxima abordada por teóricos, filósofos, sociólogos e cientistas sociais de vários lugares e épocas. Assim como explicado por Fraade-Blanar e Glazer (2018),

humanos sempre experimentaram a urgência em se conectarem, uns com os outros e consigo mesmo. É um instinto enterrado tão profundamente em nossos cérebros que fazemos isso de forma natural, esquadrinhando nosso ambiente, sempre alertas para fragmentos de cultura que podem nos ajudar a nos tornarmos uma versão "melhor" de nós mesmos. Do ponto de vista evolutivo, um grupo de caçadores proto-humanos, que poderia encontrar algo externo para se unir, tinha

¹³ Em *The Phantom Menace* (1999), Lucas introduziu o conceito de *midi-chlorians* que não agradou (e não agrada) à maioria dos fãs pelo caráter científico proposto pelo filme. Na história, os *midi-chlorians* eram formas de vida inteligentes e microscópicas que se manifestavam nas células de alguns seres vivos. Assim, os *midi-chlorians* indicavam, então, o nível de probabilidade que um ser vivo tinha de manifestar a Força em si e, conseqüentemente, de se tornar um Jedi. O principal motivo pelo qual o conceito desagradou o *fandom* na época (e ainda hoje) é que, dessa maneira, a Força passaria a ser explicada "cientificamente" pela obra e não mais interpretada. (TAYLOR, 2015)

mais chance de comer à noite, fosse um amor compartilhado pela deusa da lua ou um desdém compartilhado desses adoradores estranhos da deusa do sol no outro lado da colina. (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 23)

Desse modo, percebe-se a necessidade do homem em viver em grupo desde os primórdios dos tempos. Mais que isso: a vontade de filiar-se a algo por um elo cultural que justifica essa união. Para o presente trabalho, no entanto, resolveu-se investigar um segmento específico desse aspecto inerente ao homem. Tal fenômeno é nomeado por teóricos e conhecido popularmente como *fandom*; termo de origem inglesa, mas não muito bem definida, que explica um tipo de comportamento visto, principalmente, a partir do século XIX, com o surgimento de obras de ficção científica, de fantasia, horror e aventura que se popularizaram na Europa e, posteriormente, no resto do mundo.

Alguns pesquisadores tentam explicar o fenômeno conhecido como *fandom* na sociedade contemporânea, investigando as suas características e relações com marcas e objetos de desejo. Ainda que a ideia do *fandom* seja tão antiga quanto a própria ideia de cultura, somente a partir do século XIX, os primeiros grupos organizados de fãs começam a surgir na Europa, depois de publicações de autores como H. G. Wells (1866 - 1946) e Jules Verne (1828 - 1905). Assim, os primeiros grupos de fãs foram desenvolvidos e, aos poucos, notados pela sociedade, que passou a vê-los como indivíduos apreciadores de uma cultura menor. Grupos de leitura de obras de ficção e romances foram uma das primeiras formatações desses fã-clubes.

O termo *fandom* refere-se à junção dos vocábulos *fan* (fã em inglês) e *dom* (o sufixo de *kingdom*, que significa reino ou reinado em inglês); ou seja, significa dizer "reinado de fãs" ou "reino de fãs". Assim, quando se diz sobre o *fandom* de *The Lord of the Rings* (1954), refere-se ao reino de fãs daquela obra. Ou quando fala-se sobre o *fandom* de *Star Trek* (1966 - atual), refere-se sobre o reino de fãs da série de televisão e saga cinematográfica de ficção científica, que ainda se autodenomina como *trekker*.

O *fandom* refere-se "às estruturas e práticas que se formam em torno de peças de cultura popular; é um fenômeno muito antigo e muito humano" (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 23). Os autores ainda defendem que

é fácil atribuir a explosão moderna do *fandom* ao aumento da conectividade de uma audiência esclarecida da tecnologia. Em termos de escala, isso é certamente verdade. Mas o *fandom* é pré-digital. É também pré-fonográfico. É até pré-alfabetização. [...] Cada sucessivo ganho tecnológico tornou o *fandom* um tanto mais acessível quanto social, mas fez parte da atividade cultural humana ao longo da história. (FRAADE-BLANAR;GLAZER, 2018, p. 25 e 26)

Shirky (2011) entende esse fenômeno como "cultura da participação", ao defender que existem novos métodos de compartilhamento de conteúdo que se valem do tempo livre como um recurso global. Para Shirky,

nosso excedente cognitivo é apenas potencial; ele nada significa ou faz coisa alguma sozinho. Para compreender o que podemos fazer com esse novo recurso, precisamos entender não apenas que tipos de ação ele viabiliza, mas também os *comos* e *ondes* dessas ações. (SHIRKY, 2011, p. 30)

Ou seja, muitos fatores confluíram para a formação do que hoje entendemos como *fandom*. Seja a época, o tempo de contato com a obra, a acessibilidade que foi dada a ela ou o nível de aprofundamento e relação que se estabelece com o objeto de fã e com o fazer do fã. Assim, é correto dizer que o "*fandom* não descreve o que alguém é – é algo que as pessoas fazem. É um conjunto de empreendimentos não comerciais em que os entusiastas participam" (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 49). Seja para uma roda de leitura de poesias, seja para apreciar a filmografia de um determinado cineasta ou para se reunir a fim de homenagear um músico falecido. O *fandom* possui motivações próprias, individuais ou coletivas, que se conectam ao fazer do fã e, ao mesmo tempo, aos pontos de interesse do seu objeto de desejo.

Destacar o caráter não lucrativo dessas organizações, ainda que precisem, eventualmente, arcar com despesas variáveis, faz-se necessário. Um *fandom*, em via

de regra, nunca terá uma pretensão de ganhos financeiros. É uma organização que se estabelece organicamente, no seio de seu objeto de fã, de modo voluntário por parte de seus integrantes. O que os unirá será a devoção pela marca, produto ou narrativa que os envolve, vincula e engaja. Com ou sem registros oficiais, pode ocorrer de haver uma segmentação dentro de um *fandom* geral, como é o caso do *fandom* de Star Wars e a Legião 501, e como se verificará nos capítulos seguintes.

2.1 Warsie: uma galáxia não tão distante assim

Nova York, Washington Square, 9 de agosto de 2014. Centenas de pessoas se reuniram numa das principais praças nova-iorquinas no fim da tarde de verão daquele sábado por uma causa, no mínimo, singular. A aglomeração, em seu início, poderia ser facilmente confundida com uma manifestação política ou algum tipo de protesto pacífico não fosse o expressivo número de espadas sabres de luz erguidas para cima que iluminavam o local. O evento¹⁴, amplamente divulgado nas redes sociais, contou com cerca de mil pessoas; aproximadamente a metade do número total de presenças confirmadas na página oficial do encontro hospedada no Facebook, que registrou mais de 2 mil participantes à época de sua realização.

Além daqueles que empunhavam seus sabres de luz caseiros feitos com *glow-sticks* e papel alumínio, outras centenas de civis, entre transeuntes e curiosos, recheavam o espaço público da metrópole destinado a uma batalha entre grupos de Jedi e grupos de lordes Sith, a maioria deles devidamente caracterizada. A finalidade da reunião seria tão somente essa: a partir do sinal verde apitado por alguém que se incumbira da função de juiz, os duelos ocorriam de maneira similar - ou não - ao que foi e pode ser visto no cânone cinematográfico de Star Wars. O objetivo das batalhas é derrotar seu oponente encostando o sabre de luz em pontos-chave, como cabeça, pescoço ou peitoral. Quem mais vitórias acumular até o fim das competições, ganha o título honorário de Jedi ou lorde Sith daquele ano.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0UCM6FcOU78>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

O NYC Lightsaber Battle in Washington Square acontece há, pelo menos, 10 anos, tendo seu primeiro registro filmado datado de abril de 2009¹⁵, e já se tornou tradição anual entre o *fandom* nova-iorquino. Essa manifestação cultural, apesar de grande em número de pessoas, no entanto, abarca apenas uma fração reduzida do *fandom* mundial de Star Wars, ou, como se autodenominam, *warsies*¹⁶ (em homenagem ao título da franquia).

A história do *fandom* de Star Wars compartilha alguns capítulos da própria história da franquia e tem seu início antes mesmo da estreia do primeiro filme. Os encontros iniciais de fãs da franquia ocorreram ainda na fase da campanha de divulgação do primeiro longa-metragem, *Star Wars*¹⁷ (1977), em 1976, quando o ainda desconhecido Lucas pensou em publicizar seu filme em feiras temáticas de *sci-fi* que ocorriam pelos Estados Unidos, distribuindo objetos cênicos e fantasias dos personagens dos filmes gratuitamente para os presentes naquelas ocasiões.

Não demorou muito para que a, até então, incógnita *space opera* de Lucas começasse a ganhar corpo em meio aos entusiastas de todos os tipos de mídia e aficionados pela cultura *pop*¹⁸. A título de contextualização, na década de 1970, a indústria cultural era alimentada, majoritariamente, por histórias em quadrinhos de super-heróis (como *Superman*, de 1938, *Batman*, de 1940, e *Uncanny X-Men*, de 1963) e obras literárias (como *The Lord of the Rings*, de 1954) ou filmes seriados (como os de *Buck Rogers*, de 1939).

Além dos itens supracitados, havia ainda séries televisuais (como *Flash Gordon*, de 1954, e *Star Trek*, de 1966), fantasias espaciais cinematográficas (como *Robinson*

¹⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Otgqglb4FGo>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

¹⁶ Adjunção do vocábulo *war* (guerra) e do sufixo do vocábulo *groupie* (tiete, fã), *warsie* é o apelido criado pelo próprio *fandom* para se referir aos próprios fãs da franquia. (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2019). Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/groupie>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

¹⁷ Quando lançado em 1977, o título original do filme não registrava o subtítulo *Episode IV - A New Hope*, que só foi inserido no relançamento da trilogia original a partir de 1997. No Brasil, à época do lançamento, o título do longa-metragem foi traduzido ao pé da letra para *Guerra nas Estrelas*. (TAYLOR, 2015)

¹⁸ Segundo Giddens (*apud* POLITO, SILVA, PIMENTEL, 2017, p. 176), a cultura *pop* mundial é um “entretenimento criado para grandes audiências, como os filmes populares, os shows, as músicas, os vídeos e os programas de TV”.

Crusoe on Mars, de 1964 *Barbarella* e *Planet of the Apes*, ambos de 1968), filmes de ficção científica (como *2001: A Space Odyssey*, de 1968, e *Voyage to the Bottom of the Sea*, de 1961) e adaptações cinematográficas (como os filmes da franquia *007*, *Goldfinger*, de 1964, *Diamonds Are Forever*, de 1971, e *The Man with the Golden Gun*, de 1974).

A verdade é que a história vislumbrada por Lucas em 1971¹⁹, apesar de não ter recebido crédito das grandes produtoras quando foi idealizada, principalmente, porque era mais uma *space opera* que despenderia um custo financeiro elevado, possuía um terreno fértil em feiras de *sci-fi* e convenções de porte maior, como a *San Diego Comic Con*, que teve seu início em março de 1970.

Curiosamente, Lucas, num lampejo de *marketing*, deu início aos produtos derivados do cânone cinematográfico antes mesmo da estreia do primeiro filme, conforme relatado acima, uma iniciativa que lhe renderia lucros diversos e o título de primeiro cineasta bilionário²⁰ da história do Cinema - posição ocupada, inclusive, com larga vantagem em relação ao segundo colocado da lista e amigo de longa data, Spielberg.

Seguindo a lógica inversa, ele e o diretor de *marketing* da franquia, Charles Lippincott, levaram a ideia de publicação da história em sua versão impressa para a editora-chefe da Ballantine Books, Judy-Lynn Del Rey, que não só concordou em financiar e produzir os primeiros artigos licenciados de *Star Wars*, mas também lançou as primeiras adaptações romaneadas do longa-metragem, no formato *graphic novel*, além de dois livros com fotos dos bastidores do filme, ainda em 1977.

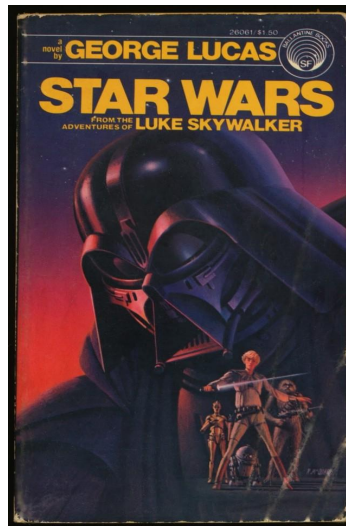
¹⁹ “Em 3 de agosto de 1971, a United Artists registrou oficialmente o nome *The Star Wars* como marca comercial junto à Motion Picture Association of America.” (TAYLOR, 2015, p. 131).

²⁰ Lucas negociou contratualmente com a 20th Century Fox e abriu mão de seu salário e de cerca de 80% da arrecadação da bilheteria em troca dos lucros obtidos em cima do *merchandising* e produtos derivados da marca *Star Wars*, como brinquedos, jogos, livros, roupas e acessórios. Como esse tipo de lucro nunca esteve sob a margem de ganhos das produtoras até então, a Fox não se opôs ou fez alguma objeção ao pedido de Lucas. Até 2010, o valor gerado somente com essa receita ultrapassou em mais de 3 vezes o valor arrecadado em bilheteria. De acordo com a lista divulgada em 2018 pela Forbes, George Lucas se mantém em 1º lugar como a personalidade mais rica da indústria do entretenimento norte-americano. (TAYLOR, 2015)

Lippincott também foi o responsável, ao lado de Tom Pollock, advogado de Lucas na época, por conduzir a aprovação do orçamento do primeiro filme com a direção executiva da Fox, em dezembro de 1975, mas, sobretudo, em firmar a parceria entre a Lucasfilm e a Marvel Comics, uma associação fundamental para que a empreitada de Lucas não fosse natimorta. Segundo Taylor (2015),

outra maneira de conquistar a garotada antes do lançamento do filme era pelas revistas em quadrinhos. Novamente, Lippincott fez acontecer. Ele se esforçou ao máximo para conseguir uma reunião na Marvel Comics. O editor, Stan Lee, não atendia às suas ligações, mas Edward Summer conseguiu fazer o barco andar e marcou uma reunião para Lippincott com o editor-chefe, Roy Thomas, que havia acabado de escrever a adaptação em quadrinhos da fantasia espacial *Lieutenant Gullivar Jones: His Vacation* (1905), de Edwin Arnold. Thomas insistiu que também escreveria a adaptação de *Star Wars* e convocou uma reunião com Stan. O acordo que Lippincott firmou com a Marvel foi extremamente fora do comum para a época. Normalmente, um filme seria adaptado para um ou dois números de uma revista em quadrinhos. Lippincott insistiu em um mínimo de cinco números, com dois a serem lançados antes do filme. E conseguiu. (TAYLOR, 2015, p. 219).

Figura 8 - capa da *graphic novel* publicada pela Ballantine Books, em dezembro de 1976.



Fonte: JAY, 2013.

A insistência de Lippincott e sua visão se mostrariam úteis e, claro, como a história não nega, lucrativas. A primeira HQ lançada pela Marvel Comics pouco mais de

um mês antes da estreia do filme, no dia 12 de abril de 1977, adaptando o roteiro do longa-metragem, foi um sucesso de vendas e colocou Star Wars no mapa e, mais importante, em contato direto com milhares de jovens que se interessavam não só pela temática fantasiosa inerente à saga, mas também por consumir aquele tipo de mídia.

Figura 9 - capa da primeira HQ de Star Wars lançada pela Marvel Comics.



Fonte: Wookieepedia, 2019.

O corpo de fãs estava sendo criado e, a partir desse momento, era um processo sem volta. Antes mesmo de estrear nos cinemas estadunidenses, Star Wars já se estabelecera no seio familiar da cultura *geek*²¹ setentista e angariara fãs que seriam capazes de ficar horas na fila do cinema para assistir a estreia de seu primeiro longa-metragem, no dia 25 de maio de 1977. A partir daí, todo o frenesi em torno da estreia do filme e o alvoroço que ele causou não só no público, mas também no mercado cinematográfico da época serviram para a ebulição de algo disruptivo que

²¹ Para Tocci (2009), os termos *geek* e *nerd*, conceitualmente, podem conter similaridades, porém, possuem definições diferentes. Enquanto o termo *nerd* esteja relacionado a uma pessoa estudiosa, academicamente falando, o *geek* é visto como fã de cultura pop (em diferentes mídias, como TV, Cinema, Games, etc); Apesar disso, o autor conclui que, contemporaneamente, a cultura *geek* e a cultura *nerd* podem ser vistas como a mesma coisa.

estava surgindo na indústria do entretenimento, tornando o longa-metragem um dos primeiros *blockbusters*²² da história do Cinema. Sobre isso, Young (2016) comenta que

até o seu fim de semana de estreia, em 25 de maio de 1977, ninguém esperava algo como *Guerra nas Estrelas*. O estúdio que o produziu, a 20th Century Fox, estava convencido de que o filme ia morrer na praia, e até George Lucas preferiu não encarar, escolhendo ir para o Havaí, onde passou seus dias na praia construindo castelos de areia com Steven Spielberg. O próprio Lucas estava tão desalentado com o futuro do filme que os dois diretores fizeram uma aposta fatalista: o filme que fosse melhor, *Guerra nas Estrelas* ou o vindouro *Contatos Imediatos de Terceiro Grau*, obrigaria seu diretor a dar ao outro uma porcentagem do lucro. É claro que um satisfeito Spielberg ganhou a aposta, já que aquele fim de semana marcou a detonação de uma explosão cultural. (YOUNG, 2016, p. 75)

Desde então, a franquia não parou de colecionar fãs por todo o mundo. E, num processo de retroalimentação, os grupos de fãs que se estabeleceram em milhares de cidades distribuídas pelo globo também não pararam de colecionar experiências proporcionadas por *Star Wars*. A variedade de estímulos para os fãs da franquia talvez não possa ser calculada. Além das centenas de pontos de contato que o *fandom* pode estabelecer com os produtos transmidiáticos, existem ainda os eventos e convenções oficiais de cultura *geek* que garantem uma aproximação ainda maior entre a marca e os *warsies*. São os casos da supracitada San Diego Comic Con, que ocorre anualmente na Califórnia desde 1970, a *Star Wars Celebration*, que ocorre em diferentes cidades dos Estados Unidos e do mundo desde 1999, a *South by Southwest (SXSW)*, em Austin desde 2016, a *Comic Con Experience*, realizada nas cidades de São Paulo e Recife desde 2014, e o *Jedicon*, maior evento focado em *Star Wars* no Brasil realizado nos

²² O título de primeiro *blockbuster* é atribuído ao filme *Jaws* (1975), dirigido por Steven Spielberg, que à época arrecadou em bilheteria cerca de 470 milhões de dólares. Porém, 2 anos antes, em 1973, o filme *The Exorcist*, dirigido por William Friedkin, arrecadou mais de 440 milhões em bilheteria. O recorde de *Jaws* seria quebrado apenas por *Star Wars*, em 1977, quando a bilheteria da *space opera* ultrapassou os 770 milhões de dólares. Atualmente, no ranking geral das 100 maiores bilheterias da história do Cinema, *Star Wars* (1977) ocupa a 93ª posição. Os valores apresentados nesta nota e utilizados para a elaboração da lista das 100 maiores bilheterias não estão corrigidos de acordo com a inflação, caso contrário, *Star Wars* (1977) ocuparia a terceira posição do *ranking* elaborado pelo site especializado Box Office Mojo. Disponível em: <<https://www.boxofficemojo.com/movies/?id=starwars4.htm>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

estados do Rio de Janeiro, Tocantins, Minas Gerais e São Paulo desde 1999. Sobre esse fenômeno, Fraade-Blanar e Glazer (2018) explicam que

quando os fãs terminam de ver tudo, eles têm dúzias de outros pontos de acesso: livros, brinquedos, histórias em quadrinhos, convenções, desenhos, parques de diversões, videogames e concursos de fantasia. Não é apenas um conjunto de filmes feito para ser visto e talvez revisto mais tarde. É um mundo no qual os membros da audiência podem se tornar totalmente imersos e que eles podem fazer por eles mesmos. (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 27).

Esse fenômeno foi anteriormente explicado por Jenkins (2009), que fundamentou seu entendimento a respeito das “interconexões entre os diversos textos” demonstrando que uma boa franquia transmídia consegue aproximar-se de diferentes tipos de público adequando-se às diferentes especificidades das mídias e plataformas digitais nas quais ela pretende se inserir. Nesse sentido, a marca Star Wars foi bem-sucedida ao ter em seu gerenciamento pessoas como Charles Lippincott, Tom Pollock, Judy-Lynn Del Rey e o próprio Lucas, que controlavam de perto (ou pelo menos tentavam) tudo aquilo que seria adaptado e traduzido para outras mídias e linguagens a fim de se ter, obviamente, uma maior margem nos lucros, mas, sobretudo, uma intensa geração de engajamento entre os fãs. Boa parte de todo esse estímulo acertou o alvo e, hoje, reverbera o fenômeno Star Wars sobre o qual o *fandom* se alimenta para produzir conteúdo e mídia espontaneamente para a marca.

Mesmo que a franquia se conecte de tantas maneiras aos seus fãs, o *fandom* encontra diferentes formas de aprofundar seu relacionamento com o respectivo objeto de desejo. Jenkins (2009) compreende que o fã gera a chamada cultura popular por meio da cultura de massa e isso produz nele uma necessidade de integração maior com o seu objeto de fã. Para tal, o *fandom* acaba criando manifestações culturais, tais como o NYC Lightsaber Battle in Washington Square, apresentado no início deste capítulo, e datas comemorativas, como o Star Wars Day²³, celebrado pelos fãs no dia 4

²³ Desde 2013, o *fandom* de Star Wars comemora oficialmente o Star Wars Day no dia 4 de maio. A brincadeira com ‘May the Force’ (Que a Força) e ‘May the Fourth’ (4 de maio) começou quando, no dia 4 de maio de 1979, um parlamentar inglês fez uso da expressão no Parlamento Britânico, fazendo com que, a partir daí, ela fosse adotada pelos fãs do mundo todo. (TAYLOR, 2015).

de maio em todo o mundo. Tudo isso para que seu nível de relacionamento com a obra possa atingir camadas mais profundas e enraizadas naquilo em que reside seu fascínio, pois “socialização é uma das mais básicas atividades de fã” (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 147).

Assim como o próprio Lucas reconheceu algumas vezes em entrevistas concedidas à imprensa, apesar de o universo mitológico de Star Wars ser amplo, a maior parte de sua extensão se deve aos próprios fãs. Taylor (2015) expõe que

até o próprio Lucas, no auge do messianismo, reconheceu que foi responsável por, no máximo, um terço daquilo que conversamos quando conversamos sobre Star Wars. “Eu sou o pai do nosso mundo cinematográfico de Star Wars - o entretenimento filmado, os longas-metragens e as séries de TV”, disse ele em 2008. “Eu defino como serão as coisas, treino as pessoas e supervisiono todos eles. Eu sou o pai; esse é meu trabalho. Aí temos o grupo de licenciamento que faz os games, brinquedos e todas as outras coisas. Eu chamo isso de ‘o filho’ - e o filho faz basicamente o que bem quiser. Então temos o terceiro grupo, o espírito santo, que são os blogueiros e fãs. Eles criaram o próprio mundo. Eu me preocupo com o mundo do pai. O filho e o espírito santo podem seguir o próprio caminho.” (TAYLOR, 2015, p. 22).

Mesmo que tal permissividade do "pai" para com o "filho" e o "espírito santo" não esteja exatamente próxima da realidade, o fato é que Star Wars alcançou uma extensão que poucos produtos midiáticos já alcançaram. O que se iniciou como uma demonstração de Lucas sobre sua habilidade como roteirista no início da década de 1970, quando começou a escrever o primeiro tratamento do roteiro de Star Wars, até 1979, já tinha se tornado um dos principais produtos da cultura *pop* mundial.

Da eclosão do fenômeno, em 1977, até o segundo capítulo da saga, que viria somente 3 anos depois, em 1980, a franquia já contava com uma legião de fãs estabelecida em todos os continentes, com fã-clubes recheados de pessoas que não só consumiam tudo o que a franquia podia oferecer, mas também produziam conteúdo numa era totalmente analógica, o que será tema para um outro capítulo.

Nada como Star Wars, em termos de produto cinematográfico, havia sido experimentado antes, tanto pela indústria quanto pelo público. Nem mesmo *The*

Godfather (1972), principal expoente da Nova Hollywood, de Francis Ford Coppola²⁴, que ganhou uma continuação, em 1974, tão aclamada quanto seu antecessor - ou mais - não abalou tanto as estruturas do mercado como a fantasia espacial de Lucas. A sequência de *Star Wars* era certa e esperada.

2.2 Os fãs e os brinquedos contra-atacam

As primeiras ideias para a continuação de *Star Wars* se iniciaram ainda no final 1977, quando Lucas começou a fazer uma relação de nomes de planetas e descrever uma série de imagens desconexas que vinham à sua mente, com os personagens principais em situações ainda não vivenciadas no primeiro longa-metragem. E, apesar de querer um filme mais focado no trio principal (Luke Skywalker, Leia Organa e Han Solo, vividos por Mark Hamill, Carrie Fisher e Harrison Ford, respectivamente) e mais maduro em termos narrativos, Lucas tinha apenas uma certeza: não iria se envolver tanto com a escrita do roteiro como na primeira vez.

Agora, ele queria se concentrar na gestão de sua empresa, a Lucasfilm, assim teria tempo para lidar com as questões burocráticas e legais dos produtos licenciados, do *merchandising* e de outros *products placements*. Diferentemente do que imaginava a indústria hollywoodiana àquela altura, em que filmes significavam apenas fontes de lucro momentâneas nas bilheterias enquanto estivessem em exibição nos cinemas, *Star Wars* já havia virado um negócio lucrativo para Lucas em variadas frentes meses depois de ter saído de cartaz.

Pressionado pela mídia, pelos executivos da 20th Century Fox, pelos licenciadores de produtos - sobretudo, de obras literárias, como a Ballantine Books e a Marvel Comics - e, principalmente, pelos fãs de todo o mundo, que clamavam por uma continuação, o processo de contratação da equipe foi menos complexo do que na

²⁴ Apresentados por um amigo em comum, Howard Kazanjian, durante uma gravação de um musical nos estúdios da *Warner Bros.*, o veterano Francis Ford Coppola, que era notado pelos acadêmicos da *University of California Los Angeles (UCLA)* como um cineasta promissor, apadrinhou o novato estudante de fotografia George Lucas, aluno da *University of Southern California (USC)*, como seu jovem aprendiz. Depois de algumas parcerias bem-sucedidas e desavenças artísticas, Coppola e Lucas são amigos desde então. (POLLOCK, 2015)

primeira vez. Entretanto, diferentemente do que ocorreu com *A New Hope*, em que Lucas roteirizou, dirigiu e produziu o filme, agora ele iria terceirizar as funções.

Ao ser colocado em contato com Leigh Brackett²⁵, em dezembro de 1977, Lucas concordou que ela escrevesse o primeiro tratamento do roteiro que lhe foi entregue em meados de fevereiro de 1978. Antes disso, em janeiro daquele ano, Lucas também já tinha um nome para a direção do projeto: Irvin Kershner²⁶. Em dois meses, a nova produção já contava com dois nomes de prestígio que assinariam a sequência, que seria mais ambiciosa em termos cinematográficos do que o filme anterior.

Contudo, menos de um mês depois da entrega do manuscrito, Brackett faleceu, vítima de um câncer terminal que ocultou da família e amigos, incluindo Lucas e a equipe do novo filme, pegando a todos de sobressalto; inclusive porque o primeiro manuscrito de Brackett se afastava daquilo que vinha sendo idealizado por Lucas desde o princípio.

Após alguns ajustes feitos por ele, o roteiro foi entregue aos encargos de Lawrence Kasdan²⁷ que se incumbiu da tarefa de terminar a história iniciada por Brackett e ajustá-la aos moldes do ‘criador’, além, é claro, de guardar o maior segredo a respeito de um certo parentesco contido na história do já intitulado *The Empire Strikes Back*²⁸ (1980).

O que foge do conhecimento da maior parte do público a respeito da elaboração do roteiro de *The Empire Strikes Back* (1980) é o fato de Kasdan ter se atentado a um detalhe importante: a opinião dos fãs. Em 1978, Kasdan ainda podia gozar do seu anonimato em lugares públicos. Era um rosto completamente desconhecido, tanto pela mídia quanto pelos próprios fãs da saga. O roteiro de *The Empire Strikes Back* (1980) foi seu primeiro trabalho na indústria cinematográfica, o que lhe abriria muitas portas no

²⁵ Escritora profissional de romances de ficção-científica e roteirista de filmes, como *The Big Sleep* (1946), *Rio Bravo* (1959), ambos dirigidos por Howard Hawks, e *The Long Goodbye* (1973), de Robert Altman. (IMDB, 2019)

²⁶ Diretor, produtor e editor de filmes, como *The Luck of Ginger Coffey* (1964), *Up the Sandbox* (1972) e *Never Say Never Again* (1983). (IMDB, 2019)

²⁷ Roteirista e produtor de filmes, como *Raiders of the Lost Ark* (1981), *The Bodyguard* (1992) e *Dreamcatcher* (1999). Esteve envolvido na roteirização de 3 filmes da saga Star Wars. (IMDB, 2019)

²⁸ O subtítulo *Episode V* só foi adicionado no relançamento da trilogia original a partir de 1997. (TAYLOR, 2015)

futuro, como já reconheceu repetidas vezes em entrevistas. Esse fator lhe permitiu frequentar encontros de fãs de Star Wars sem ser notado.

Entre 1978 e 1979, Kasdan, com 29 anos de idade, participou de algumas dezenas desses eventos criados por fãs que tinham por objetivo discutir os filmes, os materiais licenciados, como HQ's e *graphic novels*, e, principalmente, o futuro dos heróis e vilões da narrativa. A intenção por trás dessas incursões ao núcleo dos fãs-clubes de Star Wars era participar da vivência dos fãs para explorar não só as teorias formuladas por eles a respeito dos rumos da narrativa, mas, sobretudo, compreender como funcionava a cabeça de um fã de Star Wars e, a partir daí, traçar o que era plausível ou não de acontecer na história (TAYLOR, 2015).

Kasdan nunca confirmou ou desmentiu a possibilidade de o maior *plot-twist*²⁹ de Star Wars ter sido uma criação de fã, realizada durante suas pesquisas de campo etnográficas ou numa conversa despreziosa dentro de um galpão cheio de *nerds* querendo contribuir de alguma maneira àquela *space opera* intergaláctica, porém, não é uma hipótese que pode ser descartada tão facilmente. *Warsies* podem ter determinado o futuro do cânone de Star Wars sem terem se dado conta.

Tudo parecia, enfim, ter voltado aos eixos na produção. Porém, apesar do sucesso do primeiro filme, o orçamento do segundo capítulo da *space opera* de Lucas havia extrapolado o previsto. Devido a atrasos por conta de alguns percalços³⁰ durante as gravações, o orçamento saltou dos 18 milhões de dólares inicialmente provisionados para 22 milhões de dólares em pouco mais de um mês após as gravações terem começado.

Todos, incluindo Lucas, tinham certeza de que a produção não vingaria. A imprensa tratou de divulgar as tragédias enfrentadas pela equipe na Noruega e não demorou para que o mundo se voltasse sobre a possibilidade de não haver uma

²⁹ Recurso narrativo normalmente utilizado no terceiro ato para causar uma virada na história e engajar a audiência. A revelação de Darth Vader para Luke Skywalker de que ele era seu verdadeiro pai é tida como o principal segredo da história de *The Empire Strikes Back*. (TAYLOR, 2015)

³⁰ A produção do segundo filme, mais ousada do que o primeiro, contava com muitas sequências externas em lugares remotos, como as regiões ao norte de Finse, na Noruega. Em meio às gravações, uma avalanche ocorreu atrasando as filmagens e, assim, toda a cadeia de produção; fazendo com que a folha de pagamento da equipe consumisse o orçamento em questão de semanas. (TAYLOR, 2015)

continuação de Star Wars (o que era praticamente inconcebível para milhares de fãs). E é aqui, pela primeira vez, que a força dos fãs foi testada, ainda que de modo não intencional. Algumas centenas de fã-clubes saíram à procura de produtos licenciados pela marca, como roupas, bonés, livros, mas, principalmente, brinquedos.

É importante ressaltar que, a essa altura, o primeiro filme já havia saído dos cinemas há quase um ano. Em 1977, quando um filme saía de cartaz significava dizer que quem não assistiu a película, provavelmente, levaria um bom tempo para ter a chance de assisti-la, até que os filmes fossem lançados em Video Home System (VHS) - o que era mais provável, apesar do prazo requerido pela indústria - ou exibidos na televisão (o que era mais raro de acontecer por questões logísticas, mercadológicas e contratuais).

O fato é que já havia um certo tempo que Star Wars tinha saído dos cinemas e, mesmo com todo o alvoroço que ele causou, como é de praxe, estava se esvaindo da memória do público. Contudo, os fãs, como é sabido, nunca fizeram parte desse aglomerado de pessoas conhecido como público. Os fãs, como assinala Jenkins (2015, p. 34), “são atraídos por um reino vasto e opulento de fantasias pessoais que faz as vezes da atitude decidida que eles não conseguem demonstrar no seu cotidiano”. O autor explica ainda que

muitos estereótipos parecem estar acoplados ao termo fã desde sua concepção. *Fan*, no inglês, é uma abreviação da palavra *fanatic* [fanático], cuja raiz está na palavra latina *fanaticus*. No sentido mais literal, *fanaticus* significava apenas “proveniente de ou pertencente a um templo, servo do templo, devoto”, mas logo ganhou conotações negativas: “de pessoas inspiradas por ritos orgiásticos e frenesi passional” (Oxford Latin Dictionary) [...] Robert Jewett e John Shelton Lawrence (1977), por exemplo, aproximam-se do significado original da palavra *fanaticus* no relato absurdamente literal dos aspectos míticos de *Jornada nas Estrelas* e da “religião trekkie”. Com base na obra de Joseph Campbell, Jewett e Lawrence afirmam que os programas de TV de ficção científica e seus fãs constituem uma espécie de fé secular, “uma religião estranha e eletrônica... ainda em processo”. (JENKINS, 2015, p. 32).

Essa necessidade de pertencimento como postula Jenkins (2015) e de estar em constante contato com seu "templo" e "religião" levou, espontaneamente, milhões de fãs no mundo inteiro a comprarem outros milhões de produtos licenciados, sobretudo, como dito anteriormente, brinquedos. Ainda sobre esse aspecto, Jenkins (2009) pontua que

apesar da lacuna prolongada entre as datas de lançamento de *Retorno de Jedi* (1983) e *A Ameaça Fantasma* (1999), a Lucasfilm continuou a gerar lucros com a franquia *Guerra nas Estrelas*, por meio da produção de romances originais e revistas em quadrinhos, da distribuição de fitas de vídeo e de áudio, da comercialização ininterrupta de brinquedos e outros produtos de *Guerra nas Estrelas* [...] muitos desses brinquedos e bugigangas eram banais, se comparados aos tipos de narrativa transmídia: quase não acrescentavam informações novas à franquia em expansão. Contudo, assumiram significados mais profundos à medida que se tornaram recursos para a brincadeira de crianças. (JENKINS, 2009, p. 204).

A *Kenner*, principal licenciadora da franquia na época, noticiou que obtivera um recorde de vendas nas festas de fim de ano, contabilizando a saída de 42 milhões de itens relacionados à marca *Star Wars* de seus estoques, entre os anos de 1977 e 1978, sendo a maioria deles, cerca de 26 milhões, apenas de brinquedos. Assim como pontua Taylor,

a venda de brinquedos veio ao resgate [...] bonequinhos, espaçonaves e cenários de brinquedo de *Star Wars* passaram dos 200 milhões de dólares, o que canalizou mais de 20 milhões de dólares para a *Black Falcon*, a subsidiária da Lucasfilm. (TAYLOR, 2015, p. 325)

Assim, é possível dizer que *warsies* de todas as partes do mundo contribuíram de maneira espontânea e involuntária para o financiamento coletivo do filme que tanto almejavam. Jenkins (2009, p. 187) reflete sobre o fazer desses fãs, explicando que eles "cresceram se fantasiando de Darth Vader no *Halloween*, dormindo nos lençóis da Princesa Leia, lutando com sabres de luz feitos de plástico e brincando com bonequinhos de Boba Fett". Assim como Jenkins, Sunstein (2016) argumenta que

em um mundo fragmentado, [...] Star Wars proporciona um muito necessário tecido de conexão [...] por toda a sua conversa sobre destino, insiste na liberdade de escolha. A partir de atos do próprio arbítrio, as pessoas podem alterar os lances aparentemente inevitáveis da história (SUNSTEIN, 2016, p. 204).

Esse aspecto tão particular à teoria do Monomito de Joseph Campbell³¹, principal guia filosófico para o desenvolvimento da obra de Lucas, foi decisivo para a arregimentação de fãs de todas as partes do mundo; fãs esses que, além de se sentirem responsáveis pelo objeto que cultuavam, teceram um vínculo com a obra cuja sustentação se dá de forma livre e espontânea.

Star Wars - Episode V: The Empire Strikes Back (1980) conseguiu fundos para se bancar e ir um pouco mais além. Algumas cenas que não integravam o tratamento final do roteiro foram concebidas e realizadas durante as filmagens devido ao aporte financeiro obtido pela campanha espontânea de financiamento dos fãs por meio das compras de produtos licenciados mundo afora. E, mesmo que a bilheteria mundial³² não tenha superado a de *A New Hope*, a crítica especializada, diferentemente do que aconteceu com o filme anterior, compartilhou com o público em geral o mesmo sentimento de entusiasmo em relação à obra.

Lucas, que dizia não se importar tanto com a quantidade da recepção e sim com a qualidade dela, concedeu algumas entrevistas na época do fechamento da bilheteria doméstica em que rebateu os questionamentos da imprensa a respeito do menor sucesso comercial de seu segundo filme, ainda que tenha feito números consideráveis para a época. Para Kerry O'Quinn, fundador da *Starlog*³³, Lucas afirmou que "Star Wars é apenas um filme [...] não é preciso se preocupar com o significado" (LUCAS *apud* TAYLOR, 2015, p. 337-338).

³¹ Teórico, mitologista, escritor e principal influência de George Lucas para a criação do roteiro dos 3 primeiros filmes da saga, sobretudo o segundo, *Star Wars - Episode V: The Empire Strikes Back* (1980), e o terceiro, *Star Wars - Episode VI: Return of the Jedi* (1983). Taylor (2015) menciona Campbell como o principal mentor de Lucas e aquele que foi a sua "representação mais próxima de Yoda na Terra".

³² *The Empire Strikes Back* (1980) faturou cerca de 538 milhões de dólares nas bilheterias de todo o mundo. (MOJO, 2019)

³³ Revista especializada em ficção científica e narrativas fantásticas, fundada em 1977. Obteve notoriedade na cultura *geek*, sobretudo nos anos 1970 e 1980. Depois de 32 anos de funcionamento, a revista chegou ao fim em 2009. (TAYLOR, 2015).

Ainda que Lucas desdenhasse do significado de sua própria obra, foi o significado dela que unificou tantos fãs na órbita de Star Wars, tornando o principal produto cinematográfico da Lucasfilm numa longeva e frutífera franquia, que sobreviveria por mais de 40 anos e seria lembrada pelas gerações seguintes como o filme que mudou o jogo da indústria do cinema.

2.3 O retorno do *fandom*

Assim como aconteceu com o segundo filme da franquia, que foi concebido logo após o lançamento do primeiro, o terceiro longa-metragem começou a ser gestado por Lucas ainda nos primeiros meses de 1981. Em meio à efervescência do sucesso de *The Empire Strikes Back*, que superou seu antecessor tanto pela aceitação popular quanto pela crítica especializada, Lucas iniciou sua jornada para o encerramento da sua história, que desde o início, em 1971, havia sido pensada para três filmes.

A receita gerada por *The Empire Strikes Back* aos cofres da Lucasfilm, cerca de 92 milhões de dólares, seria mais do que o necessário para a produção de *Return of the Jedi* (1983), o último filme da trilogia. Contudo, a Fox não estava tão certa a respeito do investimento que seria feito por ela para que isso fosse viável; afinal, o segundo longa-metragem, contrariando previsões, rendeu cerca de 200 milhões de dólares a menos que o primeiro.

A insistência de Lucas para que a 20th Century Fox liberasse 25 milhões para o orçamento da terceira produção se arrastou por dois anos, até que, finalmente, ambos entrassem em acordo sobre o valor: 10 milhões de dólares, inferior em 15 milhões ao que foi pretendido pelo diretor. Lucas teria que recorrer aos empréstimos dos bancos para que seu empreendimento cinematográfico se completasse a seu modo. E, mais uma vez, o *fandom* da franquia daria uma resposta providencial ao problema financeiro que estava em sua mão.

Os lucros dos produtos licenciados viabilizaram o investimento inicial do orçamento do filme. De novo, a venda de canecas, jogos e brinquedos de Star Wars

fizeram as vezes dos bancos e reavivaram a possibilidade de existência da produção. Lucas recolheu a porcentagem dos lucros que lhe cabia e pôs em execução o terceiro longa-metragem de sua *space opera*. E, diferentemente do que ocorreu em *The Empire Strikes Back* (1980), em que Lucas terceirizara a função de roteirista, agora ele mesmo se encarregara de escrever o desfecho da história que criou, tendo a seu lado Lawrence Kasdan como principal apoio para isso; afinal, Kasdan continha um capital importante para Lucas naquele momento: ele sabia como os fãs pensavam.

Outra curiosidade a respeito da produção de *Return of the Jedi* e a relação de sua produção com os fãs, foi o fato de Harrison Ford (intérprete de Han Solo, um dos principais personagens da franquia) ter sido convencido por Howard Kazanjian - aquele amigo de Lucas que o apresentou a Coppola, em 1967, durante as filmagens de *Finian's Rainbow* - a continuar em seu papel.

Ford, que naquela altura já não era mais um rosto desconhecido como em 1977, gozava de uma fama astronômica por também ter protagonizado outro *blockbuster* de sucesso, *Raiders of the Lost Ark*³⁴ (1981), comandado por Spielberg. Era natural que Ford quisesse focar sua carreira em outros projetos e papéis. Tanto estava disposto a não participar de um provável terceiro filme de Star Wars que Lucas se encarregara de dar um "fim" a seu Han Solo em *The Empire Strikes Back* (1980), ao congelá-lo na *carbonita*.

O fato é que Kazanjian, que era amigo pessoal de Lucas dos tempos da faculdade, produtor do novo filme e, a esse ponto, fã de Star Wars, não conseguia vislumbrar o desfecho da saga sem o pirata intergalático e se ocupou de negociar com Ford sua volta para a franquia, por meio de conversas informais e reuniões com o ator e seu agente. Sem o trabalho de negociação de Kazanjian, um *warsie* assumido, provavelmente, Star Wars teria dado um fim a Han Solo em *The Empire Strikes Back* (1980), mantendo-o petrificado na *carbonita* para sempre.

Revelações como essa sobre os bastidores da franquia ou o relato de como o financiamento coletivo contribuiu para sua realização, que trazem à luz acontecimentos

³⁴ Filme que contou com a roteirização, produção e edição de Lucas. (IMDB, 2019)

em que fãs protagonizaram e desempenharam papéis decisivos sobre os rumos de sua história, são importantes para se entender a dimensão da relevância do *fandom* para a obra.

A relação entre o terceiro filme e os fãs, entretanto, não terminaria aí. Após o lançamento de *Return of the Jedi*³⁵, no dia 25 de maio de 1983, os fãs seriam pegos de surpresa, novamente, por conta de outra revelação parental presente na história. Porém, dessa vez, diferentemente do que ocorreu sobre a paternidade de Luke que causou um *frisson* positivo, a escolha de tornar Leia e Luke irmãos foi mal recebida por grande parte dos fãs na época. Assim como conta Taylor (2015),

na história de Star Wars, poucas decisões - incluindo a de tornar Jar Jar Binks um personagem nos prólogos - têm sido tão consistentemente polêmicas quanto a decisão de tornar Leia irmã de Luke. Aquilo foi, afinal de contas, um triângulo amoroso que viveu na memória da cultura popular por seis anos. Fãs riram do beijo de Leia em Luke "para dar sorte" antes de balançarem na corda em Star Wars e vibraram quando Leia deu um beijo mais demorado e sensual em Luke na enfermaria, em *O Império Contra-Ataca*. Agora, revelou-se que qualquer fã que torceu para que Luke e Leia ficassem juntos na verdade torceu por um incesto. A decisão podia até ter resolvido definitivamente a questão sobre quem ficaria com Leia ao final, Luke ou Han, mas deixou um gosto ruim na boca. (TAYLOR, 2015, p. 342).

Desse modo, o autor explica que, fazendo isso, Lucas deu aos fãs algo que era esperado por eles, mesmo que a receptividade deles sobre isso não tenha sido positiva, ao passo que a resolução de problemas da narrativa (como a mencionada irmã de Luke em *A New Hope* e *The Empire Strikes Back*, além da explicação sobre a origem de Leia) pudesse ser realizada sem muitos transtornos.

Ainda para a entrevista concedida a O'Quinn, Lucas justificou-se sobre esse episódio em específico dizendo que os fãs "percebem [Star Wars] de uma maneira

³⁵ Inicialmente, o título dado ao filme nos tratamentos do roteiro foi *Revenge of the Jedi* (*A Vingança do Jedi*, em tradução livre), mas Lucas optou por suavizar o nome de seu, até então, último filme da saga, atribuindo-lhe uma conotação mais leve. A decisão, segundo Lucas, deveu-se ao fato de o diretor querer que o filme fosse mais atrativo para o público infantil. A primeira remessa de fãs de Star Wars, gerada em 1977, já estava terminando a adolescência ou já se encontrava na fase adulta e era necessário renovar o público por conta dos infundáveis contratos de licenciamento de produtos, entre eles os de brinquedos. (TAYLOR, 2015)

diferente daquilo que a saga é [...] e, neste filme [*Return of the Jedi*], fica óbvio o que ela era desde o início - essencialmente, um conto de fadas." (LUCAS *apud* TAYLOR, 2015, p. 343).

Outra particularidade sobre o desenvolvimento de Leia em *Return of the Jedi* foi colocada à prova dos fãs. Enquanto Luke tivera seu arco melhor elaborado pelas mãos de Lucas e Kasdan, Leia sofrera o que Carrie Fisher, sua intérprete, chamou, mais tarde, de "boicote machista". Fisher pedira reiteradas vezes a Lucas que sua personagem vivesse algum tipo de conflito pessoal na trama, podendo desenvolvê-la melhor na história e para o público. A princípio, o pedido foi atendido e Leia receberia um papel determinante no *plot* principal da narrativa, sendo a comandante da missão à Lua Florestal de Endor.

No entanto, quando Kasdan tratou o primeiro manuscrito do roteiro a fim de revisá-lo, sob influência do que julgava importante de acordo com que os fãs (majoritariamente, homens) da saga achavam, impôs algumas alterações ao desenvolvimento do arco de Leia, relegando-a à cenas hipersexualizadas, como a sequência em que está trajando o antológico biquíni de escrava de Jabba, (figurino, inclusive, que disputaria posteriormente com o seu traje original de 1977 o título de "mais memorável" entre o *fandom*).

Apesar da crítica especializada ter gostado menos de *Return of the Jedi* (1983) em relação aos dois títulos antecessores e do filme ter registrado a menor³⁶ bilheteria mundial da franquia até então, em 1983 o fã-clubes oficial de Star Wars nos Estados Unidos atingiu seu maior registro de adeptos, até aquele momento, contando com mais de 180 mil integrantes inscritos, em sua maioria estadunidenses.

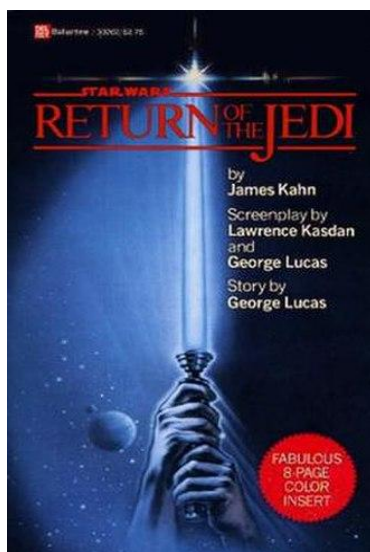
Naquele mesmo ano, o livro mais vendido nos Estados Unidos foi a romantização de 192 páginas do filme escrita por James Kahn e lançada pela Del Rey Books³⁷, no dia 12 de maio (o filme só seria lançado nos cinemas 12 dias depois, no dia 25 daquele

³⁶ O filme rendera 475 milhões de dólares na bilheteria mundial. (MOJO, 2019)

³⁷ Divisão da Ballantine Books dedicada às publicações de ficção-científica, fantasia e terror. (TAYLOR, 2015)

mês). O sucesso do terceiro³⁸ filme de Star Wars, apesar de inferior comercialmente, tanto para a Lucasfilm quanto para a Fox, foi instantâneo e imediato. Lucas, que atravessava naquele período alguns problemas pessoais, como o divórcio de Marcia Lou Griffin, estava vivendo o auge de sua carreira artística. Lou Griffin foi uma perda inesperada para Lucas. Ela, além de esposa, era acionista majoritária da Lucasfilm e parceira profissional, tendo trabalhado na montagem de todos os filmes até então lançados. Alguns fatos fogem do conhecimento do grande público sobre o que se seguiu a partir daí, mas algo já estava bem claro para Lucas naquela altura: Star Wars tinha chegado ao fim.

Figura 10 - Capa da romantização de *Return of the Jedi*, lançada pela Del Rey Books



Fonte: Wookieepedia, 2019.

2.4 Um *fandom* acostumado com as guerras

Apesar de todas as histórias de colaboração direta e indireta entre o *fandom* e a marca, nem todos os caminhos mencionados por Lucas convergiram em algo necessariamente positivo, tanto para o *filho* quanto para o *espírito santo*, e nem tudo

³⁸ Nota do autor: na realidade, na ordem cronológica da narrativa, o terceiro filme é a sexta produção cinematográfica da saga, *Star Wars - Episode III: Revenge of the Sith* (2005).

entre os próprios fãs sempre correu bem. Pelo contrário. Existem tantas rixas, brigas e conflitos dentro do *fandom* quanto podem haver. E todos eles se originam de diversas maneiras e por diferentes razões, desde a não concordância sobre aspectos técnicos ou escolhas artísticas dos filmes até uma fantasia artesanal usada numa feira de *sci-fi*.

A verdade sobre os *warsies* é que eles fazem jus ao nome sobre o qual se autointitularam. Andrey Summers, um fã de Vancouver, ganhou notoriedade entre o *fandom* em 2005, após a estreia de *Star Wars - Episode III: Revenge of the Sith* (2005), lançado naquele mesmo ano, quando escreveu um artigo para a revista *on-line* Jive intitulado *The complex and terrifying reality of Star Wars fandom* (“A realidade complexa e assustadora sobre a comunidade de fãs de Star Wars”, em tradução livre).

A motivação para escrever tal artigo se deu quando o jovem Summers, com 20 anos de idade, deparou-se com a seguinte situação: durante uma sessão do filme supracitado, fãs *cosplayers* estavam a criticar de modo agressivo outros fãs que vestiam fantasias mais modestas (ou menos elaboradas) dentro da sala de cinema, pouco antes do filme começar a ser exibido. Seu texto ganhou notoriedade na internet pela forma afiada com que o autor expôs sua opinião acerca das relações tumultuadas entre os fãs - para dizer o mínimo - e acabou recebendo mais atenção do que o próprio Summers havia vislumbrado, viralizando na rede.

Um dos pontos destacados por ele em seu texto é o fato de os fãs supervalorizarem o que ele chamou de “fidelidade canônica” em detrimento da diversão. Segundo Summers,

para ser fã de Star Wars é preciso possuir a habilidade de enxergar um milhão de fracassos diferentes e, depois, de alguma forma montá-los em uma imagem maior de perfeição [...] Nós odiamos tudo a respeito de Star Wars, mas a ideia de Star Wars... a ideia, nós amamos (SUMMERS *apud* TAYLOR, 2015, p. 25).

Na concepção de Summers (2005), “não há nada tão bom em Star Wars que não possa ser criticado”, principalmente quando se trata de seu *fandom*. Essa observação, no entanto, parte de um fã que constatou *in loco* a desproporcional força utilizada por parte do *fandom* quando a intenção é criticar, seja o corte de cabelo de Anakin

Skywalker (Hayden Christensen) ou a estrutura cronológica da trama espacial ou, até mesmo, a fantasia utilizada por um adolescente numa sessão de cinema.

Fraade-Blanar e Glazer (2018) explicam que

é difícil não detectar o elitismo na tendência em rotular quais fãs são mais expressivos, mais reais, mais autênticos ou 'melhores' do que os outros. Para cada fã que se une a um movimento por motivos utópicos, há outros com motivações mais baixas. (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 117)

É evidente que, se tratando de *Star Wars*, mesmo sendo um universo fantástico absolutamente distópico, artifícios como a utopia e o maniqueísmo são uma constante na narrativa. Esses elementos tão presentes e emblemáticos da obra original de Lucas se refletem no comportamento dos fãs, independentemente com qual lado da Força eles se identifiquem.

Nesse universo de conflitos preponderantes, em que o *fandom* se ramifica por conta de fissuras originadas pelos desentendimentos provenientes acerca do objeto de fã, uma pesquisa elaborada pelo cientista social Mark H. White³⁹, e publicada em maio de 2019 em seu próprio site, revelou a existência de três tipos de fãs de *Star Wars*. O objetivo do estudo foi determinar quais são os grupos majoritários advindos dessas rupturas e quantos são ao todo.

A descoberta de White revelou que existem três tipos fundamentais de fãs no universo geral do *fandom*: 1) *Saga Lovers*, aqueles que amam a saga cinematográfica inteira (1977-2019); 2) *Prequel Skeptics*, aqueles que amam a trilogia clássica (1977-1983) e a nova (2015-2019), mas não sentem o mesmo pela *prequel* (1999-2005); e 3) *TLJ Disowners*, aqueles que amam toda a saga cinematográfica, porém, reprovam absolutamente o segundo filme da trilogia nova, *Star Wars - Episode VIII: The Last Jedi* (2017).

³⁹ Autodenominado "ponte" entre o mundo técnico-acadêmico e o universo de pessoas comuns que podem se beneficiar dele, White desenvolve pesquisas por meio de abordagens de aprendizado, cruzamento de dados e estatísticas para resolver problemas e responder perguntas sobre atitudes, opiniões e comportamentos socioculturais. A pesquisa completa pode ser conferida em seu site oficial. Disponível em: <https://www.markhw.com/blog/sw-survey-pt2>, Acesso em: 20 jun. 2019.

Esses *clusters*, como White chama cada um desses grupos de fãs, foram avaliados de acordo com os seus respectivos graus de identificação e aderência em relação ao cânone cinematográfico. A pesquisa realizada por White levou em consideração variáveis como aspectos de gênero, idade e raça e fez cruzamento de dados com os mais de 5 mil *warsies* que participaram do estudo. Uma das perguntas feitas aos participantes foi o quanto eles se importavam com a opinião emitida pelos críticos de cinema sobre os filmes da saga.

Dentre as quatro respostas possíveis ("nem um pouco", "pouco", "ponderadamente" e "muito"), cerca de 40% dos *Prequel Skeptics* e *Saga Lovers* disseram "nem um pouco" ou "pouco", enquanto 60% dos TLJ Disowners disseram "nem um pouco". Já quando perguntados sobre o quanto se importavam com a opinião de outros fãs da saga acerca dos filmes, o gráfico mudou. Ao passo que mais de 30% dos *Prequel Skeptics* e *Saga Lovers* disseram se importar "ponderadamente", cerca de 20% dos TLJ Disowners disseram se importar "muito".

O *fandom* de *Star Wars*, apesar de ser especialista em reivindicar para si a razão de ser do seu objeto de fã, por outro lado, aprendeu a conviver com a marca de uma maneira saudável e benéfica, para ambas as partes. As atividades de fã dos *warsies*, hoje em dia, é tida como salutar e proveitosa pela atual detentora dos direitos autorais da obra, a Walt Disney Company⁴⁰. Mesmo tendo excluído grande parte dos produtos transmidiáticos lançados até 2012 pela Lucasfilm, a companhia manteve um dos maiores *cases* de absorção de *fan labor* da marca *Star Wars*, o fã-clubes Legião 501. Dessa forma, a Walt Disney conseguiu provar estar disposta a negociar com os fãs, mostrando, assim, que os trabalhos desenvolvidos pelos *warsies* não só podem ser bem aproveitados pela marca detentora dos direitos daquele determinado produto, como também são bem-vindos por ela.

⁴⁰ No dia 30 de outubro de 2012, a Walt Disney Company oficializou a compra da Lucasfilm, tornando-se a atual proprietária dos direitos autorais da franquia cinematográfica de *Star Wars* e de todos os produtos transmidiáticos derivados dela. O acordo foi firmado entre Robert Iger, então diretor-executivo da Disney, e George Lucas. Segundo a *Forbes*, o valor pago, cerca de 4,05 bilhões de dólares, já foi recuperado com o lançamento dos filmes *Star Wars: Episode VII - The Force Awakens* (2015), *Rogue One* (2016) e *Star Wars: Episode VIII - The Last Jedi* (2017). Somadas as arrecadações de bilheteria de todos eles, a empresa faturou mais de 4,30 bilhões de dólares. (TAYLOR, 2015)

3 FAN LABOR: O TRABALHO DO FÃ PARA O FÃ

O termo *fan labor* (“trabalho de fã⁴¹”, em tradução livre) fala sobre aquilo que se origina entre os fãs de um determinado produto, segmento ou marca. Ou seja, aquilo que é produzido pelos fãs, podendo ou não ganhar destaque e relevância entre o *fandom* de que fazem parte, mas sempre reproduzindo novas formas de contato e relacionamento entre o público e seu objeto de desejo. Dessa maneira, subverte-se a forma cartesiana de produção e consumo, em que a marca produz e o fã consome. Nessa nova lógica de mercado, o fã produz e, possivelmente, a marca consumirá, retroalimentando o processo.

Assim como pontua Jenkins (2008, p. 134), “o fã produz cultura popular a partir da cultura de massa”, fazendo com que haja uma intensa e quase ininterrupta tentativa por parte da comunidade em se integrar com o seu objeto de desejo, participando de forma direta ou indireta da sua construção de conteúdo. Por isso, o *fan labor* é tido pelas marcas, em geral, como algo benéfico, além de ser positivo para os próprios fãs que, a partir de um trabalho desenvolvido pela comunidade em que estão inseridos, estarão não só alimentando o conteúdo sobre seus objetos de desejo, mas também produzindo conteúdo para eles próprios consumirem. Dessa maneira, o *fan labor* torna-se importante para a concepção e criação de produtos transmidiáticos e, conseqüentemente, para o desenvolvimento de seus universos expandidos, a partir do momento em que a marca entende que aqueles produtos desenvolvidos pelos fãs correspondem ao que eles querem consumir. Como postula Jenkins (2015),

os fãs acolhem com grande entusiasmo os textos que lhe são queridos e tentam integrar representações midiáticas à sua experiência social. Sem abalar-se com autoridade ou com competência institucional [...] sem intimidar-se com as concepções tradicionais de propriedade literária e intelectual, os fãs saqueiam a cultura de massas, reclamando seus materiais para uso próprio, reelaborando-os como base para suas próprias criações culturais e interações sociais (JENKINS, 2015, p. 37)

⁴¹ Nota do autor: dependendo do contexto, o termo pode significar também “fã trabalhador”.

Atualmente, é imprescindível para as marcas adotarem o padrão de comportamento de seus fãs como um posicionamento a se assumir perante não somente o público que representa, mas também aos demais públicos que orbitam sua atmosfera. Faz-se cada vez mais necessária a absorção desses padrões como mecanismos mercadológicos e de estratégia de comunicação. Tal padrão de comportamento pode ser definido como *fan labor*, assim como é observado no trabalho de Costa e Leão, (2014), que destaca essa atividade como

um fenômeno da naturalização desse espaço de convivência e suas múltiplas conexões e experimentações pode estar nas redes temáticas que interligam os fãs de universos fantásticos; esse tipo de fã, totalmente envolvido com os signos do universo a que filia-se, por meio destes constrói seus relacionamentos, posiciona-se nas estruturas sociais e gera sentidos para sua vida. (COSTA; LEÃO, 2014, p. 88).

O *fan labor* é um processo não-linear e contínuo que pode ou não obedecer as regras criadas para um determinado universo, além de ser recorrente entre comunidades de fãs, principalmente quando se trata de universos fantásticos. Ele não tem um começo ou um final bem definidos e permeia a criação espontânea dos fãs a partir de uma obra, que são sempre motivados pela vontade de se expressarem por meio do seu objeto de desejo.

Em Star Wars, milhares de exemplos de *fan labors* podem ser observados ao longo dos mais de 40 anos da franquia. Alguns mais bem-sucedidos dentro do *fandom* que outros, mas todos possuem aquilo que define o que vem a ser um verdadeiro *fan labor*: uma construção ou extensão do universo fantástico cultuado feitas de forma espontânea por seus fãs ou por seu *fandom*, de maneira a agregar ou não algum sentido para a narrativa. Sobre isso, Shirky (2011) afirma que

amadores às vezes se diferenciam de profissionais por habilidade, mas sempre pela motivação; o próprio termo vem do latim *amare* - "amar". A essência do amadorismo é a motivação intrínseca: ser um amador é fazer uma coisa por amor. Essa motivação afeta também o modo como amadores trabalham em grupos. Manter um grande grupo focado pode ser um trabalho de tempo integral. (SHIRKY, 2011, p. 77 e 78)

Dentro do universo dos *fan labors*, têm-se algumas variáveis, como, por exemplo, *fanfictions* e *fanzines* (todas serão abordadas neste capítulo com maior profundidade), histórias escritas, editadas e publicadas, respectivamente, pelos fãs de alguma obra, seja ela um filme, um livro, uma revista em quadrinhos ou uma série de televisão. Esse aparato produzido pelo *fandom* sobrepuja a capacidade das próprias produtoras, editoras ou emissoras de TV, em sua maioria detentoras dos direitos autorais de uma determinada obra, de satisfazerem a necessidade demandada pelos próprios fãs que querem consumir seu produto ou objeto de desejo. Essa incapacidade das marcas é percebida pela relação que se estabelece entre a realização do produto e a lógica de produção do mercado e, também, é dissolvida não só com o advento da internet, mas também com o acesso que a ela é dado.

Por isso, é revelador perceber e avaliar como a conexão que a internet proporcionou às pessoas de todo o mundo permitiu e permite uma contribuição global de fãs entre países como o Brasil e o Japão, por exemplo. Fãs que antes possuíam a limitação física, agora podem operar em constante sintonia para a extensão daquele universo fantástico que os vincula, incluindo a realização de conteúdos originais acerca do objeto de fã. O *fandom* de Star Wars, assim como outros *fandoms* de outras franquias cinematográficas, literárias e, até mesmo, do universo dos *games*, manifesta essa interação entre seus membros numa escala global que permite a experimentação de níveis de envolvimento com a obra dificilmente provados nos produtos oficiais desenvolvidos pela própria marca; produzindo, a partir daí, sobre e para ela de maneira espontânea e orgânica. Fraade-Blanar e Glazer (2018) dizem que

não obstante, objetos de fãs e seus fãs podem viver felizes em um estado de codependência amigável se as expectativas forem geridas. Mesmo com o risco de um travesseiro corporal ocasional, as audiências de hoje em dia são encorajadas de experimentar níveis de engajamento cada vez mais próximos com seus objetos de fã, em tantos níveis além do texto básico e linear. E isso causou uma consequência inesperada. Um objeto de fã que se constrói em sua audiência precisa de sua audiência. (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 34 e 35)

É importante salientar ainda que tal produção de conteúdo, dificilmente, seria equiparável em volume caso ela passasse das mãos dos fãs para as mãos da marca. Assim, observa-se que os fãs desenvolveram para si uma organização dentro dessa estrutura. O que, antes da internet, só poderia ser consumido pelo *fandom* por meio de viagens para outros países e continentes, agora, não só é consumido por ele, mas também produzido numa escala e volume sem precedentes. Tudo isso é operado e viabilizado pelos fãs por meio da internet. Hospedagens de vídeos em plataformas como o YouTube e o Vimeo, além de publicações de histórias e imagens em blogs e revistas on-line são exemplos desse fenômeno. Assim, "os consumidores estão se tornando produtores" (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 196).

3.1 Fanfiction, fanzine, fanart: cânone para quê?

A história da *fanfiction* é mais antiga do que parece. Séculos antes de Lucas começar a esboçar o primeiro tratamento do roteiro de *Star Wars* – ou *The Star Wars*, como foi registrado, originalmente, como marca comercial em 3 de agosto de 1971 pela United Artists e Motion Pictures (TAYLOR, 2015) – as pessoas já podiam desfrutar da imaginação humana em histórias que transcendiam o tempo e o espaço. Fraade-Blanc e Glazer (2018) explicam que o advento da *fanfiction* é mais antigo do que se pode imaginar, citando o caso de Margery Kempe que ficou conhecida por criar e desenvolver histórias a partir do conhecimento oral que obtinha a respeito da Bíblia.

As histórias criadas por Kempe foram escritas por terceiros (escribas, provavelmente), já que ela era mulher e mulheres do século XV não podiam ler e escrever. Atualmente, a obra de Kempe é considerada por historiadores como sendo o primeiro caso de *fanfiction* do mundo. Kempe não só deixou-se inspirar pelo universo bíblico, mas também fez algo que hoje seria chamado de universo expandido. Ela criou histórias que preenchiam lacunas de passagens de tempo que não eram compreendidas no texto canônico contido na Bíblia. Para Jamison (2017), filósofos e

historiadores gregos já haviam pensado sobre essa questão. Dionísio de Halicarnaso, por exemplo, entendia a arte de escrever como a arte da imitação; ou seja, o bom escritor era aquele que conseguia imitar o estilo de escrita de outros bons escritores que vieram antes dele. Jamison (2017) sustenta que

é assim que o mundo funciona. As comunidades de escritores e a forma como veem seus próprios trabalhos mudam. Poderíamos dizer que a escrita é uma comunidade cuja única constante é a mudança. [...] De qualquer maneira, Dionísio via a boa escrita como *imitatio*, e esta compreensão substituiu completamente a concepção aristotélica, *mimesis*, entre os escritores latinos da época. Na verdade, a teoria de Dionísio predominou por muito mais tempo do que a maioria das pessoas hoje em dia faz ideia. Este conflito entre *imitatio* e *mimesis* acontece com maior ou menor intensidade até este exato minuto, quando em um blog perto de você há um escritor de fic sobre Edward e Bella [de Crepúsculo]. (JAMISON, 2017, p. 40)

Assim como Kempe, ainda na Idade Média, cerca de duzentos anos antes, entre 1200 e 1300, um grupo de freiras franciscanas tentou criar ficção literária a partir de um texto religioso intitulado *Meditationes vitae Christi* (FRAADE-BLANAR, 2018). Estudos indicam que, em 1600, aproximadamente, William Shakespeare escreveu sua própria versão (ou *fanfiction*) de *Ur-Hamlet*, peça escrita cerca de uma década antes, por volta de 1589. Apesar disso, a versão original, no entanto, nunca foi encontrada, impossibilitando a comprovação de tal teoria, e *Hamlet* de Shakespeare segue sendo um texto canônico e original.

A diferença entre Kempe [...] e um fã dos dias de hoje acampado do lado de fora de uma livraria aguardando a chegada à meia noite do novo livro de J. K. Rowling não é uma questão de entusiasmo, mas uma questão de acesso. (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 25)

Jamison (2017) argumenta que

nenhuma destas práticas literárias anteriores são exatamente o que entendemos como *fanfiction* hoje. [...] O que não muda, ou melhor, o que nunca desaparece é o hábito comum de escrever a partir de fontes. Escritores sempre entraram e intervieram em histórias familiares e

estilos, e colaboraram na autoria através de discussões ou outras formas de influência. Apesar dessa multiplicidade de fontes e processos, temos há muito tempo dado (ou cedido) crédito, no final, a um único nome autoral – e a *fanfiction*, com todo o seu deleite colaborativo, continua esta tradição. [...] Hoje, algumas destas práticas historicamente estabelecidas são chamadas de *fanfiction*, outras de "adaptação", "apropriação", "inspiração" ou "homenagem". Diferenças em nomenclatura têm a ver com direitos autorais [...] O que chamamos de *fanfiction* hoje é outra coisa, no entanto: não se trata apenas de escrever histórias sobre personagens e mundos existentes – é escrever essas histórias para uma comunidade de leitores que já querem lê-las, que querem conversar sobre elas e que podem estar escrevendo, também. (JAMISON, 2017, p. 48 e 49)

Do mesmo modo que Kempe e as freiras franciscanas tentaram e fizeram há mais de 5 séculos, outros autores trouxeram a *fanfiction* para as suas criações de gênero. Inclusive, criando histórias ainda no século I que mais tarde seriam classificadas como ficção científica ou fantasia espacial. Apesar de haver divergências entre os entusiastas e estudiosos de ambos os gêneros, sobre o que vem a ser as definições de cada um deles, a pontuação das principais diferenças entre eles é fundamental para se entender, definitivamente, que Star Wars pertence à fantasia espacial e não, como foi rotulado, equivocadamente, ao longo das décadas, à ficção científica⁴². Ter essa informação faz diferença para o entendimento a respeito da produção de *fanfictions* por parte do *fandom* da franquia.

A ficção científica nasceu como gênero literário e sempre despertou interesse em seu público pelo seu caráter desafiador e inventivo. Para se ter uma ideia, atribui-se a *História Verdadeira*, paródia escrita por Luciano de Samósata (125 d.C. – 181 d.C.) e lançada no século II, o título de primeira⁴³ obra de ficção científica da história da humanidade. No entanto, é certo dizer que o gênero se popularizou no século XIX, na França, quando, em meados de 1860, um, até então, desconhecido escritor se

⁴² Dentro da comunidade pesquisadora acerca do tema existem debates sobre as definições de Ficção Científica e Fantasia Espacial. Para o presente trabalho, adotou-se as terminologias trabalhadas por Taylor (2015).

⁴³ Conforme apontado pela jornalista Natalie Haynes, em matéria publicada pela BBC Culture. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/150930_vert_cul_marcianos_ml>. Acessado em 22 out. 2018.

destacou por trazer uma obra literária diferente de tudo o que estava sendo lido e publicado na época.

O livro era *Cinco semanas em um balão* (1863), de Jules Verne (1828 - 1905). Dali em diante, Verne não parou de lançar obras que abordassem peregrinações inusitadas, como *Viagem ao centro da Terra* (1864), *Da Terra à Lua* (1865), *Vinte mil léguas submarinas* (1870) e *A volta ao mundo em 80 dias* (1873). Todas essas obras possuíam algo em comum. Além de viagens fantásticas para fora e dentro do planeta, elas apresentavam aos leitores narrativas que se esforçavam para persuadi-los de que era não somente possível, mas também plausível do ponto de vista científico, por exemplo, o lançamento feito por canhões de exploradores à lua.

Verne esforçava-se para adicionar verossimilhança em suas narrativas fantásticas na tentativa de torná-las plausíveis para o público. Essa fórmula foi seguida pelo autor francês ao longo de toda a sua carreira e se respaldava em sua capacidade de apresentar cálculos precisos que revertiam o caráter lúdico e fantástico em histórias críveis até pelas mentes mais familiarizadas com a ciência (TAYLOR, 2015). E é nesse aspecto que reside a ficção científica: por mais fantástica e inacreditável para os parâmetros racionais e científicos que ela se faz valer, há um esforço do autor da obra em transmitir para o seu público o sentimento de plausibilidade, ou, ainda, que existe a possibilidade dos acontecimentos narrados tornarem-se reais pela verossimilhança imprimida na narrativa.

Na contramão da ficção científica, está a fantasia espacial (ou *space opera*) que, apesar de beber de alguns conceitos do gênero *sci-fi*, não coloca à prova seus métodos ou narrativa; ou seja, não se preocupa em provar ao público que os eventos narrados podem ser possíveis, mas, sim, mostrar de forma admissível as histórias mais improváveis. Para exemplificar, ao contrário do que vinha sendo feito por Verne, o inglês Herbert George Wells (1866 - 1946) também estava chamando a atenção do público por seu romance *Os primeiros homens da Lua* (1901). Diferentemente do que Verne sugeria em suas obras, o autor inglês trazia em seu livro elementos inéditos para abordar temas já explanados anteriormente, como a viagem do homem à lua. Em vez

de colocar homens em canhões para lançá-los ao satélite espacial natural da Terra, como fez Verne, Wells colocou seus personagens em uma cápsula que levitou até a lua com a força sobrenatural da cavorita⁴⁴.

No Cinema, as divergências entre ficção científica e fantasia espacial também se deram logo nos primórdios de seu surgimento, como aponta Taylor (2015),

esse cisma entre Verne e Wells pode ser visto também nos primeiros curtas-metragens mudos de ficção científica. Dessa vez, a linha divisória foi o Atlântico, em vez de o Canal da Mancha. George Méliès fez “Uma viagem à Lua”, em 1902, e disparou seus exploradores com um canhão. Thomas Edison fez “Uma viagem a Marte”, em 1910, no qual um cientista se cobre de pó antigravitacional e flutua até o planeta vermelho. (TAYLOR, 2015, p. 30).

Em suma, a fantasia espacial pode ser considerada um subproduto ou subgênero resultante da ficção científica. As obras de *sci-fi* instigam o público por apresentarem percepções do futuro que respeitam certos parâmetros da ciência do presente, focando seus temas, em sua maioria, nas consequências da relação do homem com a tecnologia ou, ainda, na relação da humanidade com o tempo-espaço. Já as obras de fantasia espacial tendem a atribuir um caráter mais aventureiro para as suas narrativas, utilizando a tecnologia mais como um objeto de cena do que um instrumento impulsionador da trama, propriamente dito.

Foi inspirado nessa premissa que Lucas deu início aos seus processos de criação e produção para realizar o seu legado como artista. No início da década de 1970, os primeiros tratamentos de Star Wars foram baseados em reciclagens feitas de personagens, lugares e situações vividas pelos personagens dos seriados e filmes que passavam na TV quando Lucas era criança; Flash Gordon foi apenas uma das inspirações de Lucas, que, àquela altura, era apenas um fã escrevendo histórias (ou *fanfictions*) que tinham como base a fantasia absorvida dos universos ficcionais de seus heróis favoritos. Esse é o pilar fundador da *fanfiction*. Uma pessoa gosta de uma

⁴⁴ Um elemento químico/mágico inventado por Wells e que existe somente no universo fantasioso de sua obra. (TAYLOR, 2015).

história, deixa-se influenciar e inspirar por ela e, finalmente, passa a escrever sobre ela. Para Jamison (2017)

de várias formas, a *fanfiction* se parece com todas as formas de contar histórias de todas as épocas. As pessoas gostam de compartilhar narrativas, ponto final, e a internet é como uma enorme fogueira de acampamento eletrônica. Esta continuidade com as formas e tradições do passado e também com as fontes contemporâneas pode nos levar (mesmo equivocadamente) a acreditar que a *fanfiction* é um campo conhecido e familiar. Nem sempre, apesar de, por sua própria natureza, a *fanfiction* revisitar material conhecido. (JAMISON, 2017, p. 18)

Da mesma forma que Lucas deixou-se absorver por essas histórias e mitologias, os fãs de Star Wars também se deixaram. As criações de histórias que se conectam ao universo da franquia não são apenas histórias sobre Star Wars sendo contadas por pessoas de todas as idades, gêneros, etnias e estratos sociais, mas também histórias que contam e revelam universos conectados à essência da fantasia espacial, o gênero que não se prende a regras científicas, e sim as expande. Esse aspecto é inerente às ficções de fãs e pode ser constatado no teor dessas obras.

O fenômeno da *fanfiction* (também chamada apenas como *fic*) é observável no *fandom* de Star Wars há bastante tempo. Histórias criadas a partir do material canônico e, também, a partir do que é visto no material transmidiático são uma constante dentro das comunidades segmentadas do *fandom* que apreciam e produzem esse tipo de conteúdo. Essas comunidades se concentram, sobretudo, em blogs e sites especializados nesse tipo de *fan labor*, como o FanFiction.com (com mais de 12 mil ocorrências para a tag "Star Wars"), o FanFiction Stories Wattpad (com mais de mil), o Nyah! FanFiction (com mais de 3 mil) e o FanFiction Works (com mais de 10 mil). Todos eles somam mais de 26 mil histórias de fã publicadas na rede, somente em sites especializados. Soma-se a isso, blogs pessoais, páginas de redes sociais, como Facebook e Instagram, e outras plataformas de mídia que incorporam textos.

O universo de *fanfictions* a ser estudo é quase infinito. Para se ter ideia, há *fanfictions* de *fanfictions*. Derivações que transcorrem ramificações de histórias já

inventadas por outra pessoa. É verdade que a maior parte desse conteúdo relaciona-se com o universo canônico de Star Wars, abordando o subgênero da fantasia espacial. Porém, existem, ainda, histórias que contemplam variadas segmentações, como, por exemplo, universos paralelos onde Han Solo é um dentista do Bronx, dramas em que Leia descobre que, na verdade, não é irmã de Luke, mas sim sua mãe, e, até, contos eróticos *hentai* que subvertem qualquer princípio da história.

3.2 *Fan films*: quando o fã é o pai do filme

Produzida pela Lucasfilm e distribuída pela 20th Century Fox, a *space opera* idealizada e concebida por Lucas, no findar da década de 1970, tomou proporção global e hoje é considerada uma das principais referências da cultura pop mundial. Uma marca de tal magnitude coleciona fãs de todas as partes do mundo que interagem com a franquia de maneiras distintas, seja passiva (consumindo os produtos da marca) ou ativamente (produzindo conteúdo acerca e para a marca). Esses relacionamentos podem se dar, assim como pontua Jenkins (2009), por filiação, expressão, colaboração e circulação, a depender do caráter e do grau de envolvimento e engajamento desses fãs com a obra.

Tal processo se dá pela motivação desse público em produzir conteúdo sobre seu objeto de desejo de forma espontânea e criativa, gerando aquilo que é conhecido como *fan labor*. Ou seja, o conteúdo que é criado de forma livre pelos fãs pode ser absorvido pelo próprio produto midiático (no caso, a franquia de filmes Star Wars), sustentando um processo de retroalimentação entre o que é canônico numa obra e o que foi produzido a partir de seu *fandom*. Assim como preconiza Jenkins (2009),

os fãs rejeitam a ideia de uma versão definitiva produzida, autorizada e regulada por algum conglomerado. Em vez disso, idealizam um mundo onde todos nós podemos participar da criação e circulação de mitos culturais fundamentais. Nesse caso, o direito de participar da cultura é considerado 'a liberdade que concedemos a nós mesmos', não um privilégio concedido por uma empresa benevolente, não uma coisa que os fãs estão dispostos a trocar por arquivos de som melhores ou

hospedagem gratuita na web. Os fãs rejeitam também a suposição do estúdio de que propriedade intelectual é um ‘bem limitado’, a ser totalmente controlado, a fim de que seu valor não seja diluído. Em vez disso, os fãs entendem a propriedade intelectual como ‘shareware’, algo que acumula valor à medida em que transita por diferentes contextos, é recontado de diversas maneiras, atrai múltiplas audiências e se abre para a proliferação de significados alternativos. (JENKINS, 2009, p. 340)

Posto isso, dentro do fandom de Star Wars é comum observar manifestações espontâneas de *fan labors* acerca da franquia, sejam elas escritas (*fanfictions*), gráficas (*fanarts*) ou audiovisuais (*fan films*). Tais manifestações imprimem uma visão particular daquele fã ou daquele determinado grupo de fãs sobre um ou mais aspectos da narrativa que poderiam ser trabalhados de outra forma ou, ainda, desenvolvidos numa concepção alternativa. Mas há também um expressivo número de *fan labors* que tão somente almejam se relacionar com seu objeto de desejo de maneira, genuinamente, catártica e passional. Assim como assinala Jenkins (2009),

a circulação amplamente difundida de bens relacionados a Star Wars disponibilizou recursos a uma geração emergente de cineastas adolescentes e jovens. Eles cresceram se fantasiando de Darth Vader no Halloween, dormindo nos lençóis da Princesa Leia, lutando com sabres de luz feitos de plástico e brincando com bonequinhos de Boba Fett. Star Wars tornou-se a lenda deles e agora eles estão determinados a reescrevê-la a seu modo. (JENKINS, 2009, p. 187).

Isso significa dizer que o fã não se contenta somente com a experiência audiovisual proporcionada pelo filme nas salas de cinema ou, ainda, na tela da TV. Ele também deseja trazer à sua realidade o que seria a vivência completa do universo do filme, intensificando seu relacionamento com a obra. A necessidade de reproduzir a obra de arte é uma constante observada também por Benjamin (2014), “na medida em que a reprodução permite que a recepção tenha acesso à obra em qualquer circunstância, ela a atualiza” (BENJAMIN, 2014, p. 13).

Quando o fã reproduz o universo do filme, seja em um figurino, cenário ou objetos cênicos, ele atualiza a obra por meio da recepção. Benjamin ainda assinala que

com isso, a distinção fundamental entre autor e público está a caminho de extinguir-se. Como especialista, coisa que está fadado a se tornar em um processo de trabalho altamente especializado, [...] ele tem acesso à condição de autor. (BENJAMIN, 2014, p. 23)

Dessa forma, pode-se dizer que ao manipular elementos da saga original, trazendo-os para novas experiências, os fãs tornam-se também autores ou, pelo menos, co-autores da obra que referenciam em sua criação.

A produção desse tipo de *fan labor*, especificamente os *fan films*, que homenageia ou faz referência ao legado da franquia, é uma manifestação tão antiga quanto a própria saga cinematográfica, como pode se constatar com a existência de obras como *The Imperials Strike Back*, um média-metragem de quase 22 minutos que começou a ser rodado em 1978 por um grupo de crianças fãs do primeiro filme, *A New Hope*⁴⁵ (1977), e que queriam dar uma sequência à história de fantasia espacial vista nas salas de cinema no ano anterior.

Os amigos, que à época possuíam entre 8 e 12 anos, levaram cerca de 24 meses para produzir a empreitada e o título foi escolhido após a Lucasfilm anunciar a sequência *The Empire Strike Back*⁴⁶ (1980), em 1979. Cada uma das crianças se encarregou de uma tarefa na produção, desde o figurino, cenários e filmagem até roteiro, direção e efeitos especiais. Após alguns problemas técnicos e, também, desistência por parte de alguns dos integrantes do grupo (que a essa altura foram perdendo o interesse ou não tinham mais esperança em ver o projeto finalizado), o *fan film* foi engavetado pelo grupo; ou melhor, pelos pais dos realizadores mirins. Recuperado anos mais tarde, os arquivos haviam perdido em sua totalidade o material original de áudio que havia sido gravado em fitas cassetes à parte. No entanto, mesmo com todas as dificuldades, a obra foi finalizada em 1987, sendo publicada no YouTube somente em 2018. Hoje, a obra é tida como o primeiro *fan film* realizado sobre Star Wars que se tem notícia, tendo um valor afetivo para o *fandom*

⁴⁵ Nota do autor: é importante lembrar que o filme, quando lançado em 1977, chamava-se apenas *Star Wars*. O subtítulo *A New Hope* foi introduzido somente alguns anos mais tarde.

⁴⁶ A obra pode ser conferida em: <https://www.youtube.com/watch?v=7z4Kbb8Bf_4>.

Outros *fan films* possuem grande destaque entre o *fandom* da franquia, como são os casos de *Troops*⁴⁷ (1997) e *Art of the Saber*⁴⁸ (2002), ambos curtas-metragens de 10 e 5 minutos, respectivamente. Dirigido e produzido por Kevin Rubio, *Troops* (1997) é uma paródia da série policial *Cops* (1989) e traz o cotidiano de alguns soldados *stormtroopers* enquanto eles fazem uma patrulha em Tatooine⁴⁹, recebendo chamados para restabelecerem a ordem entre os nativos daquele planeta (ao estilo de programas policiais em que o espectador é convidado a acompanhar as dificuldades e contratempos da profissão, enxergando as cenas pela visão do cinegrafista, em 1ª pessoa). Esse curta-metragem foi um marco para o *fandom* de Star Wars à época de seu lançamento, recebendo vários prêmios em convenções *geeks* e sendo eleito pelo próprio Lucas como um de seus *fan films* favoritos de todos os tempos (YOUNG, 2016).

Já o segundo remonta a decisão de um jovem que deixa a mulher e o filho para se aliar à causa Rebelde e se tornar um Jedi. Com uma cena de duelo com sabres de luz coreografada pelos irmãos Cary e Calvin Ho, o curta-metragem traz à tona dilemas que perpassam pelos princípios Jedi em quase todos os filmes da saga. Curiosamente, o *fan film* dos irmãos Cary e Calvin Ho é um dos primeiros a ser postado no YouTube, tendo a postagem sido feita no dia 30 de outubro de 2005.

Atualmente, o YouTube registra cerca de 10 milhões de ocorrências para a busca da tag "*Star Wars fan film*" em sua plataforma. Vários desses curtas, médias e, até, longas-metragens possuem milhões de visualizações cada. Um dos mais proeminentes é o *fan film* *Darth Maul - Apprentice* (2016). Produzido pela T7Pro, uma produtora independente alemã, o média-metragem de 17 minutos explora uma missão designada ao sith Darth Maul que é incumbido de eliminar 6 Jedi que se encontram na lua florestal de Endor. Escrito, dirigido, produzido e editado por Shawn Bu, o *fan film* foi publicado no dia 5 de março de 2016 e conta atualmente com cerca de 25 milhões de visualizações e mais de 900 mil interações no vídeo, entre curtidas e comentários.

⁴⁷ A obra pode ser conferida em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LvswNDAAZCU>>.

⁴⁸ A obra pode ser conferida em: <<https://www.youtube.com/watch?v=uMXpokrfbIM>>.

⁴⁹ Nota do autor: planeta desértico da *space opera* de Lucas.

Com efeitos especiais de nível cinematográfico, *Darth Maul – Apprentice* (2016) é uma produção ambiciosa e que se vincula narrativamente à história canônica apresentada nos filmes da saga, podendo ser inserido cronologicamente antes de *The Phantom Menace* (1999). Shawn Bu é um jovem entusiasta cinematográfico alemão e fã da franquia Star Wars, o que se evidencia nas postagens em suas redes sociais. Em 2012, inaugurou o canal da T7Production, ou simplesmente T7Pro, uma produtora que criou com seu amigo Vi-Dan Tran (que no curta em questão cuidou das coreografias de luta e do design de produção) e que conta, atualmente, com mais de 210 mil seguidores. Desde então, ambos vêm produzindo curtas-metragens sobre os mais diversos temas, sendo o elevado aparato tecnológico uma de suas principais características.

O filme traz o embate entre um dos Sith mais cultuados pelos fãs da franquia, Darth Maul (cujo potencial não foi amplamente desenvolvido, segundo boa parte do próprio *fandom*) e seis jovens Jedi (personagens estes não pertencentes ao cânone da obra). Mesmo que grande parte da narrativa se concentre nos duelos com os sabres de luz, o que vai ser decisivo para o sucesso do curta é a coreografia das lutas nele expressa.

Outro exemplo bem-sucedido é o *fan film TIE Fighter* (2015). Desenhado e animado por Paul Johnson, o curta-metragem conta com pouco mais de 7 minutos e mostra, com toda a ação que isso pode requerer, o embate entre caças estelares TIE do Império e naves X-Wing da Aliança Rebelde. Completamente inspirado nas animações japonesas dos anos 1980, o curta levou cerca de 4 anos para ser finalizado e traz com riqueza de detalhes o comando dos pilotos de caças TIE numa perspectiva ainda não experimentada pelos fãs nas salas de cinema, já que eles são os protagonistas da animação, ao contrário do que ocorre nos filmes. Toda a ação do desenho é embalada pela trilha sonora original de Zack Rahman e design de som de Joseph Levy, que fazem uma homenagem atualizada às músicas de John Williams, compositor e maestro norte-americano responsável pela trilha sonora de Star Wars,

mas também agregam elementos musicais clássicos dos animes, como os solos de guitarra e piano.

A produção, que originalmente foi postada em 24 de março de 2015 no canal OtaKing77077, conta com mais de 10 milhões de visualizações e se tornou o *fan film* de animação sobre Star Wars mais visto no YouTube. O fenômeno não se deve pelo tamanho do canal, já que ele possui pouco mais de 71 mil seguidores (número considerado pequeno para os parâmetros da plataforma). Seu sucesso talvez possa ser explicado pela forma como foi desenvolvido, que, além de trazer a perspectiva do antagonista, faz uma ode aos principais elementos fílmicos da saga no que tange aos combates com naves espaciais.

A fidelidade aos traços e características dos animes clássicos dos anos 1980, que respeitou não só as composições artísticas tão inconfundíveis desse tipo de desenho animado, como também a dinâmica que lhe carece, é outro fator que contribuiu ao fenômeno do curta-metragem. Tal primor empregado na produção pode ser evidenciado, principalmente, pelo tempo que ela levou para ser finalizada: cerca de 4 anos. *TIE Fighter* foi um dos vídeos mais acessados no período de publicação, chegando a 1 milhão de visualizações logo na primeira semana.

São muitos os casos que podem ser citados como prática de trabalhos espontâneos por parte dos fãs de Star Wars, sobretudo os *fan labors* que desenvolvem produtos audiovisuais. O fenômeno é tão grande que em 2002 a Lucasfilm criou o Official Star Wars Fan Film Awards, uma premiação anual que visa avaliar e reconhecer os melhores filmes feitos por fãs da franquia em categorias como Melhor Animação, Melhores Efeitos Visuais, Melhor Comédia e Escolha do Público.

Tais manifestações se dão pelo interesse do fã em aprofundar o seu relacionamento com a obra, mas também pela possibilidade de participar ativamente da narrativa que desperta sua admiração, ditando o conteúdo e a forma de como suas concepções serão expressas. Assim como esclarece Jenkins (2009),

quando a AtomFilms lançou um concurso oficial de filmes de fãs de Star Wars, em 2003, recebeu mais de 250 inscrições. Embora o entusiasmo tenha diminuído um pouco, o concurso de 2005 recebeu mais de 150

inscrições. E muitos outros filmes que estariam fora das regras do concurso oficial, estão surgindo na web em sites não oficiais, como o TheForce.net. Muitos dos filmes são completos, com seus próprios pôsteres e campanhas publicitárias. Alguns websites fornecem informações atualizadas sobre filmes amadores ainda em fase de produção. Os fãs sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia; a fascinação pelos universos ficcionais muitas vezes inspira novas formas de produção cultural, de figurinos a fanzines e, hoje, de cinema digital. Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo em se tornar um participante pleno. Nada disso é novo. O que mudou foi a visibilidade da cultura dos fãs. A web proporciona um poderoso canal de distribuição para a produção cultural amadora. Os amadores têm feito filmes caseiros há décadas; agora, esses filmes estão vindo a público. (JENKINS, 2009, p. 188).

O Brasil não se exclui às listas de *fan films* produzidos. Há uma movimentação considerável entre os fãs brasileiros que promovem até mesmo concursos em eventos como a Jedi Con, maior celebração anual sobre Star Wars no país. Entre as obras mais notáveis, podem ser destacadas *Casa dos Jedi*, *O Destino da Força*, *Cinzas do Império*, *Os Sith* e *Grajaú Jedi*, este último uma paródia que mostra alguns Jedi duelando no bairro do Grajaú, no Rio de Janeiro.

Em contrapartida, algumas produções audiovisuais foram taxadas como *fan films* (até mesmo pelo próprio *fandom*) ao longo das últimas décadas, quando na verdade essas produções eram profissionais e, ao contrário de *fan films* genuínos, visavam o lucro. *Hardware Wars* (1978) é um desses casos. Concebido por dois amigos chamados Ernie Fosselius e Michael Weise, o curta-metragem é uma paródia que conquistou os fãs de Star Wars na época em que foi lançado, tornando-se um marco para o *fandom*. Assim como relata Young (2016),

o curta-metragem é famoso hoje em dia entre os jovens aficionados por *Guerra nas Estrelas*, mas no final dos anos 1970, assistir à sátira de 12 minutos era uma verdadeira distinção entre os fãs. [...] se não deu um jeito de ver *Hardware Wars*, simplesmente não era um fã de verdade. Uma versão mordaz do filme original, *Hardware Wars* teve como propósito ser tão low-tech quanto possível, usando calotas como estações espaciais, batedeiras de ovos como espaçonaves e uma lanterna velha como sabre de luz. Tal qual um filme falso para um trailer inexistente – um trailer bem comprido –, reconta, essencialmente, a

história de *Guerra nas Estrelas*, seguindo as aventuras de Fluke Starbucker, Ham Salda, princesa Anne-Droide (com direito a bolinhos dinamarqueses na cabeça) e Darph Nader. Completando o elenco estavam os robôs 4Q2 e Artie Deco (um aspirador de pó quebrado), além de Chuchilla, interpretado por um fantoche marrom que lembrava muito certo personagem da *Rua Sésamo*. (YOUNG, 2016, p. 73)

Como dito, a paródia foi um sucesso entre o público, mas, diferentemente do que ela emulava, seu aparente amadorismo era profissional.

O curta pode parecer ter sido feito por um bando de garotos chapados dos anos 1970 no porão da casa dos pais, mas, na verdade, foi uma produção profissional desde o início. Nunca foi um *fan film* (YOUNG, 2016, p. 74)

Fosselius e Weise queriam ganhar visibilidade com o seu trabalho, o que, de certa forma, funcionou e deu certo, e, principalmente, queriam que a partir de *Hardware Wars* (1978) pudessem lucrar como produtores audiovisuais. Mas o que fundamenta o argumento de que o curta não se trata de um *fan film* é que, na verdade, os dois amigos, como assumiram mais tarde, não são fãs de Star Wars nem nunca foram.

Tem-se em Star Wars uma fonte quase inesgotável de inspiração e os fãs se utilizam disso para poder criar e reinventar a obra a seu modo sempre quando lhes é conveniente ou pertinente. A saga cinematográfica, que conta com uma vasta quantidade de produtos transmidiáticos que expandem seu universo em diferentes plataformas e mídias, é marcada por casos de trabalhos de fãs desde a sua criação. Inclusive, existem alguns casos que demonstram a absorção desses *fan labors* tanto para a narrativa canônica quanto para a transmidiática. O grupo de fãs conhecido como Legião 501 é um desses casos.

4 LEGIÃO 501 - O PUNHO DE VADER: UM FAN LABOR QUE DEU CERTO

Em 1997, em virtude da comemoração dos 20 anos do lançamento de *A New Hope* (1977), a Lucasfilm decidiu relançar a trilogia original (1977-1983) nos cinemas, como estratégia publicitária e de *marketing* para divulgação da nova trilogia que estaria por vir alguns anos mais tarde, no final daquela década. A princípio, o relançamento estava previsto para ocorrer apenas nos Estados Unidos e em alguns países da Europa. Porém, a notícia da reestrela contagiou fãs-clubes pelo mundo todo que passaram a exigir a redistribuição dos filmes também em outros continentes.

Tentando evitar maiores gastos nesse sentido, no entanto, a Lucasfilm não previu, muito menos conseguiu conter, as manifestações de fãs que ocorreriam ao redor do globo, cuja principal reivindicação era que a respectiva trilogia chegasse onde quer que estivessem. Então, com o objetivo de sanar os protestos feitos pelo *fandom* na época, que atacava a companhia de Lucas alegando que a empresa não se importava tanto com os fãs fora dos circuitos norte-americano e europeu, a Lucasfilm cedeu e decidiu não só promover o relançamento a nível mundial da trilogia, como também presentear os fãs com uma remasterização completa das obras, decisão essa que afetaria também as cópias que seriam relançadas em VHS e, pela primeira vez, em DVD, posteriormente.

Além de levar os três primeiros filmes a todos os continentes com uma qualidade melhor de imagem e som, a empresa julgou necessário revitalizar os efeitos especiais e inserir pequenos elementos de computação gráfica (*Computer Graphic Imagery* - CGI) pelos mais de 380 minutos de película; tecnologia essa já disponível numa qualidade satisfatória àquela altura. Ambas as notícias foram recebidas com entusiasmo pelo *fandom* que poderia revisitar a saga essencialmente cinematográfica nos cinemas e, agora, boa parte dele acompanhado de seus filhos ou, em alguns casos, netos.

Os três longas-metragens foram relançados no primeiro semestre de 1997, mas em datas diferentes a depender do país. No Brasil e em alguns outros países da América Latina, por exemplo, os relançamentos de *A New Hope* (1977), *The Empire*

Strikes Back (1980) e *Return of the Jedi* (1983) ocorreram nos dias 24 de março, 11 e 25 de abril de 1997, respectivamente. Tendo em vista que ao longo das últimas duas décadas a Lucasfilm experimentara uma progressiva queda nas vendas de produtos licenciados, esse novo contato por parte do público com as obras originais rendeu à companhia não só mais uma fundamental fonte de renda provinda da bilheteria, mas, sobretudo, uma nova malha de fãs que constituiriam, a partir daí, uma renovação do *fandom* da marca.

A decisão tomada pela, até então, presidente da Lucasfilm, Micheline Chau, para resgatar os *warsies* de longa data da franquia, ao passo que, concomitantemente, poderia arregimentar uma nova geração de fãs para ela, já que a saga cinematográfica seria apresentada para um novo público, mostrou-se oportuna e acertada. Além de proporcionar uma geração de mídia espontânea que ficaria a cargo de deixar a marca sob perspectiva do público em escala mundial, Chau conseguiu outro feito: fazer com que companhias das indústrias de brinquedos, roupas e jogos voltassem suas atenções, mais uma vez, para sabres de luz e capacetes de *stormtroopers*.

Vale salientar que, desde 1985, dois anos após o lançamento de *Return of the Jedi* (1983), a Lucasfilm iniciava uma profunda crise financeira e criativa. Nada que a empresa tenha tentado fazer desde o, até então, fim do universo mitológico de "Guerra nas Estrelas" vingara com a mesma proporção; muito menos obtivera sucesso comercial tal qual seu carro-chefe. Mesmo participando ativamente, em parceria com Steven Spielberg, das produções de filmes como *Indiana Jones and the Temple of Doom* (1984) e *Indiana Jones and the Last Crusade* (1989), Lucas experimentara pela primeira vez, em muitos anos, críticas negativas a respeito de sua capacidade de se reinventar como cineasta e se provar como produtor cinematográfico.

Desde o final da segunda metade dos anos 1980, a companhia sobrevivera às custas da memória afetiva do *fandom* que continuava bancando a folha de pagamento não só da Lucasfilm, mas de suas subsidiárias, como a Industrial Light & Magic e a LucasArts, ambas empresas fundadas por Lucas em 1975 e 1982, respectivamente, por meio da compra de produtos licenciados. No entanto, até mesmo o volume das

compras desses artigos oficiais da marca Star Wars estava em queda alguns anos depois do último filme. Assim, o posicionamento e a tomada de decisão de Chau se mostraram bem-vindos diante da conjuntura de fatores externos e internos sobre os quais a situação financeira da Lucasfilm se encontrava naquele findar da década de 1980 e início da década de 1990.

E foi com um sentimento de gratidão que Lucas reconheceu o papel decisivo de Chau nesse momento de transição da Lucasfilm. A parceria dos dois perduraria por duas décadas. Chau serviu, primeiramente, como *COO (Chief Operating Officer*, ou Chefe de Operações Financeiras, em tradução livre) da Lucasfilm por 12 anos, entre 1991 e 2003. Em abril de 2003, ela ocupou sua posição como *CEO (Chief Executive Officer)* da companhia, cargo que assumiu até 2012, quando a Lucasfilm foi comprada pela Walt Disney Company e Chau se aposentou. Em entrevista concedida ao *The Wrap*, em setembro de 2012, Lucas afirmou que "foi muita sorte ter Chau no comando da Lucasfilm por 20 anos. Ela forneceu o foco e a estratégia necessários para manter a empresa na vanguarda da indústria global de entretenimento" (SHAW, 2012).

O fato é que quando, em 1996, o departamento de marketing da Lucasfilm, sob a tutela de Chau, decidiu relançar a trilogia original de Star Wars nos cinemas, a fim de aquecer os fãs de longa data para a trilogia *prequel* (1999-2005) que viria três anos mais tarde, em 1999 - além de apresentar a história para as novas gerações - mal sabia que ali daria início a um dos maiores *cases* de *fan labor* da franquia de todos os tempos, se não o maior. Muito menos se esperava que tal fenômeno viria da cidade de Columbia, capital do estado da Carolina do Sul, situado na costa leste dos Estados Unidos. Porém, essa história tem início alguns anos antes.

4.1 Homens de sucata, plástico e algumas tristezas

Em 1994, enquanto milhões de pessoas assistiam reiteradas vezes a morte de Ayrton Senna, piloto brasileiro de Fórmula 1, que foi transmitida e reprisada, exaustivamente, por emissoras de televisão de todas as partes do mundo, um outro

acidente automobilístico não tão fatal, mas igualmente grave, ocorreu de forma anônima alguns meses antes numa das estradas estaduais da Carolina do Sul, nos Estados Unidos.

Albin Johnson era um mecânico que voltava de um serviço prestado nos arredores de Columbia quando, num dia nublado do verão de 1994, bateu seu carro numa van que se encontrava à sua frente na estrada. Tanto o dono da van que sofrera a batida quanto Johnson desceram de seus respectivos veículos a fim de averiguarem o tamanho do estrago provocado. Aparentemente, o dano causado no próprio carro de Johnson havia sido maior e nenhum dos dois apresentavam lesões.

O dono da van tratou de amenizar a situação e tranquilizar Johnson que, a essa altura, já se conformara com o maior prejuízo da ocorrência. Ao saber que não precisaria se preocupar com os custos do reparo da van, Johnson se pôs entre os dois carros para fechar o capô de seu veículo que havia sido aberto com a batida. Nesse momento, um terceiro automóvel colidiu, violentamente, na traseira do carro de Johnson, pressionando-o contra seu próprio carro e a van, dividindo-o, assim, ao meio.

Socorrido, Johnson foi levado às pressas para o hospital mais próximo. A avaliação médica concluiu, àquela altura, que o jovem mecânico de 25 anos perdera quase todos os tendões da perna esquerda. De acordo com o próprio relato de Johnson, que hoje consegue contar a história sorrindo, em entrevista para o jornalista Chris Taylor, o médico disse, em dado momento, que teriam de "jogar a perna fora num balde de carne" (TAYLOR, 2015, p. 61).

Contudo, no dia em que ouviu isso, como é de se esperar, Johnson não recebeu a notícia de uma possível amputação total de sua perna com satisfação. Optou, então, por trocar de hospital e equipe médica. Passou por 20 operações depois disso, entre enxertos de pedaços de pele, lascamento de ossos e remoção de músculos. O objetivo era preservar a saúde do membro a qualquer custo para, dessa forma, não perdê-lo. Porém, não houve saída médica satisfatória para o problema que se perdurou por mais de um ano na vida de Johnson senão uma amputação e uma prótese.

Figura 11: Johnson hospitalizado em 1994, depois de uma das 20 cirurgias pelas quais passou.



Fonte: albinjohnson.com, 2007.

Os meses que se seguiram na vida de Johnson, agora com 26 anos, foram problemáticos. Atravessando uma depressão profunda, nem o nascimento de sua primeira filha com sua, até então, esposa Beverly Johnson, deu-lhe motivos para encarar sua nova condição com entusiasmo. Somente em meados de 1996, Johnson, que havia voltado a trabalhar, agora, na varejista Circuit City, conheceu Tom Crews, cujas conversas sobre interesses em comum eram constantes. Numa dessas ocasiões, os dois amigos descobriram (ou redescobriram) suas paixões por uma esquecida saga cinematográfica das décadas de 70 e 80, a qual eles mal se lembravam já terem devotado tanto tempo de suas vidas.

A saga era Star Wars e, aos poucos, foram se lembrando de detalhes das histórias pelos quais eram fascinados. Uma princesa rebelde, um pirata intergalático, um mestre sábio alienígena, um vilão mascarado. Tudo isso rendia horas de conversas entre os dois e, conseqüentemente, a paixão pelo universo fantástico criado por Lucas, há quase 20 anos, era reavivada pelas mentes de Johnson e Crews. Até que apenas falar sobre os filmes e suas narrativas passou a ser insuficiente. Os dois começaram a

rever os filmes juntos e a colecionar histórias em quadrinhos que, àquela altura, já eram consideradas relíquias de colecionador.

Além disso, *action figures* antigos da Kenner também se tornaram, naquele ponto, alvos de consumo e novo fetiche de fã para os dois amigos, principalmente, figuras relacionadas ao Império, como Darth Vaders e *stormtroopers*. Até que, no findar de 1996, a notícia de relançamento dos filmes originais e o lançamento da trilogia *prequel* passou a ser veiculada pela mídia, fazendo com que Johnson e Crews pensassem em como participar desse momento de uma forma que fosse especial para eles.

Johnson relembra que, quando criança, sua vida havia sido dificultada pelo pastor da igreja pentecostal que os pais frequentavam nos anos 70. Segundo ele, o pastor dissera aos seus pais que "Lucas havia assinado um acordo com o diabo e obrigou os atores a assinar contratos dizendo que eles idolatrariam a Força" (TAYLOR, 2015, p. 62). Esse episódio, no entanto, apenas limitou o pequeno Johnson de ir "legalmente" ao cinema, já que ele foi conferir o primeiro filme, em 1977, mais de 20 vezes escondido dos pais como, atualmente, recorda-se.

Nascido em 1969, quando criança, Johnson era fascinado pela mitologia e pelos filmes de Star Wars. E, pelo que se lembra, suas tentativas de se assemelhar aos personagens que via na tela grande começaram ainda quando tinha 8 anos. Segundo ele, ao sair da sala de cinema, começava a correr por um corredor de tijolos e "imaginava que os vãos entre eles eram os corredores da Estrela da Morte e eu mesmo era um piloto dentro de uma X-wing [...] isso valia a pena para ser Luke Skywalker por um dia" (TAYLOR, 2015, p. 62).

Os dias com Crews fizeram com que Johnson regressasse ao passado e revivesse muitas histórias em sua mente. Até o dia em que, no inverno de 1997, Crews tivesse uma ideia: e se eles fossem fantasiados como *stormtroopers* numa das sessões do relançamento de Star Wars? Fantasiar-se de *stormtrooper* parecia perfeito para Johnson, já que, assim, não precisaria lidar com os olhares preconceituosos de quem viria sua prótese, uma vez que a vestimenta a cobriria. Ambos começaram, então, uma

busca por fantasias dos soldados brancos do Império. Vale salientar que isso foi na era da internet discada e pré-Google. Encontrar uma fantasia fiel naquelas condições era uma tarefa difícil.

Contudo, depois de certa procura, Crews conseguiu encontrar uma fantasia que estava sendo vendida num grupo da Usenet por 2 mil dólares. O anunciante dizia tratar-se de uma peça produzida com autenticidade; ou seja, parecia ter saído das gravações de um dos filmes. A empolgação só não foi maior que a rapidez em comprar a vestimenta. Aos poucos, pedaços de plástico foram chegando no endereço de Johnson e, para a surpresa dos dois amigos, à medida que eles montavam a armadura, constatavam que ela não era tão autêntica como havia sido anunciada. A fantasia não se encontrava em condições apresentáveis, nem viseira o capacete possuía.

Ainda assim, Johnson tratou de vesti-la e compareceu na reestrela de *The Empire Strikes Back* (1980) tal qual um *stormtrooper* depois da batalha. Hoje, Johnson se recorda que depois da sessão tinha todos os motivos do mundo para nunca mais fazer aquilo novamente. Sofrera toda a sorte de zombaria de outras pessoas presentes no evento em sua cidade devido ao estado que se encontrava sua fantasia. Porém, isso não o desanimou, como a história nos conta.

Figura 12: Johnson caracterizado como *stormtrooper* para comparecer no relançamento de *The Empire Strikes Back* (1980), em 1997. Ao lado dele, Tom Crews.



Fonte: albinjohnson.com, 2007.

Passadas algumas semanas, Crews encontrara outra fantasia à venda na internet e, dessa vez, parecia de fato se tratar de um autêntico uniforme de *stormtrooper* saído dos filmes. Com tempo de causar o efeito que pretendiam no público - afinal, *Return of the Jedi* (1983) ainda seria relançado dali algumas semanas - os amigos juntaram suas economias e compraram o modelo encontrado na internet. Depois que a vestimenta chegou e eles puderam, enfim, montá-la, Johnson e Crews obtiveram a sensação de satisfação que procuravam há meses. Dessa vez, a fantasia era bem feita e, uma vez vestidos, pareciam autênticos *stormtroopers* saltados da tela do cinema. Assim como revela o próprio Johnson em entrevista para Mark Newbold, redator-chefe da Fantha Trecks, “[...] as fantasias eram de estireno e terrivelmente caras. Mas nada assim foi visto pelo público antes, então, o impacto foi enorme. E notei que quando Tom se juntou a mim, o efeito foi, exponencialmente, maior” (NEWBOLD, 2018).

Agora sem troça dos conterrâneos presentes na sessão, Johnson e Crews caminhavam pelo local, ou melhor, patrulhavam o ambiente, despertando certa intimidação nos demais ali presentes. Enquanto alguns adultos olhavam para eles com um semblante de curiosidade e indagação, crianças corriam deles e algumas até eram consoladas nos colos dos pais por estarem chorando. Foi aí que, como conta Johnson, "a ficha caiu [...] quanto mais *stormtroopers*, melhor o efeito. Eu resolvi que, de alguma forma, durante a minha vida, eu conseguiria juntar até dez *stormtroopers* no mesmo lugar. Esse era o tamanho da minha ambição" (TAYLOR, 2015, p. 63).

Figura 13: Johnson e Crews posam para foto como autênticos *stormtroopers*, em 1997.



Fonte: albinjohnson.com, 2007.

O feito na sessão de relançamento de *Return of the Jedi* (1983) parecia ter saído como planejaram os dois amigos de Columbia. Assim como se recorda Johnson,

No instante em que saímos juntos, a diferença era óbvia. Mesmos gritos, mesma adoração. Só que desta vez, as pessoas mantiveram distância. Se postássemos perto de uma porta, as pessoas passavam respeitosamente e acenavam. Forte contraste com o tratamento invasivo que recebi antes, quando fui sozinho. Eles não me viam mais como uma exposição de museu em exibição - tínhamos a aparência de uma unidade de soldados colocada lá para guardar alguma coisa. (JOHNSON, 2007)

Em seguida, ambos tiveram a ideia de publicizar o que ocorreu naquele dia. Assim, passaram a divulgar fotos da façanha em lojas de gibi, convenções *geeks*, feiras de *sci-fi* e onde mais conseguissem tornar aquilo de conhecimento público. A internet só veio posteriormente. Johnson criou um *website* geolocalizador para publicar suas fotos a fim de compartilhar a iniciativa com mais fãs de Star Wars. Foi tão somente depois disso que ele passou a escrever histórias sobre o protótipo de personagem que havia acabado de inventar: seu *stormtrooper* que, àquela altura, fora batizado por ele como TK-210⁵⁰.

Assim como Johnson conta, TK-210 e TK-512 (Crews) eram dois habitantes do bloco de detenção 2551 da Estrela da Morte. A ideia de narrar histórias sobre os dois personagens teria vindo porque isso, ainda segundo ele, “apelaria para a imaginação do fã, além de entusiasamá-lo para o esforço de se fantasiar. Então, criei [Johnson] uma história de fundo para uma unidade fictícia que se encaixaria no universo de Lucas” (NEWBOLD, 2018).

Quando criança, Johnson alimentara a ideia de criar um exército juvenil composto por seus melhores amigos do colégio. Tal tropa fora batizada por ele como *Fightin 501st*, em alusão ao número do esquadrão de pilotos de caça do pai no Corpo

⁵⁰ O único *stormtrooper*, até então, a receber um nome nos filmes de Star Wars foi o TK-421, quando perguntado por um comandante da Estrela da Morte o motivo de sua ausência em seu posto de patrulha. Desde então, a Legião 501 de Johnson recebeu milhares de combinações numéricas de três ou quatro dígitos colocadas depois das letras TK, nomenclatura oficial do cânone. Os números que Johnson escolheu deveu-se ao fato de seu aniversário ser no dia 2 de outubro. (TAYLOR, 2015)

Aéreo do Exército durante a Segunda Guerra Mundial. Motivado por uma dúvida que lhe ocorrera enquanto ainda era pequeno, Johnson resolveu o que, para ele, era um furo na história. Segundo o próprio, "por que Darth Vader sempre parecia ter um destacamento de *stormtroopers* por perto quando precisava deles? A *501st* era uma legião secreta, sem registros e sempre de prontidão: seria o Punho de Vader⁵¹" (TAYLOR, 2015, p. 64).

Sua iniciativa chamou a atenção, primeiramente, da mídia local, que tratou de promovê-la de maneira espontânea. Depois, a dupla de amigos passou a conceder entrevistas para jornais regionais e, posteriormente, de alcance nacional. Quando Crews percebeu, suas histórias estavam sendo publicizadas nos quatro cantos do mundo. Dessa forma, não demorou muito até que, ainda em 1997, Johnson e Crews recebessem alguns e-mails de pessoas que se apresentavam como *stormtroopers* de outras partes do país e, até, do continente. As cartas eletrônicas eram acompanhadas de fotos dos tais "colegas de trabalho da Estrela da Morte", devidamente fardados com suas respectivas armaduras de soldados imperiais; a maioria feita de maneira artesanal. Foi assim que os amigos perceberam que estavam lidando com uma coisa maior do que pretendiam inicialmente.

Vale considerar aqui a época, que antecedeu a era das redes sociais, como um detalhe relevante desse contexto. Em 1997, as comunidades virtuais se limitavam, ainda que precariamente, a *blogs*. A chamada blogosfera, termo que se refere ao universo dos *blogs*, ainda necessitaria de mais dois anos até que fosse cunhada pela primeira vez em 1999 por Brad L. Graham (VARELA, 2005). A comunicação digital, a nível doméstico, ainda era rudimentar e estava dando seus primeiros passos rumo ao momento em que vivemos hoje em dia.

Nos Estados Unidos da América de 1997 a ideia de uma conexão global de fãs ainda era inconcebível, mesmo que já viável. No entanto, a troca de figurinhas sobre Star Wars via internet estava ocorrendo na casa de dois cidadãos da cidade de Columbia, na Carolina do Sul. Assim como explica Shirky (2011),

⁵¹ *Vader's Fist*, no original. (TAYLOR, 2015)

a escala é parte importante da história, porque o excedente precisa ser acessível no todo. [...] as pessoas devem ser capazes de doar seu tempo livre a esforços coletivos e produzir um excedente cognitivo, em vez de fazer apenas um monte de esforços individuais minúsculos e desconexos. Parte da história da escala agregada tem a ver com o modo como a população instruída usa seu tempo livre, mas a outra parte está ligada ao próprio agregamento, com o fato de estarmos cada vez mais conectados num único panorama de mídia compartilhado. (SHIRKY, 2011, p. 26)

Os e-mails não paravam de chegar de todas as partes dos Estados Unidos, com pedidos e solicitações de pessoas dos lugares mais diferentes possíveis que queriam saber como poderiam fazer parte daquele movimento. Sim, a partir desse ponto Johnson e Crews haviam iniciado um movimento sem volta e, dentro da história da cultura de fã na indústria cinematográfica, sem precedentes. O fenômeno encabeçado pelos dois amigos havia sido iniciado, mesmo que despretensiosamente, e, a partir daí, nada mais poderia deter a horda de homens com roupas de sucata e plástico que estava por vir.

4.2 O início da marcha imperial

Se Johnson, em 1997, havia imaginado juntar dez pessoas para marcharem juntas vestidas de *stormtroopers*, em poucos anos, desde então, a Legião 501 superou qualquer expectativa. Depois de publicar em seu recém-criado website a foto de um dos fãs que enviou sua foto num pôr do sol no Canadá, nomeando-o como o terceiro membro da 501st, dezenas de outras pessoas pediram para que ele fizesse o mesmo com elas. E foi o que Johnson fez: registrou as mais de 40 pessoas no Batalhão, atribuindo-lhes identificações e catalogando-as com seus respectivos números de *stormtroopers*.

Também em 1997, Johnson e Crews chegaram, ao que para eles era, o mais perto do cânone cinematográfico que podiam. Naquele ano, fizeram uma participação especial num evento que ocorreu numa loja de HQ's sobre cultura *geek*, cujo convidado especial a integrar a mesa de autógrafos era Peter Mayhew, o ator que deu vida a um

dos mais conhecidos personagens da franquia, o Chewbacca. Na convenção, Johnson e Crews puderam conhecer o intérprete de perto, além de o convidar a fazer parte do recém-fundado fã-club. Johnson se recorda que

Peter Mayhew estava programado para aparecer em uma convenção em Columbia numa loja de quadrinhos. [...] Tom e eu aparecemos e entretivemos os fãs que ali estavam esperando para tirar uma foto com Mayhew. Tentamos também dar algum apoio logístico a Peter. Para o nosso prazer, o homem era caloroso e amigável com todos os fãs que ali estava conhecendo. Inclusive, conosco. Bastante cavalheiro. (JOHNSON, 2007)

Figura 14: Peter Mayhew na frente e Johnson caracterizado de *stormtrooper* atrás.



Fonte: albinjohnson.com, 2007.

Os meses que se seguiram depois de Johnson e Crews vestirem as suas armaduras pela primeira vez, em Columbia, ainda reservariam algumas surpresas para os dois amigos. Alguns sites que ajudavam os fãs a encontrarem fantasias de *stormtroopers* e outros personagens de Star Wars começaram a surgir na *web*, fato que à época pareceu revolucionário diante do caráter amador do movimento encabeçado na Carolina do Sul. Fã-sites como o Studio Creations Definitive How To, o Jedi-Academy e o Monkey in a Dryer não só ajudavam a localizar as vestimentas mais próximas a serem vendidas, mas também ensinavam outros fãs a fabricarem seus próprios *cosplays*,

seguindo um padrão de qualidade para se obter com a fantasia a fim de se atingir o nível visto na tela do cinema.

No ano seguinte à criação do grupo, em 1998, apenas um ano antes de *The Phantom Menace* (1999) estrear nos cinemas de todo o mundo, a *501st* já contava com 61 adeptos oficialmente registrados, todos espalhados pela América do Norte; a maioria, no entanto, composta por estadunidenses. Naquele mesmo ano, Johnson e Crews organizaram o primeiro encontro oficial do fã-clubes que haviam acabado de fundar. O evento foi batizado como DragonCon e ocorreu entre os dias 3 e 6 de setembro na cidade de Atlanta, capital do estado da Geórgia, nos Estados Unidos. Foi o primeiro encontro presencial dos primeiros integrantes registrados na Legião 501.

Com a ajuda de amigos, Johnson passou a distribuir panfletos em convenções e feiras *geeks* com a seguinte chamada: "Você é leal? Trabalhador? Completamente dispensável? Junte-se à Legião Imperial *501st*" (TAYLOR, 2015, p. 64). Com isso, ele visava agregar ainda mais adeptos ao lado 501 da Força. E foi o que ele conseguiu.

O convite rendeu ainda maior visibilidade para o grupo. Cartas chegavam de várias partes da Carolina do Sul e do restante do país. Elas chegavam tanto física quanto virtualmente, com demonstrações de interesse por parte de outros fãs de Star Wars adormecidos pelo tempo. Esses mesmos fãs estavam, agora, reacendendo suas paixões pela franquia devido à movimentação que o início da nova trilogia estava fazendo; mas, também, e principalmente, por conta da nova moda inaugurada por Johnson e Crews de se vestirem como *stormtroopers* ao frequentarem as sessões de cinema.

E na estreia de *The Phantom Menace* (1999), isso mostrou o tamanho de sua dimensão quando focos de *cosplayers*⁵², não só de *stormtroopers*, mas também de outros personagens, começaram a surgir durante as *premières* do filme pelo mundo todo. Porém, diferentemente do movimento iniciado por Johnson e Crews, esses fãs

⁵² A palavra em inglês *cosplay* é a contração das palavras *costume* + *play*, que na tradução para o português significam fantasia/traje + brincar/interpretar. Assim, quem faz um *cosplay* é denominado como *cosplayer*, um indivíduo que gosta de interpretar uma personagem que admira, sendo ela ficcional ou não, trajando e se comportando como ela, além de investir para isso tempo, dinheiro, pesquisa e dedicação a fim de se conceber uma fantasia e performance à altura daquilo que pretende representar. (NUNES, 2015)

caracterizavam-se de outras formas, buscando homenagear e, até, proporcionar uma interação *cosplayer* com outros fãs presentes nessas sessões. As personagens escolhidas por eles iam desde Darth Vader, Luke Skywalker e Princesa Leia até Obin-Wan Kenobi, Darth Maul e Imperador Palpatine.

Figura 15 - fila da *première* de *The Phantom Menace* (1999) na Odeon Leicester, em Londres.



Fonte: SORENE, 2014.

Porém, vale dizer que esse fenômeno sociocultural não foi, propriamente, um advento dos dois amigos de Columbia. Essas manifestações já podiam ser vistas em feiras e convenções de *sci-fi*, além de, inclusive, sessões de cinema; tendo surgido pela primeira vez nos Estados Unidos na década de 1930 e, posteriormente, popularizaram-se no Japão na década de 1980 (SILVA; NUNES, 2018).

O ineditismo no empreendimento de Johnson e Crews talvez tenha sido a realização de tal façanha num momento em que a internet dava seus primeiros passos rumo à globalização, ora por meio dos endereços eletrônicos domésticos ora pela conexão mundial viabilizada pela *blogosfera*, anteriormente discutidos neste capítulo. O fato é que o canal aberto por Johnson forneceu uma linha de comunicação direta com milhares de fãs que também desejavam fazer parte daquela iniciativa e isso desencadeou o fenômeno sociocultural que se tornou a Legião 501 nas últimas duas décadas.

Johnson e Crews marcaram presença na estreia de *The Phantom Menace* (1999) com seus *cosplayers*. E, apesar de Crews ter se mantido fiel à caracterização de *stormtrooper*, agora, diferentemente dos relançamentos dos três primeiros filmes, Johnson ampliou suas possibilidades e foi fantasiado de Boba Fett, um dos antagonistas mais cultuados pelos fãs da saga cinematográfica.

Figura 16 - Albin Johnson e Tom Crews fantasiados de Boba Fett e *stormtrooper*, respectivamente, ao lado de um fã fantasiado de Han Solo, durante a *première* de *The Phantom Menace*, em 1999.



Fonte: JOHNSON, 2007

Apenas dois anos após a primeira aparição numa sessão de cinema caracterizados como soldados imperiais, em 1999, a *501st* contava com sua primeira centena de adeptos; precisamente, 147 integrantes. Todos eles detentores de vestimentas fiéis aos personagens vistos nos filmes. Aliás, esse foi um dos primeiros critérios adotados pela dupla a fim de estabelecer uma identidade e qualidade para ser aceito no recém-fundado fã-club. Desse modo, seria necessário possuir, seja comprando ou fabricando artesanalmente, sua própria fantasia de *stormtrooper* que passaria por uma criteriosa avaliação de qualidade feita pelos membros fundadores.

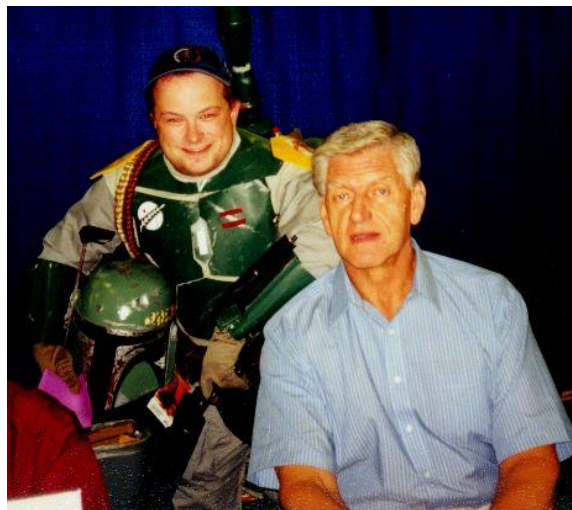
Ao contrário do que se imagina, as regras impostas pelos fundadores da Legião 501 não afastaram o público. Na verdade, elas aproximaram fãs que, verdadeiramente,

gostariam de fazer parte de algo que impusesse critérios e estabelecesse padrões de qualidade. Assim como explicam Fraade-Blanar e Glazer (2018),

Fãs esperam um nível de respeito em resposta ao entusiasmo deles, e com razão [...] Fãs são rápidos em calcular quanto valor monetário estão dispostos a atribuir ao seu zelo; contudo, poucos membros de uma audiência têm algum conceito dos verdadeiros custos envolvidos no fornecimento e manutenção de um objeto de fã. (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 214)

Ainda em 1999, Johnson conseguiu reunir um número maior de membros na segunda edição da DragonCon, que contou ainda com outros fã-clubes de Star Wars, como o Starship Troopers e o Tusken Raiders. O fim da década proporcionaria mais uma última surpresa a Johnson. Isso porque, no findar de 1999, um pouco depois do fã-clubes arregimentar 145 adeptos, Johnson conheceu Dave Prowse, ator que interpretou Darth Vader na trilogia original (1977 - 1983), e o convidou⁵³ a integrar a Legião 501 com o título de Líder Honorário do grupo.

Figura 17: Albin Johnson caracterizado de Boba Fett posando ao lado de Dave Prowse.



Fonte: albinjohnson.com, 2007.

⁵³ Dave Prowse apenas aceitaria o convite, oficialmente, meses depois, em março de 2000, após verificar com seus advogados se o aceite traria implicações legais perante a Lucasfilm. A resposta positiva de Prowse animou Johnson a convidar outros membros do elenco e produção de Star Wars a receberem títulos honorários da Legião 501. (JOHNSON, 2007).

Em 2000, a primeira versão do site oficial da Legião foi lançada. Agora, o *website* com geolocalização que apenas publicava fotos se transformou num site oficial, inaugurando a marca Legião 501, além de possuir um domínio próprio na rede a partir de abril daquele ano. A idealização do site ficou a cargo de Scott Hawkins, um dos primeiros membros do Batalhão a se registrar no fã-clube. E, além de fazer o registro do domínio 501st.com na rede, Hawkins também foi o responsável por atualizar o logotipo do grupo, que, agora, passou a adotar um posicionamento mais profissional diante dos participantes e do público em geral. A administração do site, à época, ficou sob a responsabilidade de Jason Brooks, outro adepto do fã-clube.

Figura 18: À esquerda, primeiro logotipo criado por Johnson, em 1999, para a Legião 501, ainda com a inscrição *Fighting*, inicialmente pensada. À direita, o logotipo atualizado por Hawkins para o novo site do fã-clube, lançado em 2000.



Fonte: albinjohnson.com, 2007.

Em 2001, dois anos após o lançamento do primeiro filme da trilogia *prequel*, o fã-clube arregimentou pouco mais de 300 *warsies* ao redor do mundo para o Punho de Vader. No início daquele ano, Johnson recebeu um e-mail que convidava integrantes da 501st a participarem das filmagens de um *fan film* que seria rodado em Wilmington, na Carolina do Norte. Com a ajuda de David Finleyson, Johnson viajou até Wilmington e, após convocação feita aos demais *stormtroopers* do Punho de Vader, o *fan film* pôde começar a ser filmado. Devido a problemas e conflitos internos entre os próprios

idealizadores do projeto, o curta-metragem foi arquivado e nunca chegou a ser lançado na web.

Figura 19: Johnson, Finleyson e outros membros do elenco posando para a foto no set de filmagem do *fan film*.



Fonte: albinjohnson.com, 2007.

Em 2002, ano de estreia de *Attack of the Clones* (2002), a Legião 501 registrou outro feito: 150 membros oficiais compareceram na convenção Star Wars Celebration II, ocorrida em Indianápolis, no estado de Indiana. A Celebration é considerada a maior convenção do mundo sobre Star Wars, especificamente. Organizada pela própria Lucasfilm, é tida também como um evento oficial da franquia. Assim como se recorda Johnson,

a convenção Celebration foi transferida para Indianápolis, Indiana e para um centro de convenções muito mais acessível, em frente à cúpula da RCA. Foi aqui que a 501st consolidou sua reputação como uma organização de elite com trajes profissionais, oferecendo-se para garantir a segurança da convenção. A Wizards of the Coast, que administrou a convenção naquele ano, não fazia ideia do tamanho da multidão que compareceria. Portanto, foi um grande alívio ver *stormtroopers* blindados nos pontos críticos de controle, mantendo as multidões controladas e o clima do ambiente leve. A Celebration II também foi o primeiro envolvimento em larga escala das celebridades com a Legião. Mais de trinta Associações Honorárias foram apresentadas apenas no primeiro dia, convidando as estrelas de Star Wars a se tornarem parceiras da 501st. (JOHNSON, 2007)

Também em 2002, a *Star Wars Insider*⁵⁴, uma das principais publicações sobre Star Wars e tida por muitos fãs como a principal fonte de informação sobre a franquia, veiculou a primeira matéria completa sobre a história da Legião 501. Naquele ano, os organizadores da segunda edição se viram obrigados a aceitarem a oferta feita por Johnson e Crews para que a *501st* pudesse fazer a segurança do local do evento, além de servirem também como *staff* da convenção, ao constatarem que a empresa contratada para tal era insuficiente frente às mais de 30 mil pessoas presentes naquela ocasião.

A eficiência e a organização do Punho de Vader comandado pelos dois amigos de Columbia foram reconhecidas por Chau e Lucas naqueles quase 3 dias de evento ocorridos entre 3 e 5 de maio de 2002. E a parceria não poderia vir em momento melhor, tanto para a Legião 501 quanto para a Lucasfilm. Isso porque o motivo principal da existência do evento naquele ano era a divulgação do novo filme da trilogia *prequel*, *Attack of the Clones* (2002), cujo foco do enredo paira sobre os soldados de armaduras brancas, mais conhecidos como *stormtroopers*.

Se em 5 anos, entre 1997 e 2002, a Legião chamou a atenção de fãs de diversas partes do mundo pelo comparecimento em eventos pequenos e isolados, agora, a partir da Celebration II, a *501st* não só havia sido notada pelo próprio criador da obra, como também havia sido reconhecida por ele.

⁵⁴ Inicialmente conhecida como The Lucasfilm Fan Club, a revista está em atividade desde 1987, sendo a principal publicação impressa sobre Star Wars no mundo. Atualmente, está sob o comando da Titan Comics & Magazines. (TAYLOR, 2015)

Figura 20 - integrantes da Legião 501 posando para foto na Star Wars Celebration II, ocorrida em 2002, na cidade de Indianápolis, nos Estados Unidos.



Fonte: HOLLEY, 2012.

Assim, a partir dessa primeira ocorrência, em que a Legião 501 foi incorporada pela Lucasfilm de maneira orgânica em sua convenção oficial, o Batalhão passou a ser recorrente em demais eventos da marca, feiras *geeks* e também convenções extra-oficiais criadas pelo próprio *fandom*. É importante ressaltar o caráter voluntário dessas aparições nesses eventos. O fã-club de Johnson e Crews não era pago para participar ou, até mesmo, exercer uma atividade dentro da dinâmica dessas convenções.

Entre os principais eventos cuja participação da 501st foi demandada, estão as convenções Field of Magic of Myth, ocorrida em Chicago, a Feira Estadual da Carolina do Sul e a StellarCon, em High Point, na Carolina do Norte. Foi, inclusive, na StellarCon que Johnson conheceu Michael Stackpole, Aaron Allston e Timothy Zahn, todos autores de livros do universo expandido de Star Wars. No evento, os três aceitaram o convite de Johnson de integrarem a Legião como membros honorários e Zahn demonstrou particular interesse na idealização e fundação do grupo. A história revelou que, no futuro, tal interesse na Legião se manifestaria na produção de um novo livro do universo expandido que incluiria o Punho de Vader.

O fato é que os integrantes da 501st se voluntariavam para participar dessas convenções pela simples oportunidade de exercerem seus *cosplayers* de maneira orgânica a partir do contato com os universos fantásticos que essas feiras

proporcionam, sobretudo aquelas cujos temas flutuam na perspectiva da *space opera* de Star Wars. Assim como relata Taylor (2015),

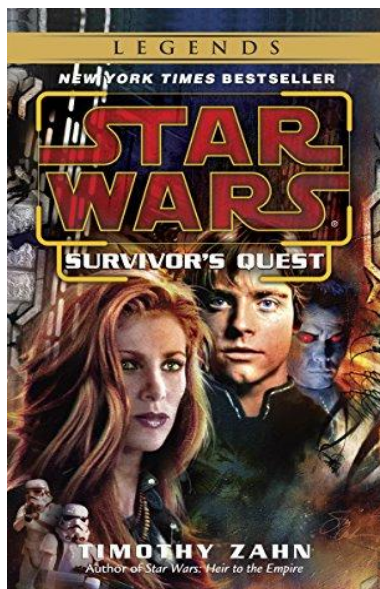
A Lucasfilm foi conquistada pelos incansáveis e superorganizados *troopers* e começou a utilizar a *501st* como voluntários para todos os seus eventos. Empresas licenciadas da Lucasfilm vieram a seguir. Se você já esteve em um dos Dias de Star Wars [Star Wars Day, no original] que acontecem em dezenas de estádios de beisebol por todos os Estados Unidos, se você já viu vários *stormtroopers*, ou Darth Vader ou Boba Fett em uma loja, cinema ou shopping center, é praticamente certo que você tenha visto as forças da *501st*. (TAYLOR, 2015, p. 64).

A ideia encabeçada por Johnson e Crews àquela altura já havia se transformado num fenômeno da cultura pop em escala mundial. Dois anos depois da segunda edição da Celebration que coroou a *501st* como uma reconhecida organização oficial de fãs, em 2004, apenas um ano antes do lançamento do episódio final da trilogia *prequel*, Johnson e Crews tiveram, pela primeira vez, a real dimensão do tamanho que suas empreitadas haviam tomado.

Naquele ano, Zahn, um dos principais colaboradores do cânone transmidiático⁵⁵ da saga, que havia conhecido Johnson dois anos antes, lançou *Survivor's Quest* o primeiro romance a integrar, oficialmente, a Legião 501 em sua história. Lançado, primeiramente, na internet em fevereiro de 2004, o romance só foi publicado de forma impressa no dia 28 de dezembro daquele ano. A trama envolve Luke Skywalker numa rede de intrigas da Nova República cujos aspectos se relacionam com os *stormtroopers* da Legião 501; que fazem uma participação especial na história. Intencionalmente ou não, a partir dali, o Punho de Vader poderia ser considerado parte integrante da trama *space opera* idealizada por Lucas 27 anos antes. Um trunfo que qualquer fã da saga almejaria possuir.

⁵⁵ Até 2012, ano que marcou a compra da Lucasfilm pela Walt Disney Company, todos os materiais transmidiáticos lançados pela Lucasfilm eram considerados parte do universo expandido do cânone da saga de Star Wars. A partir de 2012, depois da compra consolidada, a Walt Disney decidiu que todas essas histórias criadas até aquele ano em mídias diversificadas, como *videogames*, jogos e livros, receberiam o selo *Legends*; ou seja, não seriam totalmente descartadas, mas sim consideradas lendas dentro do cânone narrativo da franquia. (TAYLOR, 2015)

Figura 21 - capa do romance *Survivor's Quest* publicado pela Del Rey Books.



Fonte: Wookieepedia, 2019.

Não bastasse a integração no universo expandido feita por Zahn em *Survivor's Quest* (2004), a Legião 501 ainda seria surpreendida por outras decisões da Lucasfilm que incluíam em seus planos o Batalhão originado em Columbia. Ainda em meados de 2004, Johnson recebeu a notícia que mudaria sua vida para sempre: a *501st* estaria no próximo filme de Star Wars, o último da trilogia *prequel*; consagrando-se, assim, como o primeiro *fan labor* a integrar, oficialmente, o cânone cinematográfico da saga. Nem Johnson nem Crews poderiam imaginar ou sequer tinham a ambição de que suas criações fossem tão longe ou seriam tão bem recebidas pela Lucasfilm, muito menos que um dia fariam parte da franquia cinematográfica de Star Wars.

Em 2005, oito anos após a criação da Legião 501, Johnson a viu em ação pela primeira vez na tela do cinema durante as sequências de *Revenge of the Sith* (2005). Porém, o fundador do grupo havia se preparado para tal emoção pouco tempo antes disso. Apenas há alguns meses, Johnson havia recebido de um integrante da guarnição de Tóquio, no Japão, um boneco de um *stormtrooper*. Mas o que lhe chamara a atenção foi que na caixa do brinquedo, entre os caracteres japoneses, havia o número

501 inscrito. A fabricante era a Hasbro e, desde então, a empresa tem produzido milhares de bonecos semelhantes aquele recebido por Johnson.

Figura 22 - primeiras unidades de *action figures* de *stormtroopers* da Legião 501 comercializadas no Japão pela Hasbro. Ao lado, imagem ampliada com a inscrição 501 na embalagem.



Fonte: albinjohnson.com, 2007.

Mas essa relação entre a marca e o *fan labor* de Johnson e Crews, que parecia ser promissora, começou a apresentar seus primeiros sinais de desgaste logo no início. Algumas manifestações isoladas de fãs que não entenderam a proposta de Johnson com a Legião 501 começaram a chegar de algumas partes do mundo por meio da internet. As alegações feitas por esses fãs acusavam Johnson de apropriação dos direitos autorais de Star Wars, principalmente, depois que os brinquedos começaram a ser produzidos pela Hasbro. Tais afirmações incomodavam os amigos de Columbia que, até aquele ponto, não havia lucrado com absolutamente nada que a 501st tivesse feito ou produzido - até mesmo porque os brinquedos não foram ideia de Johnson e sim da Lucasfilm que estava visando o lançamento de *Revenge of the Sith* (2005) com o Batalhão integrado à história.

Pelo contrário, os gastos e as despesas com fabricações de armaduras e viagens para convenções eram frequentes e sempre bancados pelos próprios integrantes do grupo. Não havia nenhuma contrapartida financeira da Lucasfilm, que se

beneficiava com o trabalho voluntário de centenas de fãs que aderiram, espontaneamente, a proposta da Legião 501.

Outro ponto da história que gerou desgaste na relação entre a marca e *seu fan labor*, e esse um pouco mais grave na concepção de Johnson, foi o fato de a Legião 501 ter sido utilizada por Lucas em *Revenge of the Sith* (2005) numa cena tida por muitos, entre público e crítica, como polêmica e desnecessária: o momento em que o recém-cunhado Darth Vader, ainda sob uma versão sombria de Anakin Skywalker, entra num templo Jedi acompanhado do Batalhão para assassinar jovens aprendizes *padawans*, ou, em outras palavras, crianças.

Isso não foi bem recebido por Johnson. Pelo contrário, houve um desconforto em ver sua criação sendo utilizada num texto que, para eles, era reprovável. Esse episódio da história ainda é tema de um dos maiores incômodos e arrependimentos de Johnson, principalmente porque naquele mesmo ano, em 2005, sua filha primogênita, Katie Johnson, de 7 anos, estava atravessando um câncer terminal no cérebro que a levou a óbito no dia 9 de agosto de 2005, apenas dois meses depois da estreia de *Revenge of the Sith* (2005).

Esses contratempos foram contornados pelo próprio Lucas em 2007, quando ele se tornou o mestre de cerimônias do Torneio da Parada das Rosas⁵⁶, em Pasadena, no estado da Califórnia. Lucas aceitou o convite, mas pediu que a Legião 501 estivesse presente na celebração, cuidando, pessoalmente, que todos os integrantes interessados em comparecer no evento, independentemente do lugar onde morassem, pudessem viajar até a Califórnia para o desfile. Desse modo, Lucas pagou pela emissão de todas as passagens dos soldados imperiais que quisessem participar da cerimônia. Cerca de três centenas de *stormtroopers* do Punho de Vader, de todas as partes do mundo, marcharam acompanhando o carro alegórico de Lucas ao longo dos 9 quilômetros do desfile. E, assim como conta Taylor (2015),

⁵⁶ No original, a Rose Parade é uma das mais tradicionais celebrações dos Estados Unidos. Acontece, anualmente, desde 1890 e celebra a chegada do novo ano. Em 2007, foi a vez de Lucas receber a honraria e comandar o evento, sendo convidado a comparecer como mestre de cerimônias. (TAYLOR, 2015).

No fim da marcha excruciante, os *troopers* colocaram os baldes - como eles chamam os capacetes - de volta e posaram para fotos com Lucas. Steve Sansweet⁵⁷, da Lucasfilm, insistiu em apresentar Lucas e Johnson, dois tímidos que preferem comandar as coisas dos bastidores. “Bom trabalho por tudo isso”, disse Lucas. “Isso foi tudo você!”, foi o máximo que Johnson conseguiu gaguejar diante do Criador. “Não” - respondeu Lucas - “Eu criei Star Wars” - ele gesticulou para as fileiras de *troopers* de armaduras brancas, em rígida posição de sentido e portando as bandeiras de suas guarnições - “Você fez isso. Estou muito orgulhoso”. Foi o suficiente para deixar um sujeito tão cheio de si que jamais caberia dentro de um balde novamente. Mas mesmo depois daquele momento ímpar de aprovação, Johnson mantém a capacidade de avaliação. “Vocês todos aí, se não estão se divertindo, então isso é apenas uma fantasia”, diz ele para os comandantes das guarnições. [...] “Se alguém no clube estiver ficando sério demais, usaremos esse lema: Sim, nós somos homens do espaço de plástico” (TAYLOR, 2015, p. 66)

Certamente, nada que Johnson pudesse imaginar em 1997, quando deu início a um dos movimentos mais relevantes da história do *fandom* da franquia, poderia chegar perto de tal realização, mas a *501st*, ainda assim, teria mais histórias para contar.

4.3 O legado do Punho de Vader

Atualmente, a Legião 501 é o segundo⁵⁸ maior fã-clubes organizado do mundo, com membros devidamente registrados. São, ao todo, 28.381 *warsies* ativos em 47 países distribuídos pelos 5 continentes do globo. Com mais de 60 guarnições locais, conta ainda com 29 postos avançados⁵⁹. Outro dado que chama a atenção é o crescimento no número de mulheres aderentes ao grupo que, hoje, somam mais de 20% do total de membros registrados.

A expansão do catálogo de personagens começou aos poucos e de forma cautelosa. A princípio, em 1999, apenas uma única pessoa conseguiu entrar para o

⁵⁷ Stephen J. Sansweet é o atual presidente do Rancho Obi-Wan, um museu com a maior coleção de artigos sobre Star Wars do mundo. Até 2011, ano em que se aposentou, Sansweet foi diretor de gerenciamento de conteúdo e chefe do departamento de relações com os fãs da Lucasfilm. (WOOKIEPEDIA, 2019).

⁵⁸ Perde apenas para a Sociedade para o Anacronismo Criativo, um grupo com mais de 30 mil integrantes cadastrados que celebra os períodos medieval e renascentista por meio da confecção de roupas, reprodução de costumes e estilos de vida dessas épocas. (TAYLOR, 2015).

⁵⁹ Como são chamadas as unidades que contém menos de 25 integrantes. (TAYLOR, 2015).

grupo sem que tivesse uma fantasia de *stormtrooper*, ainda que tivesse uma de Darth Vader. Quem conseguiu tal feito foi Mark Fordham, um atirador de elite da SWAT que morava no estado do Tennessee, sudeste dos Estados Unidos, quando se dirigiu fantasiado de Darth Vader para uma das sessões de *The Phantom Menace* (1999) em sua cidade. Ao chegar lá, deparou-se com um punhado de integrantes da Legião 501, todos eles parados em frente a entrada do cinema.

Logo Fordham descobriu que era muito mais divertido, do ponto de vista de alguém que incorpora o Darth Vader, andar escoltado por soldados *stormtroopers* do que sozinho. A partir dali, o atirador de elite da SWAT não demorou para entrar em contato com Johnson a fim de saber quais eram as regras ou o que ele precisava fazer para integrar a Legião 501. Para a sua surpresa, a primeira e principal delas era vestir-se como um *stormtrooper*. Então, convencido de que o batalhão precisava de um líder, tal como os filmes mostravam, Fordham conseguiu entusiasmar Johnson com a mesma ideia, fazendo-o não só aceitar um Vader na 501st, mas também o elegendo como comandante global de todo o batalhão; dando um sentido mais concreto ao termo Punho de Vader, cunhado por Johnson dois anos antes, em 1997.

E mesmo que a parceria entre Fordham e Johnson tenha obtido certo sucesso no começo, ainda levariam alguns anos até que a Legião 501 passasse a aceitar em seu portfólio integrantes com vestimentas de outras personagens. Para isso, era necessário antes definir um critério, que foi rapidamente sugerido pelas guarnições de Tóquio e Nova York: apenas personagens que pertencessem ao Império ou ao lado negro da Força poderiam participar do grupo. Ainda assim, o candidato haveria de passar por uma criteriosa avaliação do nível de qualidade de sua fantasia/vestimenta como prova final à vaga que estivesse pleiteando na Legião.

O grupo cresceu de forma imprevista por seus fundadores. Como supracitado, Johnson decidiu aceitar qualquer membro com uma proposta diferente de caracterização/personagem, desde que ela pertencesse ao Império ou ao lado negro da Força. Atualmente, para se filiar ao Batalhão, os candidatos enviam suas fotos à comissão julgadora, formada por comandantes da guarnição local mais próxima, que

avalia não só os detalhes da fantasia por si só como o *cosplayer* montado de cada um deles. Abaixo, segue a lista completa e atualizada⁶⁰ do catálogo dos membros registrados de acordo com a categoria da personagem, segundo o site oficial da Legião 501:

Tabela 1 - Relação de fãs registrados na Legião 501:

Categoria de personagem	Nº de membros
<i>Stormtrooper</i>	5.447
<i>Sandtrooper</i>	931
<i>Snowtrooper</i>	774
<i>Tie Pilot</i>	4.361
<i>At-At Driver</i>	411
<i>Biker Scout</i>	1.363
<i>Sith Lord</i>	1.806
<i>Bounty Hunter</i>	879
<i>Imperial Officer</i>	3.042
<i>Imperial Gunner</i>	686
<i>Navy Trooper</i>	386
<i>Royal Guard</i>	714
<i>Special OPS</i>	945
<i>AT-ST Driver</i>	260
<i>Clonetrooper</i>	451
<i>Imperial Crew</i>	1.820
<i>Denizen</i>	2.340
<i>Arc Trooper</i>	81

⁶⁰ Dados coletados em outubro de 2019 no site oficial da *501st Legion*.

<i>Kashyyyk Trooper</i>	56
<i>Clone Commander</i>	329
<i>Clone Pilot</i>	20
<i>Clone Spec OPS</i>	57
<i>Galactic Marine</i>	37
<i>Republic Commando</i>	109
<i>Dark Side</i>	898
<i>Shoretrooper</i>	355
Total	28.381

Fonte: *501st.com*, 2019.

O Punho de Vader está em atividade até hoje e, atualmente, participa de eventos de caridade, além de mobilizar doações à instituições filantrópicas. Assim como conta Johnson,

[a Legião] realiza trabalhos de caridade para The Candle Lighters, The Jimmy Fund, Dana Farber, March of Dimes, Make-A-Wish, St. Jude's, Toy's For Tots, The Ronald McDonald House, Aids Walks e muitas outras instituições de caridade (NEWBOLD, 2018)

O envolvimento da 501st com o universo da filantropia começou a se dar em 2004, quando Katie Johnson, a segunda filha de seu fundador, foi diagnosticada com um câncer cerebral, com apenas 6 anos de idade. Como supracitado, infelizmente, Katie não resistiu ao tratamento e faleceu no ano seguinte, no dia 9 de agosto de 2005, apenas pouco mais de dois meses depois do lançamento mundial de *Revenge of the Sith* (2005), filme que lançou o Batalhão de Johnson nos cinemas.

Solidarizando-se com a perda de Johnson, a R2-D2 Builders, fã-clube que se dedica a construir robôs e bonecos do dróide astromecânico R2-D2, criou uma

personagem em homenagem a Johnson e sua filha. Nomeada como R2-KT⁶¹, a dróide é uma representação de R2-D2, mas, em vez das cores originais em azul, foi concebida em tons de rosa, cor favorita de Katie. Atualmente, a personagem criada pela R2-D2 Builders em parceria com a Legião 501 foi incorporada pelas guarnições espalhadas pelo mundo, a fim de se promover visitas a alas infantis de hospitais de câncer e outras instituições que cuidam de crianças internadas. Além disso, também passou a fazer parte do universo expandido da franquia quando apareceu, oficialmente, pela primeira vez no 13º episódio da primeira temporada de *The Clone Wars* (2008-2014), série de desenho animado desenvolvida para a televisão. E, por fim, integrou o cânone da saga cinematográfica quando participou de *The Force Awakens* (2015), primeiro filme da trilogia pós-Disney.

Figura 23: À esquerda, Johnson ao lado da dróide R2-KT, criada pela R2-D2 Builders. À direita, Jordan Hembrough, apresentador do canal oficial de Star Wars no YouTube.



Fonte: starwars.com, 2018.

⁶¹ Nota do autor: a nomenclatura pegou emprestadas as consoantes do nome de Katie.

5 FAN FILM: O FÃ É SEU PAI

“Este é um filme de fãs não oficial e sem fins lucrativos que não se destina ao uso comercial. Foi feito apenas por diversão”. É com essa mensagem de isenção de responsabilidade que os *fan films* são veiculados, em sua maioria, seja no início ou no final da obra. Alguns deles deixam a mensagem por escrito na seção de descrição do vídeo que o YouTube reserva a cada postagem feita. A mensagem continua: “Star Wars é de propriedade da Lucasfilm e da Walt Disney Company e o *fan film* em questão não está conectado de forma alguma às empresas mencionadas”. Ou seja, o fã responsável pela obra deixa claro que aquele produto não possui nenhum tipo de vínculo com as empresas detentoras dos direitos autorais, muito menos recebeu qualquer tipo de ajuda de custo para a sua realização. Trata-se, então, de uma obra autoral, feita por fãs para fãs e que não pretende ser um produto que se integre oficialmente à marca.

Este capítulo abordará *fan films* específicos, tendo eles sido idealizados, roteirizados, estrelados, dirigidos, produzidos ou co-produzidos em parceria com o fã-clubes Legião 501 ou, ainda, tendo recebido apoio na realização por pelo menos um integrante da *501st*. Para tal, foi feito um mapeamento das respectivas obras, tendo como único critério para seleção produtos audiovisuais sem fins lucrativos publicados e veiculados na plataforma de compartilhamento de vídeos do YouTube. A fim de estabelecer um fichamento e um mapeamento dos principais produtos audiovisuais criados, produzidos ou que se relacionam com o fã-clubes em questão. Foram considerados dados históricos pertinentes às suas elaborações para o fichamento dessas obras.

Assim, foram encontrados 10 *fan films* no YouTube que, de alguma maneira, estão conectados ao universo da Legião 501, tendo seus integrantes produzido, co-produzido, estrelado ou inspirado o processo criativo das respectivas obras audiovisuais. Nas próximas subseções, seguem os fichamentos de todos os *fan films* encontrados no site de compartilhamento de vídeos do YouTube.

5.1 Scout: A Star Wars Story

Dirigido por Preston Yarger e Nicolas Alayo, que também assinam o roteiro e a edição do projeto, *Scout: A Star Wars Story*⁶² é um curta-metragem de pouco mais de 10 minutos. Hospedado no canal homônimo, criado para a sua divulgação, o curta foi lançado no dia 22 de março de 2017 no YouTube e, atualmente, possui cerca de 160 mil visualizações, além de 5 mil curtidas. Nesse mesmo canal, foram publicados *trailers*, *teasers* e vídeos de *making of* para divulgar o projeto. Todos eles somados totalizaram mais de 14 mil visualizações.

O enredo se passa durante os acontecimentos narrados em *Return of the Jedi* (1983) e conta a história de Dax Orrell, um soldado perdido na Lua Florestal de Endor. Dax é um soldado rebelde que se perde de seu grupo. Ele pede ajuda por rádio, mas não obtém resposta. Assim, decide caminhar em direção ao acampamento da sua guarnição. Ao longo da floresta, Dax é atacado por um escoteiro imperial que o impede de seguir seu caminho. Ao se enfrentarem, Dax descobrirá algo que mudará o combate, colocando-o em conflito interno.

Produzido pelas produtoras independentes HDH Pictures e Alayo Pro, em associação à Yellow Rose e à 501st Legion, o curta-metragem tem J. J. Schindler e Jacob Williams como produtores criativos, além de ser estrelado por Louie Chapman, Jonathan Carlson e Reno Muren. A direção de fotografia é assinada pela dupla Preston Yarger e Andrew Ascough e mixagem de som de Miley Durbin. A trilha sonora e a sonoplastia utilizadas foram as originais compostas e produzidas por John Williams e Ben Burtt, respectivamente, em 1977.

Trata-se de um *fan film* desenvolvido em parceria de diferentes produtoras e organizações independentes de fãs de Star Wars, estando entre elas a Legião 501, mais precisamente a guarnição The Golden Gate Garrison, unidade localizada no norte da Califórnia. Os membros da guarnição envolvidos na produção de *Scout: A Star Wars Story* (2017) foram Jonathan Carlson, Shaun Pugmire, Brent Wilkinson e Ray Raygoza.

⁶² O *fan film* pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3qyaWpKWp2Q>>.

Figura 24 - Membros da produção durante a filmagem de *Scout: A Star Wars Story*.



Fonte: nwcatholic.org, 2017.

5.2 Bucketheads: A Star Wars Story

Dirigido pela dupla Marco Bossow e Andy Brown, que também estiveram à frente da roteirização e produção do projeto, o *fan film Bucketheads: A Star Wars Story*⁶³ possui 13 minutos e 34 segundos de duração. Foi publicado no YouTube no dia 8 de dezembro de 2018 e conta, atualmente, com cerca de 1.5 milhão de visualizações, além de ter gerado 73 mil curtidas e 6 mil comentários. O canal da produtora independente Transmute Pictures, que publicou o *fan film*, também hospedou outros vídeos que serviram à época como material de divulgação, como *trailers* e *teasers*. Somados, eles possuem mais de 130 mil visualizações.

Rodado em Vancouver, no Canadá, o curta-metragem teve o envolvimento direto de 76 pessoas e também contou com a participação de integrantes da Legião 501. A história não se aplica à cronologia dos fatos narrados no cânone, mas é possível perceber que se situa em algum momento da trilogia original (1977 - 1983). No *fan film*, acompanhamos o embate entre uma guarnição da Legião 501 e um grupo de soldados rebeldes. Após sofrerem uma emboscada, alguns *stormtroopers* iniciam uma

⁶³ O fan film pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v=t6GUxb0KCCA>>.

peregrinação num planeta desconhecido e fazem um rebelde como refém. O enredo se desenrola a partir daí, com algumas reviravoltas.

Com produção executiva de Jon Warne e Scott Mundle, supervisão de efeitos visuais de Tom Rolfe e música de Samuel Kim, o curta-metragem é estrelado por Troy Mundle, Lee Shorten, Kat Ruston, Chad Riley e Mark Meer. Possui ainda direção de fotografia de Marco Bossow e design de produção de Anthony Vani. A *501st* participou do projeto, sobretudo, emprestando alguns de seus integrantes e respectivas fantasias para que o grupo de *stormtroopers* fosse retratado. Trilha sonora e a sonoplastia foram as originais de John Williams e Ben Burt, 1977.

Figura 25 - Set de filmagem do curta-metragem *Bucketheads: A Star Wars Story*.



Fonte: imdb.com, 2019.

5.3 Legion: The Stormtrooper Chronicles

Dirigido e roteirizado por Jameson Mitchel, o curta-metragem de 3 minutos e 24 segundos *Legion: The Stormtrooper Chronicles*⁶⁴ é produzido por Sarah Flores e Melissa Mendez. Foi lançado no dia 4 de maio de 2018 no YouTube, sendo publicado no canal Troopscoop. Atualmente, conta com mais de 75 mil visualizações, além de cerca de 3 mil interações, entre curtidas e comentários. O canal responsável pela produção e publicação do *fan film*, Troopscoop, é um repositório de vídeos sobre

⁶⁴ O *fan film* pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bYhrzL9tsUY>>.

stormtroopers e curiosidades sobre o universo Star Wars. Trilha sonora e a sonoplastia foram as originais de John Williams e Ben Burtt, 1977.

O enredo narra a história de um *stormtrooper* da Legião 501 não identificado que conta sua história pessoal enquanto está em ação nos combates ou recebendo ordens de líderes imperiais. Durante o curta-metragem, somos apresentados a diferentes tipos de soldados, como *sandtroopers* e *biker scouts*. A participação da Legião 501 na produção do *fan film* não ficou tão clara, mas acredita-se que membros do fã-clube tenham se voluntariado para compor o elenco, que traz nomes como Manuel Gomez Deker, William Glasgow e Daniel Acero. Ao todo, o canal Troopscoop possui 43 vídeos sobre Star Wars publicados, sendo *Legion: The Stormtrooper Chronicles* um deles. Somados, os vídeos contam com mais de 185 mil visualizações.

Figura 26 - Foto promocional do *fan film* *Legion: The Stormtrooper Chronicles*.



Fonte: youtube.com, 2018.

5.4 501st The Vader's Fist

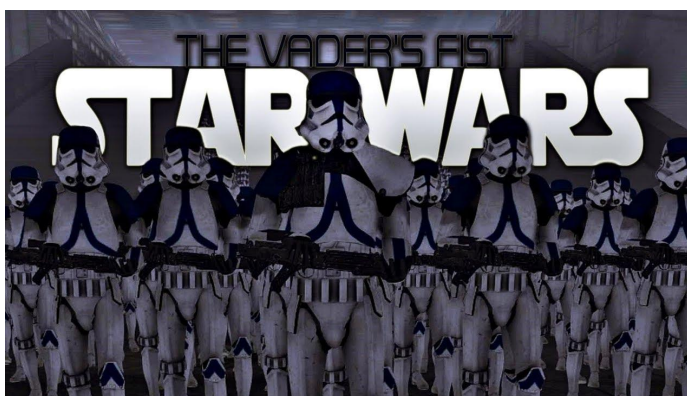
O curta-metragem de animação *501st The Vader's Fist*⁶⁵ foi desenvolvido pela produtora independente Aguacate, cujo canal no YouTube conta com mais de 45 milhões de visualizações em seus vídeos. A produtora não possui fins lucrativos e desenvolve curtas e médias-metragens sobre produtos e franquias da cultura pop. O

⁶⁵ O *fan film* pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9zew59Y762g>>.

fan film foi publicado no dia 7 de setembro de 2018, tendo recebido 55 mil visualizações e 4 mil interações, entre curtidas e comentários. Trilha sonora e a sonoplastia foram as originais de John Williams e Ben Burtt, 1977.

Totalmente desenvolvido em computação gráfica (CGI), o *fan film* possui um enredo que narra uma batalha entre naves do Império e da Aliança Rebelde. Durante seus 11 minutos e 10 segundos, acompanhamos o embate dessas naves, que ora atiram ora explodem, pelo hiperespaço. Depois de lembranças de Darth Vader enquanto ainda era Anakin Skywalker, vemos pela primeira vez a Legião 501 surgir na tela após receber uma ordem de seu líder imperial. O vídeo não possui créditos finais. Nem mesmo uma apresentação sobre seus realizadores é feita na descrição da postagem. Desse modo, tornou-se inviável descobrir os nomes de quem o produziu.

Figura 27 - Capa do *fan film* *501st The Vader's Fist* hospedado no YouTube.



Fonte: youtube.com, 2018.

5.5 Remnants of the Order

Roteirizado, produzido, dirigido e editado por Kees Van Hattum, o *fan film* *Remnants of the Order*⁶⁶ foi publicado no dia 1 de dezembro de 2019 e já possui cerca de 325 mil visualizações. Hospedado pelo canal da produtora independente FantastFilms, que possui mais de 3 milhões de inscritos, o média-metragem tem 22

⁶⁶ O *fan film* pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HVtelFmRA9Y>>.

minutos e 10 segundos. Tem ainda produção de Ruben de Ronde, produção executiva de Bart Van Dam e Fred Tabois e música de Brook Munro. Trilha sonora e a sonoplastia foram as originais de John Williams e Ben Burt, 1977.

A narrativa mostra a história da civil Pai que, ao encontrar um sabre de luz perdido na floresta, põe em risco seu tio Bolo, a operação da Aliança Rebelde naquele planeta e sua amizade com um *stormtrooper* que faz patrulhamento no seu vilarejo. Pai deseja ser uma pilota de Caças TIE e, um dia, integrar a Legião 501 como uma *stormtrooper*. Alheia às demandas da Aliança Rebelde e dos objetivos escusos do Império, Pai atravessa sua jornada tentando descobrir o que era o objeto misterioso que encontrou na floresta e sua relação com todos que a cercam.

O *fan film* tem direção de fotografia de Ralph Lindsen, supervisão de efeitos visuais de Douglas Pluytaar e design de som de Dyno Hedges. É estrelado por July Janssen, Abel Sanders, Anouk Van Egmond, Duncan Meijering e Anwar Lachman. Além disso, Mirjam Weers, Mike Weers e Xavier Jeukens foram os membros da Legião 501 responsáveis por darem apoio às filmagens, integrando parte do elenco que representa os *stormtroopers* que patrulham o planeta habitado por Pai e seu tio Bolo.

Figura 28 - O diretor Kees Van Hattum no set de filmagem de *Remnants of the Order*.



Fonte: arcadehotel.nl, 2019.

5.6 Redemption - A Star Wars Story

Dirigido por Troy Sandford, o curta-metragem de 3 minutos e 19 segundos *Redemption - A Star Wars Story*⁶⁷ foi publicado no YouTube no dia 23 de outubro de 2016. Atualmente, possui mais de duas mil visualizações em sua hospedagem no canal Troy's Team, que produz vídeos sobre lutas e artes marciais. O curta foi roteirizado por Vincent Rondia e é estrelado por Mayela Sandford, Vladimir Ershov, Hamza Haja e pelo próprio Troy Sandford. Trilha sonora e a sonoplastia foram as originais de John Williams e Ben Burt, 1977.

A história mostra um grupo de 3 integrantes da Aliança Rebelde sendo surpreendido por um *stormtrooper* (vivido por Sandford) que os ataca prontamente. O vídeo, assim como todo o catálogo de vídeos do canal Troy's Team, mostra Troy Sandford aplicando golpes marciais em coreografias de lutas previamente ensaiadas. O *fan film* tem ainda direção de fotografia de Chris McMillon e a participação de quatro integrantes da Legião 501, creditados apenas como Dio (trooper TK 5818), Eddie Wang (trooper TK 83126), Yifan Sung (trooper TK 2988) e Xiao Zheng (trooper 92128).

Figura 29 - Capa do vídeo hospedado no YouTube.



Fonte: youtube.com, 2016.

⁶⁷ O *fan film* pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ICa609i3QOw>>.

5.7 Star Wars - Whisper in the Dark

Dirigido por J. W. Phillips, o *fan film Star Wars - Whisper in the Dark*⁶⁸ possui pouco mais de 15 minutos de duração. Roteirizado por Phillips e Greg Gatzka, que também assina a produção ao lado de Jason Weihert, o curta-metragem foi lançado no dia 29 de dezembro de 2018 e conta com mais de 6 mil visualizações em sua hospedagem no canal TheJW Phillips, cujo conteúdo produzido e disponível ultrapassa a marca de 1 milhão de visualizações. Trilha sonora e a sonoplastia foram as originais de John Williams e Ben Burtt, 1977.

O enredo conta a história de um scout trooper que é enviado juntamente à sua equipe para um planeta a fim de se fazer um reconhecimento de campo. Lá, ele é testado pelo líder da operação que tenta descobrir qual é o patrolheiro que está revelando os planos da 501st para a Aliança Rebelde. O scout trooper passa no teste e é reconhecido como um membro do Punho de Vader.

O elenco traz Rachelle Ramirez, David Rodriguez, Lynetti Gatzka, Derek Mazer e Jason Weihert. A produção é uma realização em parceria com a produtora independente Gatz-Zuul Productions e a própria Legião 501, visto que integrantes do fã-clubes participaram do elenco de apoio formado em sua maioria por *stormtroopers*.

Figura 30 - Material promocional do *fan film Star Wars - Whisper in the Dark*.



Fonte: youtube.com, 2018.

⁶⁸ O *fan film* pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MI9xFEBEzG0>>.

5.8 White Out

Dirigido, produzido, roteirizado, editado e estrelado por Daniel Carlton, membro associado à Legião 501, o curta-metragem *White Out*⁶⁹ tem 3 minutos e 53 segundos de duração. Lançado no dia 9 de março de 2016, o *fan film* registra cerca de 100 visualizações em sua hospedagem no canal pessoal de Carlton. O enredo do filme, que tem a co-produção da Finger Chile Productions, mostra um *scout trooper* (vivido pelo próprio Carlton) fazendo esqui numa montanha de neve no planeta de Hoth. Ao final do vídeo, Carlton convida os espectadores a se juntarem à Legião 501.

Entre manobras e derrapagens na neve, Carlton demonstra a habilidade de um *scout trooper* integrante do Punho de Vader. No início, o curta-metragem vem acompanhado da seguinte contextualização: “Nove anos depois da prematura destruição da segunda Estrela da Morte, o *scout* imperial TB-2243 luta para encontrar seu lugar na galáxia”. Assim, ao achar a estação de esqui no planeta de gelo Hoth, TB-2243 parece ter encontrado um lugar para viver. A trilha sonora utilizada no curta é uma música chamada “Crystal Skull” da banda de rock Mastodon.

Figura 31 - Screenshot do *fan film* *White Out*.



Fonte: youtube.com, 2016.

⁶⁹ O *fan film* pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v=f7BiLMDjqu4>>.

5.9 Star Wars - Beyond the Dune Sea

Escrito, editado, dirigido e produzido por Oliver Thompson, o *fan film Star Wars - Beyond the Dune Sea*⁷⁰ foi lançado no dia 1 de março de 2015 e já conta com mais de 1.3 milhão de visualizações. O canal pessoal de Thompson, que hospedou o vídeo, contém outros vídeos sobre Star Wars e produtos da cultura pop que somam juntos mais de 1.7 milhão de visualizações. O curta-metragem de 9 minutos e 5 segundos custou menos de 2 mil dólares e tem produção executiva de Nicola Culican e direção de fotografia de Edwin Lee. Trilha sonora e a sonoplastia foram as originais de John Williams e Ben Burtt, 1977. A edição de som é de Sam Barnes.

O curta, cujo enredo se insere cronologicamente em *Return of the Jedi* (1983), narra a história de Boba Fett após o caçador de recompensas ter sido engolido pelo monstro da cova de Carkoon no planeta desértico de Tatooine. O objetivo da história é mostrar como Boba Fett conseguiu sair daquela situação. O projeto contou ainda com o apoio da guarnição de Macau da Legião 501, tendo enviado alguns de seus membros para participarem das filmagens como *stormtroopers*. Foram eles Bruno Brugnano, John Curran, Tsang Yu Hong, Edwin Lee e Emile Wong. No elenco estão Grino Char, Kim Aslan, Warren Laker, Au Wai Kin e o próprio Oliver Thompson.

Figura 32 - Screenshot do *fan film Star Wars - Beyond the Dune Sea*.



Fonte: youtube.com, 2015.

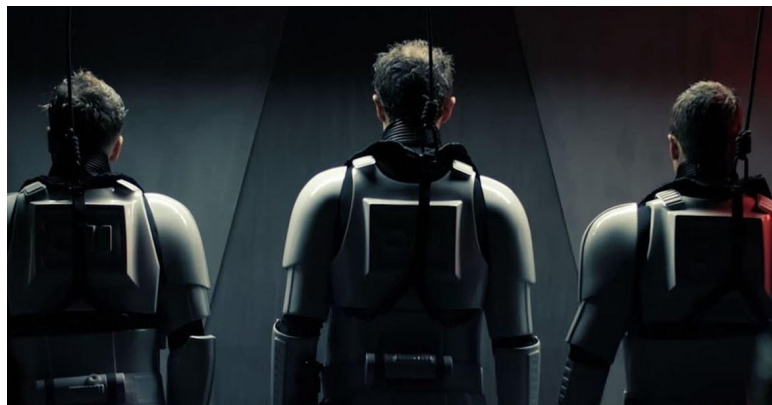
⁷⁰ O *fan film* pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v= 92PwUvXtXo>>.

5.10 Jakku: First Wave

Roteirizado e dirigido por Benjamin Eck, o curta-metragem *Jakku: First Wave*⁷¹ foi postado no dia 20 de setembro de 2016 e, atualmente, conta com cerca de 415 mil visualizações em seu vídeo no YouTube, além de 14 mil interações, entre curtidas e comentários. O *fan film* teve direção de fotografia de Andrew Brinkhaus, composição sonora de Justin R. Durban e sonoplastia de Eddie Coleman. O canal pessoal de Benjamin Eck possui apenas esse vídeo em seu catálogo. Dois membros da Legião 501 estiveram envolvidos com a produção: Taylor Fiore e Rudy Contreras. Ambos forneceram as armaduras para a caracterização das personagens.

O enredo do *fan film* se insere cronologicamente um pouco antes da batalha no deserto de Jakku. Três *stormtroopers* estão dentro de um cargueiro de guerra aguardando o sinal para saltarem no campo de batalha. Enquanto aguardam, começam a conversar sobre o que os motivaram a se alistarem no exército imperial. No início do vídeo, o espectador recebe a informação de que naquela batalha foram enviados, aproximadamente, 7 mil soldados imperiais para o combate, mas nenhum deles sobreviveu. Essa tropa ficou conhecida como a Primeira Onda.

Figura 33 - Screenshot do *fan film* *Jakku: First Wave*.



Fonte: youtube.com, 2016.

⁷¹ O *fan film* pode ser conferido em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Rt9I7WdHEZ0>>.

CONCLUSÃO

Neste trabalho, discutiu-se a relação que pode ser estabelecida entre uma obra cinematográfica, sua produtora, derivados transmidiáticos e a cultura de fãs. Após o estudo de caso da franquia de filmes de Star Wars, constatou-se a importância da cultura de fã, assim como as atividades e produção de conteúdo dos fãs, tanto sobre os produtos originais quanto de seus derivados, para se otimizar a sobrevivência da marca e perdurar sua relação com as gerações futuras. Nos dias de hoje, faz-se cada vez mais necessário e importante que empresas e marcas percebam a relevância desses fenômenos, que se originam no público, como o *fan labor*, por exemplo.

Deixar que a construção da narrativa colaborativa ocorra com fluidez e da maneira mais espontânea possível, sem que haja interferência direta ou indireta da marca neste processo, é outro aspecto importante dessa conjunção. Só assim, será viável a absorção destes trabalhos de fãs por parte do *fandom*, que poderão desencadear um processo de retroalimentação dos produtos gerados, viabilizando também a perduração e longevidade dos objetos transmidiáticos (e vice-versa). Assim como ilustrado no exemplo da Legião 501, onde se tem o produto (franquia de filmes Star Wars), o *fandom* (que idealizou e concretizou o fã-club), o objeto transmidiático (jogos, séries de TV) e, no final, tudo isso retorna e retroalimenta a franquia original que lança novos produtos transmidiáticos a partir da narrativa colaborativa que ela, eventualmente, permitiu surgir.

Desse modo, os *fan labors* e *fan films* derivados do fã-club Legião 501 constituem aquilo que foi estabelecido por Sodré (2006) e que diz respeito aos novos vínculos comunitários serem capazes de reconhecer a midiaticização como uma forma de abrir espaço a novas narrativas por meio do aparato tecnológico. Segundo o autor, o que definirá a midiaticização seria a “mediação social tecnologicamente exacerbada” (SODRÉ, 2008, p. 24), fazendo desse fenômeno apenas uma parcela de um envolvimento afetivo mais abrangente ao consolidar uma construção narrativa mais específica. Vê-se em todos os casos apresentados uma tentativa dos fãs em responder

de forma orgânica ao que é colocado para eles de forma mediatizada. Contudo, utiliza-se para tal as mídias disponíveis e de fácil acesso, como visto em alguns casos em que só haviam dispositivos móveis e internet para a produção e veiculação do trabalho de fã. Partindo da pressuposição de que essa nova forma de interação comunicacional modifica as práticas socioculturais e midiáticas, pode-se verificar indicadores de que os *fan labors* desenvolvimentos geram novos movimentos na relação entre a indústria (que utiliza este fenômeno para aperfeiçoar suas estratégias) e o público (que se beneficia de tal para expor suas exigências e requerimentos).

O que se vê nos processos dessas novas relações propiciadas com os *fan labors*, aqui trabalhados, não introduz apenas um novo arranjo das interações sociais, mas também demonstra que o público não está subjugado à passividade da lógica midiática. Assim, denota-se a existência de novos sujeitos articuladores tanto da indústria para com o público quanto do público para com a indústria. Tendo em vista os textos abordados e as informações coletadas, a principal conclusão a que este trabalho chegou foi de que as produções de fãs se fazem cada vez mais presentes, principalmente, com os atuais avanços nos âmbitos tecnológico e midiático.

A acessibilidade proporciona uma democratização na produção e consumo dessas manifestações de *fan labors*. Além disso, percebe-se que o *fandom* de Star Wars possui uma grande presença nas plataformas digitais, sobretudo, no YouTube, o que acaba gerando um fator facilitador para a produção em massa de conteúdo sobre o seu objeto de fã. Assim, existe uma crescente demanda por parte dos fãs em não só consumir os produtos pré-desenvolvidos pelas marcas e mídias habituais, mas também em ser um agente produtor de conteúdo. Além de produzir e fornecer material para o *fandom* a que pertence, esse fã (ou *fan labor*) também será um possível consumidor em potencial de seu próprio produto quando – e se – ele for absorvido pela marca posteriormente. Essas novas dinâmicas nas relações entre marca e consumidor final são elásticas e estão em constante alteração, podendo, eventualmente, transformar a lógica de mercado.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T; HORKHEIMER, M. (1985). **Dialética do Esclarecimento**. (1ª ed). São Paulo: Editora Zahar.

BENJAMIN, W. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo: Ed. L&PM, 2014.

BLOOMBERG (Org.). **Micheline Chau Former President/CFO/COO, Lucasfilm Ltd**. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/profile/person/5486116>>. Acesso em: 25 set. 2019.

BORGES, S. M., FRANÇA, J. L., MAGALHÃES, M. H. A., VASCONCELLOS, A. C. (1990). **Manual para normalização de publicações técnico-científicas**. 8a ed. Belo Horizonte: Editora UFMG.

BU, Shawn. **Darth Maul Apprentice A Star Wars Fan Film**. 2016. (17m48s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Djo_91jN3Pk>. Acesso em: 20 jun. 2018.

COSTA, M. O., **Coluna: Sobre Fandoms**. Disponível em: <<http://sobresagas.com/coluna-sobre-fandoms/>>. Acesso em: 5 ago. 2019.

DECKER, K. S., EBERL, J. T. (2015). **Star Wars e a Filosofia: Abra a sua mente para uma nova galáxia**. 1a ed. São Paulo: Editora Universo dos Livros.

FITCH, S. **Exclusive Interview with "Heroes of the Empire": A 501st Legion Documentary**. 2019. Disponível em: <<https://starwarsreporter.com/2019/02/05/exclusive-interview-with-heroes-of-the-empire-a-501st-legion-documentary/>>. Acesso em: 20 ago. 2019.

FOLHA DE SÃO PAULO (Org). **Seu guia completo de "Guerra nas Estrelas"**. 1997. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/3/24/folhateen/12.html>>. Acesso em: 20 set. 2019.

FORBES (Org). **A força da grana por trás da saga Star Wars**. 2017. Disponível em: <<https://forbes.uol.com.br/listas/2017/12/a-forca-da-grana-por-tras-da-saga-star-wars/#foto8>>. Acesso em: 12 jun. 2019.

FORBES (Org). **George Lucas: Real time net worth**. 2019. Disponível em: <<https://www.forbes.com/profile/george-lucas/#27cb1d746e63>>. Acesso em: 12 set. 2019.

FRAADE-BLANAR, Z.; GLAZER, A. M. (2018). **Superfandom: Como nossas obsessões estão mudando o que compramos e quem somos**. 1a ed. Rio de Janeiro: Editora Anfitheatro.

GLOBO, O (Org). **Disney compra Lucasfilm por US\$ 4,05 bi e promete 'Star Wars 7'**. 2012. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/disney-compra-lucasfilm-por-us-405-bi-promete-star-wars-7-6589678>>. Acesso em: 12 jun. 2019.

GLOBO, O (Org). **Disney já arrecadou mais com 'Star Wars' do que gastou na compra da Lucasfilm**. 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/disney-ja-arrecadou-mais-com-star-wars-do-que-gastou-na-compra-da-lucasfilm-22265334>>. Acesso em: 9 jun. 2019.

GOSCIOLA, V. (2014) **Narrativas Transmedia: entre Teorias y Prácticas**. Barcelona: Editorial UOC.

HEMBROUGH, J. **Watch the first episode of our Star Wars stories now learn the amazing story of Albin Johnson, a Star Wars fandom visionary**. 2018. Disponível em: <<https://www.starwars.com/news/watch-the-first-episode-of-our-star-wars-stories-now>>. Acesso em: 12 out. 2019.

HOLLEY, P. **Group picture of Fighting 501st at Star Wars Celebration II (2002)**. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/paxtonholley/7141839755/in/photostream/>>. Acesso em: 2 dez. 2019.

IMDB (Org.). **Star Wars, Episódio IV: Uma Nova Esperança**. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt0076759/?ref_=nv_sr_5?ref_=nv_sr_5>. Acesso em: 9 jun. 2019.

IMDB (Org.). **Star Wars, Episódio V: O Império Contra-Ataca**. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt0080684/?ref_=nv_sr_1?ref_=nv_sr_1>. Acesso em: 9 jun. 2019.

IMDB (Org.). **Star Wars, Episódio VI: O Retorno do Jedi**. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt0086190/?ref_=fn_al_tt_4>. Acesso em: 9 jun. 2019.

IMDB (Org.). **Star Wars, Episódio I: A Ameaça Fantasma**. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt0120915/?ref_=nv_sr_1?ref_=nv_sr_1>. Acesso em: 10 jun. 2019.

IMDB (Org.). **Star Wars, Episódio II: Ataque dos Clones**. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt0121765/?ref_=nv_sr_1?ref_=nv_sr_1>. Acesso em: 10 jun. 2019.

IMDB (Org.). **Star Wars, Episódio III: A Vingança dos Sith**. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt0121766/?ref_=nv_sr_1?ref_=nv_sr_1>. Acesso em: 10 jun. 2019.

IMDB (Org.). **Star Wars: O Despertar da Força**. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt2488496/?ref_=nv_sr_1?ref_=nv_sr_1>. Acesso em: 10 jun. 2019.

IMDB (Org.). **Star Wars: Os Últimos Jedi**. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt2527336/?ref_=nv_sr_3?ref_=nv_sr_3>. Acesso em: 10 jun. 2019.

IMDB (Org.). **Bucketheads: A Star Wars Story**. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt7406728/mediaindex?ref_=tt_mv_close>. Acesso em: 20 dez. 2019.

IMDB (Org.). **Loucuras de Verão**. Disponível em: <<https://www.imdb.com/title/tt0069704/>>. Acesso em: 12 dez. 2019.

JAMISON, A. (2017). **Fic: por que a fanfiction está dominando o mundo**. 1a ed. Rio de Janeiro: Editora Anfiteatro.

JAY, A. **Anatomia de um logotipo**: a história das lendárias letras de Star Wars. 2013. Disponível em: <<https://gizmodo.uol.com.br/historia-logotipo-star-wars/>>. Acesso em: 5 jun. 2019.

JENKINS, H. (2009). **Cultura da convergência**. 2a ed. São Paulo: Editora Aleph.

JENKINS, H; FORD, S; GREEN, J. (2014). **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. 1a ed. São Paulo: Editora Aleph.

JENKINS, H. (2015). **Invasores do Texto**. 1a ed. São Paulo: Editora Marsupial.

JOHNSON, Albin. **History of the 501st**. 2007. Disponível em: <<https://albinjohnson.com/trooper-tk210-journal/history-of-the-501st/>>. Acesso em: 30 out. 2019.

JOHNSON, Paul. **TIE Fighter Short Film**. 2015. (7m27s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PN_CP4SuoTU>. Acesso em: 20 jun. 2018.

LEGION. **The Stormtrooper Chronicles** (A Star Wars Fan Film). Direção de Jameson Mitchell. Produção de Sarah Flores. [s.i.]: Troopscoop, 2018. Son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bYhrzL9tsUY>>. Acesso em: 11 ago. 2019.

MITTERMAYER, T. (2016) **Narrativa Transmídia: uma releitura conceitual e prática**. São Paulo. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/18206/1/Thiago%20Mittermayer.pdf>>. Acesso em: 4 jan. 2019.

MITTERMAYER, T. (2014) **Narrativa Transmídia - Entrevistas: Vicente Gosciola e Maurício Mota**. São Paulo. Disponível em: <<https://sociotramas.wordpress.com/2014/04/22/narrativa-transmidia-entrevistas-vicente-gosciola-e-mauricio-mota/>>. Acesso em: 4 jan. 2019.

MODESTO, History (Org). **From Modesto To A Galaxy Far, Far Away**. 2019. Disponível em: <<http://historicmodesto.com/People/George%20Lucas/index.html>>. Acesso em: 1 dez. 2019.

MOJO, Box Office (Org). **Star Wars**: Domestic Total Gross. 2019. Disponível em: <<https://www.boxofficemojo.com/movies/?id=starwars4.htm>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

MOJO, Box Office (Org). **Jaws**: Domestic Total Gross. 2019. Disponível em: <<https://www.boxofficemojo.com/movies/?id=jaws.htm>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

MOURA, B.; GRANADO, H. **Almanaque Jedi – Guia do Universo Star Wars feito por fãs para fãs**. São Paulo: Ed. Leya, 2015.

NEWBOLD, Mark. **Vintage Interview: Albin Johnson: 26th March 2006**. 2018. Disponível em: <<https://www.fanthatracks.com/interviews/vintage-interview-albin-johnson-26th-march-2006/>>. Acesso em: 13 nov. 2019.

NORTHWEST, Catholic (Org). **FILM STUDENTS TRAVEL TO 'ENDOR' TO SHOOT 'STAR WARS' FAN FILM**. 2017. Disponível em: <<https://www.nwcatholic.org/news/national/catholic-fim-students-shoot-on-endor-for-star-wars-film-contest.html>>. Acesso em: 20 dez. 2019.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari (Org.). **Cena cosplay: comunicação, consumo, memória nas culturas juvenis**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

OFÉLIO, L. **Como funciona o Plot Twist**. 2019. Disponível em: <<https://www.roteiristaempreendedor.com/single-post/2019/04/08/Como-funciona-o-Plot-Twist>>. Acesso em: 15 jul. 2019.

PALACIOS, F., TERENCEZZO, M. (2016). **O guia completo do storytelling**. (1ª ed). São Paulo: Editora Alta Books.

POLITO, J.; SILVA, G. P.; PIMENTEL, H. D. G. **O Fandom como influenciador do consumo na indústria cinematográfica: Star Wars em Pernambuco**. In: **Temática**. Ano XIII, n. 05. Maio/2017. Disponível em NAMID/UFPB - <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica> 176. Acessado em 17 jun 2019.

POLLOCK, D. 2015. **George Lucas – Skywalking: A vida e a obra do criador de Star Wars**. 1a ed. São Paulo: Editora Generale.

SEVERINO, A. J. 2002. **Metodologia do trabalho científico**. 22a ed. São Paulo: Editora Cortez.

SHAW, Lucas. **Lucasfilm COO, President Micheline Chau Retires**. 2012. Disponível em: <<https://www.thewrap.com/lucasfilm-coo-president-micheline-chau-retires-54891/>>. Acesso em: 25 set. 2019.

SHOT, One Sensational (Org). 2017. **American Graffiti and Apocalypse Now – The Electronic Labyrinth Podcast**. Disponível em: <<http://onesensationalshot.com/american-graffiti-apocalypse-now-electronic-labyrinth-podcast/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

SHIRKY, C. (2011). **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. 1a ed. Rio de Janeiro: Editora Zahar.

SILVA, João Djane Assunção da; NUNES, Maíra Fernandes Martins. **Universo cosplay: consumo cultural, identidade e a prática como expressão comunicativa através das artes sob o olhar da educomunicação**. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/31064/16286>>. Acesso em 1 dez. 2018.

SODRÉ, M. **Eticidade, campo comunicacional e midiatização**. In: MORAES, D. (Org.). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Maud, 2006. P.19-31.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.

SORENE, Paul. **Waiting In Line To See Star Wars: 1977-2000**. Disponível em: <<https://flashbak.com/waiting-in-line-to-see-star-wars-1977-2000-26505/>>. Acesso em: 2 dez. 2019.

STACHEWSKI, A. L. **George Lucas é a celebridade mais rica dos EUA**. 2018. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Dinheiro/noticia/2018/12/george-lucas-e-celebridade-mais-rica-dos-eua.html>>. Acesso em: 6 jun. 2019.

SUMMERS, A. **The Complex and Terrifying Reality of Star Wars Fandom**. 2007. Disponível em: <<https://bbs.stardestroyer.net/viewtopic.php?t=116473>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

SUNSTEIN, C. R. (2016). **O mundo segundo Star Wars**. 1a ed. Rio de Janeiro: Editora Record.

TAYLOR, C. (2015). **Como Star Wars conquistou o universo: o passado, o presente e o futuro da franquia multibilionária**. 1a ed. São Paulo: Editora Aleph.

TOCCI, J. (2009) **Geek Cultures: Media and Identity in the Digital Age**. 460 f. Tese (Doutorado em Comunicação). University of Pennsylvania, Pennsylvania, 2009.

VARELA, Juan. **Periodismo participativo: el Periodiasmo 3.0 em Blogs: La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos**. Madrid, 2005.

WHITE, M. **Star Wars Fandom Survey Part 2: The Three Major Types of Star Wars Fans**. Disponível em: <<https://www.markhw.com/blog/sw-survey-pt2>>. Acesso em: 6 jul. 2019.

WILLIAMS, R. **The car crash that changed the galaxy**. 2019. Disponível em: <<http://www.forcematerial.com/home/2017/1/28/the-car-crash-that-changed-the-galaxy>>. Acesso em: 23 nov. 2019.

WOOKIEEPEDIA (Org). **Star Wars (Marvel)**. 2019. Disponível em: <[https://starwars.fandom.com/wiki/Star_Wars_\(Marvel\)](https://starwars.fandom.com/wiki/Star_Wars_(Marvel))>. Acesso em: 10 jun. 2019.

WOOKIEEPEDIA (Org). **Star Wars Episode VI: Return of the Jedi**. 2019. Disponível em: <[https://starwars.fandom.com/wiki/Star_Wars_Episode_VI:_Return_of_the_Jedi_\(novel\)](https://starwars.fandom.com/wiki/Star_Wars_Episode_VI:_Return_of_the_Jedi_(novel))>. Acesso em: 10 jun. 2019.

WOOKIEEPEDIA (Org). **501st Legion**: (fan organization). 2019. Disponível em: <[https://starwars.fandom.com/wiki/501st_Legion_\(fan_organization\)](https://starwars.fandom.com/wiki/501st_Legion_(fan_organization))>. Acesso em: 5 ago. 2019.

WOOKIEEPEDIA (Org.). **Micheline Chau**. Disponível em: <https://starwars.fandom.com/wiki/Micheline_Chau>. Acesso em: 25 set. 2019.

WOOKIEEPEDIA (Org.). **Steve Sansweet**. Disponível em: <https://starwars.fandom.com/wiki/Steve_Sansweet>. Acesso em: 2 dez. 2019.

WOOKIEEPEDIA (Org.). **Survivor's Quest**. Disponível em: <https://starwars.fandom.com/wiki/Survivor%27s_Quest>. Acesso em: 1 dez. 2019.

YARGER, P; ALAYO, N. **Scout: A Star Wars Story - Star Wars Fan Film - 501st Legion**. 2017. (10m16s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3qyaWpKWp2Q>>. Acessado em: 24 out. 2018.

YOUNG, C. (2016). **Fãs por trás das câmeras**. (1ª ed). Nova Iguaçu: Editora Marsupial.

501st (Org.). **501ST LEGION - MEMBER GALLERY**. Disponível em: <<https://www.501st.com/members/members.php>>. Acesso em: 2 dez. 2019.

Filmografia:

Star Wars: Episódio I – A Ameaça Fantasma. Direção: George Lucas. 1999. 136 minutos.

Star Wars: Episódio II – Ataque dos Clones. Direção: George Lucas. 2002. 142 minutos.

Star Wars: Episódio III – A Vingança dos Sith. Direção: George Lucas. 2005. 140 minutos.

Star Wars: Episódio IV – Uma Nova Esperança. Direção: George Lucas. 1977. 125 minutos.

Star Wars: Episódio V – O Império Contra-Ataca. Direção: Irvin Kershner. 1980. 127 minutos.

Star Wars: Episódio VI – O Retorno de Jedi. Direção: Richard Marquand. 1983. 136 minutos.

Star Wars: Episódio VII – O Despertar da Força. Direção: J. J. Abrams. 2015. 135 minutos.

Star Wars: Episódio VIII – Os Últimos Jedi. Direção: Rian Johnson. 2017. 153 minutos.

Star Wars: Episódio IX – A Ascensão Skywalker. Direção: J. J. Abrams. 2019. 142 minutos.

Rogue One – Uma História Star Wars. Direção: Gareth Edwards. 2016. 133 minutos.

Solo – Uma História Star Wars. Direção: Ron Howard. 2018. 135 minutos.

Star Wars – The Legacy Revealed. Direção: Kevin Burns. 2007. 137 minutos.

Império dos Sonhos: A História da Trilogia Star Wars. Direção: Kevin Burns. 2004. 151 minutos.

Brinquedos que Marcam Época. Direção: Brian Volk-Weiss; Tom Stern. 2017. 3 temporadas.