



UNIVERSIDADE FEDERAL DO NORTE DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE CULTURA E
TERRITÓRIO - PPGCULT

VICTÓRIA FEITOSA SAMPAIO

CULTURA PARTICIPATIVA:
O CONSUMO DE *STAR WARS* A PARTIR DO OLHAR DE MULHERES
TOCANTINENSES.

Araguaína/TO
2022

VICTÓRIA FEITOSA SAMPAIO

CULTURA PARTICIPATIVA:
O CONSUMO DE *STAR WARS* A PARTIR DO OLHAR DE MULHERES
TOCANTINENSES.

Dissertação de Mestrado apresentada junto ao Programa de Pós- Graduação em Estudos de Cultura e Território (PPGCult) da Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), como requisito parcial à obtenção a obtenção do grau de Mestra em Estudos de Cultura e Território.

Orientador: Prof. Dr.Plábio Marcos Martins Desidério.

Araguaína/TO
2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

- S192c SAMPAIO, VICTÓRIA.
CULTURA PARTICIPATIVA: O CONSUMO DE STAR WARS A PARTIR DO OLHAR DE MULHERES TOCANTINENSES. / VICTÓRIA SAMPAIO. – Araguaína, TO, 2022.
106 f.
- Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Araguaína - Curso de Pós-Graduação (Mestrado) em Estudo de Cultura e Território, 2022.
Orientador: Plábio Marcos Martins Desidério
1. Cultura Participativa. 2. Star Wars. 3. Mulheres Tocantinenses. 4. Consumo. I. Título

CDD 306

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

FOLHA DE APROVAÇÃO

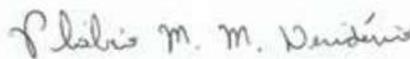
VICTÓRIA FEITOSA SAMPAIO

CULTURA PARTICIPATIVA: O CONSUMO DE *STAR WARS* A PARTIR DO OLHAR DE MULHERES TOCANTINENSES.

Dissertação de Mestrado apresentada junto ao Programa de Pós- Graduação em Estudos de Cultura e Território (PPGCult) da Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), como requisito parcial à obtenção a obtenção do grau de Mestra em Estudos de Cultura e Território e aprovada em sua forma final pelo orientador e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: 27/10/2022

Banca Examinadora



Prof. Dr. Plábio Marcos Martins Desidério, UFNT.

Orientador

Documento assinado digitalmente



OLIVIA MACEDO MIRANDA DE MEDEIROS

Data: 23/02/2023 12:50:38-0300

Verifique em <https://verificador.itl.br>

Profa. Dra. Olivia Macedo Miranda de Medeiros, UFNT

Profa. Dra. Vanda Maria Sousa, ESCS



Assinado por: Vanda Maria
Gonçalves de Sousa
Identificação: B106078451
Data: 2023-03-01 às 16:47:37

Araguaína/TO, 2022

*A todas que sentaram-se em frente à tela e
inspiraram-se em Padmé Amidala, Leia
Organa, Jyn Erso ou Rey.
Lembrem-se: O último jedi é uma mulher.*

Seu foco determina a sua realidade.
(Qui-GonJinn)

AGRADECIMENTOS

Star Wars conecta gerações, quero passar o legado da *Força* aos meus filhos, sobrinhos, e por que não, à academia. Desenvolver essa pesquisa foi fã-tástico.

RESUMO

É sabido que no Tocantins existe uma carência no tocante às experiências do que chamamos de cultura pop, que são eventos, convenções e encontros voltados ao universo geek. O Conselho Jedi do estado foi o grande propulsor que apresentou aos fãs de *Star Wars*, e também aos de ficção científica de modo geral, novas formas de se relacionar uns com os outros. A internet teve papel essencial para que essa maneira de se viver um amor no estado por *Star Wars* se materializasse e reinventasse. A pesquisa lida diretamente com as relações existentes entre identidade e cultura midiática, além disso, há pouca produção científica que abarque a relação cultural de fãs, sobretudo se delimitarmos às mulheres fãs no estado do Tocantins. O referencial teórico tem como pilar os autores Jenkins, Hall, Lévy, Saquet e Shirky. Essa problematização é muito relevante, é preciso compreender como as mulheres ocupam esses espaços, se são organizadoras dos eventos ou meras coadjuvantes, se fazem cosplay e se em razão disso sofrem assédio, como suas famílias as enxergam, se sofrem discriminação e críticas, se sentem-se inferiorizadas quando estão com outros fãs homens, se dividem a dedicação às convenções e encontros com afazerem domésticos e se são mães, por exemplo. Para combater qualquer discriminação em razão de gênero e promovermos espaço igualitário, é necessário estudar seus agentes e os comportamentos dos mesmos. Para tanto pretende-se realizar entrevistas com essas mulheres tocaninenses, sobretudo residentes em Palmas e Araguaína para que alcancemos as respostas das perguntas problematizadoras.

Palavras-chaves: Cultura Participativa. *Star Wars*. Mulheres. Consumo. Tocantins.

ABSTRACT

It is known that in Tocantins there is a lack of experiences of what we call pop culture, which are events, conventions and meetings aimed at the geek universe. The state's Jedi Council was the great impeller that introduced Star Wars fans, and science fiction fans in general, to new ways of relating to one another. The internet played an essential role for this way of living a love in the state for Star Wars to materialize and reinvent. The research deals directly with the existing relations between identity and media culture, in addition, there is little scientific production that encompasses the cultural relationship of fans, especially if we delimit to female fans in the state of Tocantins. The theoretical framework is based on the authors Jenkins, Hall, Lévy, Saquet and Shirky. This problematization is very relevant, it is necessary to understand how women occupy these spaces, if they are event organizers or mere supporting actors, if they cosplay and if, because of that, they suffer harassment, how their families see them, if they suffer discrimination and criticism, if they feel inferior when they are with other male fans, if they share the dedication to conventions and meetings with housework and if they are mothers, for example. In order to combat any discrimination based on gender and to promote an egalitarian space, it is necessary to study its agents and their behavior. In order to do so, we intend to carry out interviews with these women from Tocantins, mainly residing in Palmas and Araguaína, so that we can reach the answers to the problematizing questions.

Keywords: Participatory Culture. Star Wars. Women. Consumption. Tocantins.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Fãs na <i>Star Wars Celebration</i>	17
Figura 2- Personagens de <i>Star Wars</i> na cerimônia do Oscar.....	19
Figura 3 – Resultado pela busca de livros de <i>Star Wars</i> na Amazon.....	21
Figura 4 – Linha do Tempo de <i>Star Wars</i>	21
Figura 5 – Interface de navegação da plataforma Disney+	28
Figura 6 – Mapa dos Conselho Jedi do Brasil	34
Figura 7 – Frame de vídeo onde fãs assistem juntos à um filme de <i>Star Wars</i>	36
Figura 8 – Padmé Amidala, Leia Organa, Rey e Jyn Erso respectivamente	40
Figura 9 – Ahsoka Tano, Sabine Wren, Cara Dune e Mara Jade respectivamente.....	42
Figura 10 – Capitã Phasma, Hera Syndula, Fennec Shand e Q’ira respectivamente.....	44
Figura 11 – Droid L3-37.....	46
Figura 12 - Personagens da Liga da Justiça em pose feminina.....	46
Figura 13 - Vingadores em pose feminina.....	47
Figura 14 – Banners de alguns eventos realizados pelo Conselho Jedi Tocantins.....	51
Figura 15 – Mucu’Rin – A Mucura Jedi.....	54
Figura 16 – Personagens na Praia da Graciosa em Palmas – TO.....	56
Figura 17 – Personagem no Palácio Araguaia em Palmas - TO.....	56
Figura 18 – Personagens no Memorial Coluna Prestes em Palmas – TO.....	57
Figura 19 – Ana Carolina Bernhard	59
Figura 20 – Bruna Aline Freire dos Santos.....	60
Figura 21 - Amanda de Souza Silva.....	61
Figura 22 – Ester Aguiar Alves Oliveira.....	63
Figura 23 – Nicole Araújo Muniz.....	65
Figura 24 - Emmilly Aguiar Silva Lacerda.....	66
Figura 25 - Carine Rodrigues Bernhard.....	66
Figura 26 – Fãs na Jedicon Tocantins em 2019.....	68
Figura 27 – Organizadores do evento Jedicon em 2019.....	69
Figura 28 – Fãs no evento <i>Star Wars Day</i>	69
Figura 29 – Fãs no evento Batalha de Sagas.....	70

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UFT	Universidade Federal do Tocantins
CJTO	Conselho Jedi Tocantins
HQ	História em quadrinho

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	NABOO A FRANQUIA E SEU SUCESSO	17
3	CORUSCANT RECEPÇÃO E CULTURA PARTICIPATIVA	24
3.1	Cultura tradicional, Cultura de Massa e Cultura da Convergência	25
3.2	O Ciberespaço	29
3.3	Organização dos fãs no Brasil	32
<i>3.3.1</i>	<i>Live interconselhos</i>	34
<i>3.3.2</i>	<i>Concursos culturais</i>	35
<i>3.3.3</i>	<i>Sorteios e rifas entre os membros</i>	35
<i>3.3.4</i>	<i>Ações beneficentes</i>	36
<i>3.3.5</i>	<i>Assistindo juntos, mas separados</i>	36
<i>3.3.6</i>	<i>Gincana Interconselhos</i>	37
4	ALDERAAN MULHERES NO AUDIOVISUAL	40
4.1	Representação feminina na saga	40
5	TATOOINE O CONSELHO JEDI TOCANTINS	51
5.1	Consumo dos fãs no Tocantins	53
5.2	Mulheres tocantinenses no <i>fandom</i>	57
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
	REFERENCIAS	75
	APÊNDICES	78
	ANEXOS.....	95

1 INTRODUÇÃO

Todo o corpo dessa pesquisa é repleto de significados, acredite que nenhuma palavra ou frase foi colocada em vão por aqui. Abro esse trabalho com um conselho que, quase como um mantra, trago comigo ao iniciar projetos pessoais, repetindo que o meu foco determina qual será minha realidade. A frase epígrafe dessa dissertação motivou-se mesmo quando a madrugada parecia longa demais e meus ombros sentiram imenso peso, quase forçando minhas mãos a pararem de digitar.

Antes de me entender como pesquisadora, e todas as suas implicações, eu me consolido como fã de *Star Wars*, uma mulher fã, sobretudo. E meu apego à essa mídia não nasceu precocemente por influência de pai ou mãe, mas de uma busca pessoal por novidades. Gosto de fantasia, imaginação, aventuras e enredos dramáticos, *Star Wars* tem tudo isso.

Na infância eu sempre gostei muito de assistir desenhos animados na TV, *animes*¹, e ler histórias em quadrinhos, os preferidos eram da Turma da Mônica, Sesinho, e também de super heróis. Tinha muito apego à Liga da Justiça e seus integrantes, especialmente o Superman. Enquanto crescia percebia que alguns clássicos do universo *nerd*² precisavam ser contemplados por mim, e então nasceu a curiosidade de assistir aos seis – na época – filmes da saga. Segui a ordem cronológica, pois, com tinha intenção de compreender a fundo a história, fazia mais sentido entender o crescimento e o desenrolar de cada personagem de maneira lógica e crescente.

Algum tempo depois foi lançado o sétimo filme da franquia, chamado “*Star Wars: O Despertar da Força*” no qual, embora mantendo muitos personagens dos filmes clássicos de 1977, apresenta-se ao público uma protagonista, a Rey (Daisy Ridley), que cresceu por conta própria, tinha domínio em luta com bastão, não fazia par romântico com ninguém e tinha uma história desconhecida, o que significava, pra mim, e pra legião de fãs da saga, que iríamos acompanhar a trama de uma mulher.

¹ “Os animês, ou mesmo animes, são descritos como desenhos animados japoneses, ou dentro dos padrões dos traços japoneses. Essas produções normalmente são voltadas ao entretenimento de diferentes tipos de público, entre eles: crianças, adolescentes e adultos.” (MOREIRA, 2022)

² É sabido que o termo *nerd* sofreu diversas alterações em seus significados conforme os anos passaram. Para alguns, o *nerd* é aquele que possui inteligência acima da média, fascínio por computação e tecnologia e geralmente é sujeito pacado, sem jeito e introvertido. Ocorre que houve uma ressignificação do tempo, atualmente existe, inclusive, o Dia do Orgulho Nerd, data onde aqueles que autodomina como *nerd* celebram seus gostos em comum. Luiz (2011, p3) conta que, muito embora o estereótipo originário de *nerd* sejam aquelas pessoas ligadas à tecnologia e com conhecimento acima da média, hoje muitos jovens se afirmam como *nerds* por consumirem e serem aficionados por quadrinhos, seriados e jogos relacionados à cultura pop.

Foi exatamente esse filme que fez com que meu amor pela franquia se sacramentasse, pois, inspirada pela personagem feminina fiz um *cosplay*³ que me levou à diversos estados conhecendo muitos outros fãs e, conhecendo os fãs-clubes da saga Brasil afora, ouvi o chamado e institui o primeiro fãs-clubes 100% dedicado à *Star Wars* no Tocantins, o Conselho Jedi Tocantins, que é, inclusive, reconhecido pela *Disney*. Mas falaremos sobre esse grupo num capítulo específico.

Insta frisar que os títulos de cada capítulo precedem de um nome de planeta fictício do universo *Star Wars* e essa escolha não se deu de forma aleatória. Observando as principais características e o momento de aparição de cada astro na saga, optar por um ou por outro foi uma escolha bem planejada, para que tenha sentido e faça jus ao conteúdo que será discutido capítulo.

Naboo é o primeiro planeta a aparecer em tela quando você começa a assistir *Star Wars*, ou seja, no “Episódio I – A Ameaça Fantasma”. Embora seja pequeno em dimensão, é a partir dele que grandes acontecimentos da história se desenrolam. Desse modo, Naboo representa, nessa pesquisa, o pontapé inicial, onde tudo começa, explicando de forma suscita aos leitores, o que afinal é *Star Wars* e por qual razão faz tanto sucesso.

O capítulo seguinte é representado por Coruscant, o planeta colossal com arquitetura de metrópoles futurista com milhares de vias de tráfego e arranha-céus com centenas de andares. É em Coruscant também onde encontra-se a sede do Senado Galáctico, local que reunia representantes de milhares de outros mundos. Não poderia haver escolha melhor para sintetizar aquilo que será desenvolvido nesse capítulo, que visa compreender a internet em sua dimensão digital como território, onde estão interconectados os fãs e as informações e dados que compartilham uns com os outros em todo o ciberespaço.

Em seguida, no capítulo que leva o nome de Alderaan, demonstro como se deu a apropriação das mulheres na cultura pop, ou cultura da massa, territórios predominantemente masculinos. Para tanto, compreender como as mulheres passaram a assumir papéis de protagonismo que iam além do personagem que era par romântico de alguém ou secundários. E além, saindo das telas e páginas de HQ para assumir cargos de direção, arte finalização, cineastas, roteiristas, entre outros cargos de influência. Alderaan, nos filmes, conhecido por suas belezas naturais e de habitantes que valorizavam arte e cultura, é o planeta que nos remete à Princesa Leia Organa (Carrie Fischer), personagem que é considerado ícone pop,

³*Cosplay* é a união das palavras *costume play*, onde você, como fãs, se fantasia como os personagens de alguma mídia, ou artista, que podem ser fictícios ou não, e, para além de vestir-se como aquela figura, também age e o interpreta enquanto estiver caracterizado.

reconhecida em qualquer lugar por seu penteado emblemático e personalidade forte, destemida e assertiva que tinha nos filmes. O criador de *Star Wars*, George Lucas, disse em uma entrevista que não queria a Leia com estereótipo de princesa assustada esperando por socorro, e sim uma guerreira, alguém independente.

Finalmente chegamos ao capítulo onde investigamos o comportamento das mulheres que são fãs de *Star Wars* no estado do Tocantins. A opção pelo planeta Tatooine se dá pela total identificação de ambientação do planeta para com o estado do Tocantins, sendo descrito como o local mais distante do universo, grandes rebanhos de *Banths*⁴. Além disso, há uma piada interna do povo tocantinense que conta que aqui existe um sol pra cada morador, Tatooine possui clima quente e desértico em razão de possuir dois sóis gêmeos, portanto, acho que é uma excelente comparação.

Esta pesquisa objetiva, portanto, a) Identificar em quais aspectos a cultura participativa se concretiza no estado, sobretudo nas cidades de Araguaína e Palmas, sob o prisma da cultura da convergência para com os membros do Conselho Jedi Tocantins; b) Entender se a atuação desse grupo já influencia a cultura tocantinense e quais marcas socioculturais significativas a atuação desses grupos estabelece ou introduz na sociedade tocantinense; c) Compreender o que são os Conselhos Jedi no Brasil e como fundou-se o grupo no estado do Tocantins e entender que convergências se estabelecem entre a cultura do universo *Star Wars* e a tocantinense a partir da atuação desses grupos; de que forma esses grupos marcam a cultura tocantinense a partir de *Star Wars*? Que mudanças socioculturais significativas ou sensíveis podem ser demonstradas nos lugares onde os grupos atuam? Para tanto, serão observados os encontros, eventos e atividades interativas realizadas pelo grupo no período de 2016 a 2020.

Nesse ínterim, realizou-se uma vasta garimpagem e leitura de materiais bibliográficos, doutrinas, produções, artigos, dissertações, teses e reportagens jornalísticas que versassem sobre consumo de mídia, recepção das mídias, representação cultural, cinema, apropriação cultural, fã clubes, o papel do feminismo em contexto de produções midiáticas, entre outros pertinentes para construção de uma boa base teórica.

Para atingir os objetivos propostos, adotamos a pesquisa qualitativa, que, segundo Martins e Theóphilo (2007), se dá quando existe a necessidade de compreender a interação dos elementos que se correlacionam com o objeto de estudo. Assim, neste modelo de pesquisa predomina-se a descrição de pessoas, situações, reações e acontecimentos, podendo utilizar-se

⁴*Banths* são mamíferos quadrúpedes, semelhantes aos búfalos, que podem ser domesticados e produzem um leite azul muito famoso na saga.

inclusive se transcrição de relatos, de entrevistas, citações diretas de pessoas sobre suas experiências, descrições de fatos e comportamentos, entre outros.

Atualmente, a comunidade de fãs de *Star Wars* no estado do Tocantins tem pouco mais de 1500 membros ativos. Nesta senda, através de entrevista, análise de dados (fotos, registros, atas de encontros) e observação do comportamento dos fãs nos eventos promovidos pelo Conselho Jedi Tocantins, será possível compreender como é exercida a cultura participativa dos fãs em Palmas e Araguaína. Nessa pesquisa, tornou-se mais relevante interpretar os dados – sobretudo as entrevistas – do que mensurá-los, de fato, pois, a base teórica unida à exploração fática pode resultar em respostas mais precisas às hipóteses levantadas.

Por todo o exposto, a pesquisa conversa com conceitos de cultura, que são tradições e construções de uma vivência, onde o sujeito, envolto por uma teia de significados dá expressões e sentido à essa teia, bem como com conceitos de territórios. Assim, a presente dissertação embasa-se em fundamentos teóricos de autoras e autores que discutem cultura, território e gênero, aliado à experiência pessoal da pesquisadora.

2 NABOO | A FRANQUIA E SEU SUCESSO

“Há muito tempo em uma galáxia muito, muito distante...”, você conhece essa frase? Nessa cristalina alusão às histórias infantis que começam com “Era uma vez...”, é com esse emblemático anúncio de tempo e espaço que se inicia qualquer filme da saga que é uma das – senão a principal – mídia responsável pela forma como conhecemos o cinema hoje.

Mesmo que você jamais tenha assistido a nenhum dos filmes da saga, eu posso apostar com segurança que você já ouviu falar em *Darth Vader* ou reconheceria um sabre de luz em qualquer lugar. A história criada por George Lucas no final da década de 70 encantou pessoas de todas as idades e faz isso até hoje com maestria, afinal, basta conferir a imagem da *Star Wars Celebration* de 2016, evento que é uma convenção para homenagear a saga nos Estados Unidos.

Figura 1- Fãs na *Star Wars Celebration*



Fonte: Star Wars⁵ (2016)

Originalmente *Star Wars* é uma série composta por seis filmes de ficção científica, criados por George Lucas. Divido em três trilologias, a trama conta a história de embates que acontecem na galáxia por questões comerciais e políticas, o golpe de estado e o governo opressor do Império Galáctico, para finalmente, vermos a vitória da Aliança Rebelde. Há dois lados da Força que se contrapõem, o Lado Sombrio e o Lado Luminoso, duelos entre os Sith e

⁵ Disponível em: <<https://www.starwars.com/news/star-wars-celebration-2017-set-for-orlando>> Acesso em 11 fev. 2022

os Jedi, e acompanhamos a jornada de Luke Skywalker. *Star Wars* é também uma história sobre família, relação entre pais filhos, alianças, sacrifícios e redenção.

Frisa-se que, todo esse enredo, com cenários e efeitos especiais revolucionários para os anos 70, ganhou vida com a trilha sonora desenvolvida por John Williams, o mesmo compositor de outras trilhas sonoras épicas, com a do Superman, E.T e Tubarão.

Logo nas primeiras semanas de exibição de “*Star Wars*, Episódio IV: Uma Nova Esperança”, o primeiro produzido, o filme já batia recordes de bilheteria e alcançava um sucesso inimaginável, pois a verba que George Lucas recebeu era de apenas 8 milhões de dólares como voto de confiança da 20th Century Fox⁶e tudo parecia crer que seria uma catástrofe.

Até o início de 2016, a franquia Star Wars tinha arrecadado US\$ 30,2 bilhões. Desse montante, US\$ 6,25 bilhões vieram de bilheteria, quase US\$ 2 bilhões da venda de livros e aproximadamente US\$ 12 bilhões do licenciamento de brinquedos. O total excede o produto interno bruto de cerca de noventa nações do mundo, incluindo Islândia, Jamaica, Armênia, Laos e Guiana. Suponha que Star Wars é uma nação e que sua arrecadação é o seu BIP. Dessa forma, a franquia estaria classificada mais ou menos na metade do ranking das 193 nações do planeta. (SUNSTEIN, 2016, p. 13).

E a partir daí não houve mais trégua, todas as sequências de filmes alcançaram altíssimo nível de sucesso, no que diz respeito à bilheteria e engajamento. A título de curiosidade, elenco o nome de todos em ordem cronológica, vejamos: Episódio I: A Ameaça Fantasma; Episódio II: Ataque dos Clones; Episódio III: A Vingança dos Sith; Episódio IV: Uma Nova Esperança; Episódio V: O Império Contra Ataca; Episódio VI: O Retorno de Jedi; Episódio VII: O Despertar da Força; Star Wars Episódio VIII: Os Últimos Jedi; Episódio IX: A Ascensão Skywalker, Han Solo: Uma História Star Wars e Rogue One: Uma História Star Wars.

Pra quem gosta de mapas: os episódios I, II e III exploram como George Lucas concebeu a saga Star Wars e por que *Uma Nova Esperança* veio a ser, contra todas as previsões, um sucesso estrondoso. Os episódios IV, V e VI examinam os significados intrigantemente múltiplos dos filmes e também o que eles têm a dizer sobre os temas mais importantes: paternidade, redenção e liberdade. Os episódios VII e VIII voltam-se para lições da saga sobre política, rebeliões, repúblicas, império e o direito constitucional. Os episódios IX e X investigam a mágica, a ciência comportamental e a Força – e por que Star Wars acaba sendo atemporal. (SUNSTEIN, 2016, p. 19).

⁶ Hoje é chamado de 20th Century Studios e é um dos maiores estúdios de cinema estadunidense.

Desde maio de 1977, data de estreia do primeiro filme da saga, *Star Wars* já foi indicado e premiado em diversos concursos. Já no ano seguinte, em 1978, o “Episódio IV: Uma Nova Esperança” foi indicado nas categorias “melhor filme”, “melhor diretor”, “melhor ator coadjuvante”, “roteiro original”, “figurino”, “direção de arte”, “edição”, “efeitos especiais”, “trilha sonora” e “edição de som”, ganhando em seis dessas categorias.

O filme “O Império Contra Ataca” foi indicado nas categorias “melhor som”, “melhor trilha sonora” e “melhor direção de arte”, vendendo em “edição de som”. O filme “O Retorno de Jedi” recebeu quatro indicações também técnicas, mas não conseguiu levar nenhuma estatueta, mas recebeu uma premiação especial por conta dos efeitos visuais.

Em 1999 o “Episódio I: A Ameaça Fantasma” era lançado, com menção honrosa ao trabalho impecável que a Industrial Light & Magic (ILM)⁷ havia realizado nesse filme, o que lhe rendera indicação ao Oscar em três categorias, “mixagem de som”, “edição de som” e “efeitos especiais”. Posteriormente, “Episódio II: Ataque dos Clones” foi indicado à categoria de “melhores efeitos especiais”, e o filme “Episódio III: A Vingança dos Sith” foi indicado na categoria de “melhor maquiagem”.

Mais tarde, no ano de 2016, “Episódio VII: O Despertar da Força” volta a levar a franquia ao Oscar, sendo indicado em cinco categorias. O mesmo aconteceu com todos os outros filmes lançados, sempre indicados em categorias técnicas como som, efeitos especiais, figurino e mixagem de som.

Figura 2 – Personagens de *Star Wars* na cerimônia do Oscar



Fonte: (Oscar, 2016)

⁷ Empresa estadunidense criada por George Lucas especialista em efeitos visuais para filmes.

Sunstein (2016, p. 14) revela que nunca houve na história da humanidade um fenômeno como *Star Wars*, pois, não somente em razão da mídia social e muito investimento em marketing, mas em razão de um número imenso de fãs que a cultuam.

O trunfo obtido pelo sucesso dos filmes também chamou atenção das editoras, são inúmeros livros, *graphic novels*⁸ e HQs. Além dos nove filmes que compõem as trilogias, *Star Wars* nos presenteia com um universo – literalmente – de possibilidades, e então há diversas histórias paralelas que ocorrem nos livros, quadrinhos, videogames, séries, animações, sejam eles *legends* ou não.

Chamamos de *legends*, ou lendas em português, todo o conteúdo que não foi originalmente escrito por George Lucas, mas sim por outros escritores e autores que, no deleite da imaginação que tudo que *Star Wars* proporciona sentiram-se à vontade para criar histórias do chamado universo expandido.

Depois que *Star Wars* foi lançado, ficou aparente que minha história—não importa quantos filmes levaria para ser contada—era apenas uma de milhares que podiam ser contadas sobre os personagens que habitam sua galáxia.

Mas essas não eram histórias que eu estava destinado a contar. Ao invés disso, elas viriam da imaginação de outros escritores, inspirados pelo vislumbre de uma galáxia que *Star Wars* provia. Hoje, é um maravilhoso, e inesperado, legado de *Star Wars* que tantos escritores talentosos estão contribuindo novas histórias para a Saga. (LUCAS, 1996).

Assim, no universo expandido de *Star Wars* abarca todas as histórias fictícias que, embora licenciadas pela Lucasfilm, não são contadas nos filmes lançados. Como exemplo podemos citar livros “*Star Wars: Herdeiro do Império*”, jogos como o “*Star Wars: The Force Unleashed*”, e uma infinidade de histórias em quadrinhos lançadas pela editora Dark Horse a Marvel.

Embora os antigos elementos do Universo Expandido tenham perdido seu status de cânon, eles continuam existindo como fontes para que novos materiais de *Star Wars* façam referência na nova continuidade. O Universo Expandido, é na verdade mais velho do que os próprios filmes, com a romantização do filme original publicado quase um ano antes de seu lançamento nas telonas (FAIRBANKS, 2017).

Ou seja, o próprio George Lucas sabia que *Star Wars* não se limitaria às obras que ele porventura viesse a criar, pois a história originária daria a outros autores, escritores e artistas de modo geral, uma vasta possibilidade de conteúdo para serem parte dessa galáxia também, o que é o pontapé, portanto, da convergência das mídias que abordaremos logo mais.

⁸ Tradução de “romance gráfico”, onde a história em formato de quadrinhos, porém com narrativas mais densas, complexas e maior número de páginas.

No Brasil destacamos as editoras Aleph, Panini, Darkside, Universo Geek e Culturama e Bertrand Brasil como impulsionadoras do gênero literário de *Star Wars*, como as principais editoras que lançam materiais sobre a saga para todas as idades, desde folhetos para ilustrar a grandes atlas e coleções de livros.

Uma pesquisa rápida no site Amazon nos mostra que há mais de 8 mil exemplares de títulos da franquia.

Figura 3 – Resultado pela busca de livros de Star Wars na Amazon



Fonte: (Amazon⁹)

É exatamente essa narrativa transmidiática que Jenkins (2009) bem define, pois, a franquia se entende por diversos meios de comunicação, então a história original acaba por desdobrar-se em novas narrativas, personagens ou cenários que se difundem na TV, jogos, séries, filmes, numa possibilidade infinita de expandir-se.

Para facilitar, considerando somente mídias de filmes e séries já lançadas até aqui, sem incluir “O Livro de Boba Fett”, série estreada em 9 de fevereiro de 2022, a trilha do tempo fica dessa forma:

Figura 4 – Linha do Tempo de *Star Wars*

⁹Amazon. Disponível em:

<https://www.amazon.com/s?k=star+wars+book&__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=20VDJRYCFSJ7K&srefix=star+wars+book%2Caps%2C329&ref=nb_sb_noss_1> Acesso em 23 fev. 2022.



Fonte: (Teoria Geek, 2022¹⁰)

Os fãs são grandes responsáveis por muito dos conteúdos criados, sobretudo em razão da nova forma de consumirem os conteúdos, onde o sujeito deixa de apenas admirar e ser passivo e se torna instrumento ativo, compartilhando a mídia, comentando em tempo real, fazendo paródias, *fanarts*¹¹, sugerindo alterações na história, manifestando sua empolgação ou decepção com alguma mídia lançada e muito mais.

O fã, portanto, modifica e reinventa a mídia de acordo com suas necessidades e perspectivas, de modo tão relevante que uma das práticas mais realizadas pelas marcas hoje é de enviar seus produtos para que o consumidor possa fazer um vídeo abrindo a encomenda, reagindo e dando suas primeiras impressões sobre algum produto ou conteúdo.

A Disney comprou a Lucasfilm em 2012 e aproveitou que havia ao seu lado uma legião de fãs que acompanharia a saga por décadas a fio e não poupou esforços para lançar

¹⁰ Teoria Geek. Disponível em: <<https://teoriageek.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Star-Wars-4a-Ordem--e1638306873103-1024x934.png>> Acesso em 02 mar. 2022

¹¹ Arte criada por um fã, que pode ser ilustrada no papel ou de forma digital, que é inspirada ou baseada em algum personagem ou obra já conhecida de forma notória.

filmes, desenhos, séries de TV, brinquedos, camisas, jogos, produtos de decoração e até mesmo um parque temático em Orlando na Flórida, o “Galaxy's Edge”, com ambientação impecável onde você se sente realmente em outro planeta e interage com naves em tamanho real, *droids*, e comidas típicas, e outros elementos.

3 CORUSCANT | RECEPÇÃO E CULTURA PARTICIPATIVA

Quando pensamos no momento em que vivemos, no âmbito da comunicação, da manifestação cultural e da evolução do mundo digital, fica clara a relação existente entre a cibercultura e a convergência das mídias. A cultura da convergência refere-se à variação do fluxo de conteúdos que percorre múltiplos suportes midiáticos e determina a mudança de comportamento do público que está sempre em busca de novas informações e entretenimento (JENKINS, 2009). Um grande exemplo é a franquia *Star Wars*, criada em 1977 por George Lucas, que nos mostra como uma história pode ser contada através de diversas plataformas e ainda assim não cair na mesmice e continuar a conquistar fãs mesmo após 43 anos.

Para Jenkins (2009), o *fandon*, ou seja, o grupo de fãs, possui grande importância na cultura participativa, pois são eles que moldam e causam interferência direta nos conteúdos distribuídos pelas produtoras, fazendo com que os próximos capítulos, ou filmes, como é *Star Wars*, respondam aos interesses do público. A saga *Star Wars* possui uma vasta quantidade de mídias que atendem ao consumo extremamente ativo dos aficionados pelos seus produtos, como livros e HQs, séries animadas, série de TV, jogos de videogame e para PC, além de eventos que são gigantescas convenções, como a *Star Wars Celebration* nos Estados Unidos, e a JEDICON no Brasil. Não se pode olvidar de mencionar sobre a infinidade brinquedos, bonecos, réplicas de armas e a recente inauguração do parque temático da Disney, o *Galaxy's Edge*, que oferece ao visitante uma imersão no mundo fictício de *Star Wars*, transportando-o a outra atmosfera, o fã tem prazer em se aprofundar nos assuntos, expandir sua imaginação, integrar o meio, conjecturar, viver experiências com o que admira.

Quando falamos de imersão nos referimos ao desejo ostensivo de viver a realidade originada de um universo ficcional. Para Murray (2003, p. 102), “a experiência de ser transportado para um lugar primorosamente simulado é prazerosa em si mesma, independentemente do conteúdo da fantasia.”, e essa imersão é, inclusive, um dos pilares da cultura participativa.

Importa salientar, inclusive, que nos parques temáticos da Disney não se autorizam adultos a usarem fantasias ou *cosplays*¹², e para além de questões de segurança, também é um cuidado com o rompimento da fronteira entre o espectador e o mundo mágico. Se

¹² Com exceção de três eventos anuais: *Mickey's Not So Scary Halloween Party*, a festa de Halloween da Disney, *Mickey's Very Merry Christmas Party*, a festa de Natal e a *Star Wars: Galactic Nights*, que são noites temáticas que acontecem no Hollywood Studios.

considerarmos que vários *cosplays* circulando pelo parque poderia causar confusão nas crianças e outros visitantes sobre quem é funcionário e quem é o cidadão imersivo.

Murray (2003) dita que toda convergência cultural, sobretudo a transmidiática, não terá sentido se não for imersiva. As possibilidades de interação geradas nos ambientes virtuais só são possíveis por conta da narrativa que se constrói de modo flexível, possibilitando a interpretação de uma série de fenômenos que envolvem os sujeitos.

A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtos e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores tem mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros. (JENKINS, 2009, p. 30).

A emergência da cultura participativa resulta na reconfiguração de uma sociedade conectada, derrubando barreiras geográficas, linguísticas e temporais, dando liberdade às pessoas em todos os veículos que a mídia pode transitar, nas redes sociais, aplicativos de bate-papo, videochamadas, *streaming*¹³, onde as pessoas não buscam somente consumir, mas ser parte. Portanto, produtores de mídia precisarão se ajustar às exigências da participação do consumidor, ou correrão o risco de perder seus consumidores

3.1 Cultura tradicional, Cultura de Massa e Cultura da Convergência

É desafiador desenvolver um capítulo acerca dos três tipos de cultura que me proponho pois, como bem dita Hall (p.19), conceituar cultura é muito complexo pois há várias maneiras de precisá-la. Tradicionalmente, “cultura” é tido com aquilo que fora dito, pensando ou praticado de forma reiterada numa sociedade. Afinal, a cultura é resultado daquilo que os participantes de uma comunidade (território físico ou virtual), interpretam o que acontece ao redor e passam a dar sentido a esses fatos.

A cultura, podemos dizer, está envolvida em todas as práticas que não são geneticamente programadas em nós (diferentemente do movimento involuntário do joelho ao ser estimulado por um martelo), mas que carregam sentido e valores pra

¹³ O streaming é a tecnologia de transmissão de dados pela internet, especialmente áudios e vídeos, sem a necessidade de baixar o conteúdo. Aquele que detém o conteúdo transmite o material pela internet e o usuário acessa de modo online sem que precise baixar e ocupar espaço no seu celular ou computador.

nós, que precisam ser *significadamente interpretados* por outros ou que *dependem do sentido*, para seu efetivo funcionamento. A cultura, desse modo, permeia toda a sociedade. Ela é o que diferencia o elemento “humano” na vida social daquilo que é biologicamente direcionado. Nesse sentido, o estudo da cultura ressalta o papel fundamental do domínio simbólico no centro da vida em sociedade. (HALL, 2016, p. 21).

É sabido que a cultura possui vários sentidos, e inicialmente estava relacionada ao cultivo, seja de uma lavoura, agricultura, etc, ou seja, manter e cultivar algo que iria perpetuar.

Contudo, a princípio, diferenciava-se a cultura tradicional, propriamente dita, como clássicos da literatura, filosofia, as obras de pensadores renomados, aquilo que somente era consumido pela alta sociedade, por essa razão referir-se a alguém como culto era um significado de alguém civilizado. Para os alemães a cultura relacionava-se diretamente com o estudo de faculdades humanas, facilitando trabalhos acadêmicos e artísticos (THOMPSON, 1992).

...na Alemanha, nas décadas de 1830 e 1840, muito antes que se iniciasse naquele país uma industrialização séria, já era possível receber uma boa educação universitária em ciência aplicada, melhor do que qualquer curso que a Inglaterra ou os EUA só vieram a oferecer duas gerações mais tarde. (SNOW, 2015, p. 25).

Snow (2015), usando dois grupos, os cientistas e os literatos, elucida com muita exatidão sobre como esses grupos lidam, ou não lidam, com os diversos, aqueles que não estão inseridos em ambiente de cultura não-científica. Ter conhecimento científico, não necessariamente faz com que alguém seja detentor de todos os saberes e cultura.

Adiante, passou-se a entender cultura como um conjunto de tradições, costumes e crenças de um determinado grupo, que passava de geração a geração, ou seja, práticas reiteradas de grupos sociais. Quanto à cultura de massa, esta pode ser definida como a produção que é feita pensada para a população como um todo, sem considerar posicionamentos socioeconômicos, crenças, etnias, etc.

Cultura da massa, ou popular, nada mais é do que materiais culturais apropriados e inseridos no cotidiano dos cidadãos. McQuail (2003, p. 41) explana que as “massas” eram as pessoas comuns, tidas como não educadas, ignorantes e potencialmente irracionais. Os valores sociais e culturais dominantes do ocidente eram individualistas e elitistas, geralmente contra ações coletivas. O método de comunicação firmado na cultura de massas, sob a ótica de McQuail (2003), trata a criação e processo industrial de modo vertical, indireto, massivo e

impessoal, pois busca atingir o máximo de pessoas possível sem necessariamente que haja uma ligação entre o sujeito e conteúdo.

Na visão de Cuche (1999), o sentido mais antropológico de uma cultura diz respeito à maneira de viver, sentir ou pensar de um grupo específico, ou seja, cultura é o conjunto de práticas dos sujeitos que integram grupos sociais.

Na cultura da convergência, Jenkins (2009) ensina que conteúdos interligados, feitos para diversas plataformas, permitem novas experiências ao consumidor aumentando os pontos de acesso a uma franquia. A narrativa transmídia ocorre através dessas plataformas e cada uma delas contribui de forma diferente, porém altamente relevante para toda a franquia. Por exemplo, uma informação é introduzida em um filme, que se expande posteriormente para a televisão, livros ou jogos eletrônicos, de forma que a transmídia se revela como um universo expandido.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. (JENKINS, 2009, p. 30)

No tocante à convergência de mídias, *Star Wars* é um exemplo vanguardista. George Lucas optou por ter todos os direitos sobre a história, personagens e produtos que fossem fruto ou referência temática dos filmes, ao invés de receber o salário padrão. De modo que passou a lucrar muito com venda de pôsteres, camisas, livros, brinquedos e qualquer outra coisa, objeto e bem que fosse relacionado à saga. Assim, “toda história é importante, é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia” (JENKINS, 2009, p. 29).

No ano de 2012 a *Disney* comprou todos os direitos de *Star Wars* de George Lucas, que por motivos pessoais e após ponderar sobre tantas coisas, optou por fazê-lo. Em um trecho de entrevista cedido a Paul Duncan, o diretor afirma:

"Então eu pensei em abrir mão disso, aproveitar o que eu tive e eu estava ansioso para criar minha filha. Além disso, eu queria construir um museu, o que eu sempre quis fazer, então eu estava pensando 'Se eu não fizer isso agora, nunca vou conseguir'.

Passei minha vida criando *Star Wars* — 40 anos — e desistir foi muito, muito doloroso. Mas foi a coisa certa a fazer. Achei que teria um pouco mais a dizer sobre os próximos três porque já os havia iniciado, mas eles decidiram que queriam fazer outra coisa”. (TROJAIKE, 2020).

E apesar de soar bastante nostálgico, fato é que a Disney fez valer a pena cada centavo investido, pois além de dar continuidade às histórias já rascunhadas também investiu fortemente no universo expandindo, conforme notamos na captura de tela abaixo.

A convergência exige das empresas uma nova forma de pensar como o público irá consumir suas mídias, moldando decisões de marketing, por exemplo. Os novos consumidores são ativos, migratórios, altamente leais aos meios de comunicação, são conectados, barulhentos e públicos (JENKINS, 2009).

Portanto, a forma com que consumimos cultura é alterada, em razão das possibilidades que a tecnologia proporciona, isto é, reagindo em tempo real¹⁴, comentando, editando vídeos, montando fã-filmes¹⁵ ou escrevendo *fanfics*¹⁶.

Figura 5 – Interface de navegação da plataforma Disney+



Fonte: (Disney+)

Notamos que existe três categorias principais, “Originais”, contendo conteúdos criados pela Disney, “Filmes”, onde temos as trilogias da saga e os *spin-offs*¹⁷, e finalmente as

¹⁴ Muitos fãs transmitem algum filme ou episódio de série em plataformas de *streaming*, como Facebook, Youtube ou Twitch, para assistir e comentar ao vivo com os usuários. Gerando assim um sentimento de que, embora geograficamente distantes, estão juntos.

¹⁵ Filmes amadores feitos pelos fãs que podem ser paródias de mídias já existentes ou mesmo uma criação nova inspirado na mídia original.

¹⁶ Originalmente o termo refere-se a qualquer narração feita em prosa com histórias e personagens que são extraídos de mídias do meio de comunicação em massa.

¹⁷ *Spin-Offs* são artifícios usados para contar uma história nova a partir de um universo ou personagens já existentes em outro produto midiático.

“Séries”, que inclui animações, documentários e tantos outros conteúdos cem por cento dedicados à *Star Wars*.

3.2 O Ciberespaço

A cultura, assim como vários ramos da ciência, se sujeita a mudanças e modernização com o passar dos anos. Para Hall (2003), a globalização resultou em deslocamentos que ocorreram no âmago das identidades culturais nacionais, alavancando o hibridismo dessas culturas. O sujeito pós-moderno não possui uma identidade fixa, sendo dinâmica e em constante construção conforme se relaciona com o meio e sistema cultural em que está inserido.

Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. (HALL, 2003, p. 9)

O autor aponta que as identidades culturais são híbridas, ou seja, movidas por mudanças, encontros e desencontros, de modo que a identidade é composta de diversas identificações, passíveis de mudanças e transformações. Nesse mesmo sentido, Castells (2007) explana que o surgimento do meio de comunicação eletrônico e digital abre um leque de possibilidades de interação, de modo que a informação se difunde pelos meios mais significativos da sociedade, tornando-se uma comunicação em massa, posto que alcança potencialmente uma audiência global através das redes e conexões com internet. *Star Wars* é, de várias formas, um ótimo exemplo da convergência dos meios de comunicação em ação.

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 no direito de se tornar um participante pleno. (JENKINS, 2009, p. 188).

Essa sociedade com acesso tão fácil à informação, associado com novas tecnologias, favorecem o surgimento de novas formas de sermos sociáveis uns com os outros. Para Hall (20023) a identidade do ser humano pode ser dividida em três concepções, quais sejam: O sujeito Iluminismo, o Sociológico e o Pós-Moderno, sendo esse último como aquele cuja

identidade não é fixa, uma vez que a sociedade moderna se transforma economicamente, socialmente e politicamente, o ser humano modifica sua identidade.

Bradbury (1987, p. 27) anteriormente à Hall também já tinha feito essa análise e definição, quando disse que as relações humanas se modificam sempre, entre padrões, empregados, mulheres, filhos, maridos, e essa mudança acontece ao mesmo tempo nas relações humanas, na religião, na política e na literatura.

As comunidades virtuais possuem grande potencial de compartilhamento de conhecimento e se tem no CJTO ativa participação na divulgação de novos produtos, séries, filmes, e mais diversos fluxos de conteúdo nas plataformas mais comuns de mídia. A indústria midiática está cada vez mais dependente de consumidores ativos e envolvidos, visando divulgar suas marcas e se destacar no mercado.

(...) novas formas de comunidade estão surgindo: essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais e empreendimentos intelectuais comuns. Os membros podem mudar de um grupo a outro, à medida que mudam seus interesses, e podem pertencer a mais de uma comunidade ao mesmo tempo. As comunidades, entretanto, são mantidas por meio da produção mútua e troca recíproca de conhecimento. (JENKINS, 2009, p. 57).

Felinto (2008, p. 2) ensina que a cibercultura é ápice da convergência cultural, e seu conceito deve envolver discursos sociais, realidades tecnológicas, práticas de consumo, diversas narrativas, de modo que redesenha o consumo cultural e midiático.

Antes, quando a coordenação grupal era difícil, a maioria dos grupos amadores permanecia pequena e informal. Agora que temos ferramentas que permitem que grupos de pessoas se encontrem e compartilhem pensamentos e ações, vemos um estranho e novo híbrido: grupos de amadores grandes e públicos. Os indivíduos podem, com mais facilidade, tornar públicos os seus interesses, e os grupos podem equilibrar, também com mais facilidade, motivação amadora e grandes ações coordenadas. O alcance geográfico dos esforços colaborativos aumentou drasticamente. (SHIRKY, 2011, 79)

Somos capazes de promover eventos, ações e encontros mesmo de forma remota, graças ao ciberespaço, observando as mudanças ocorridas ao longo do tempo na tecnologia e nas formas dos indivíduos se comunicarem. Transformar a internet em um novo local de expressão cultural, sem deixar de pertencer também ao espaço física em que se encontra, dá ao indivíduo o poder de pertencer em vários lugares, ser multiterritorial, assim, “os ambientes digitais apresentam um espaço pelo qual podemos nos mover” (Murray, 2003, p. 84).

Saquet (2013, p. 173) afirma que nós somos e também estamos produzindo território e territorialidade a todo momento enquanto reproduzimos natureza e sociedade.

Experimentamos, vivemos territorialidades distintas e plurais, múltiplas, tanto política como econômica e culturalmente, num único movimento. As relações religiosas modificam-se e permanecem; alteram-se relações entre os Estados, que também têm elementos que são conservados; as relações entre os estados e as empresas, enfim, há *novas* territorialidades, reterritorializações, constantemente, que contêm, em si, o *velho*; há des-continuidade histórias e multiescalares; um movimento processual relacional, de apropriação, dominação e produção (i) material (material-imaterial) do território. (SAQUET, 2013. P. 158).

A rede é, portanto, um espaço de intensa produção cultural, articulando comunidades, eventos, encontros, muitas vezes até se aproximando dos modelos de comunicação e interação físico. Importante ressaltar que as mídias tradicionais, como TV e cinema, não vão morrer, ao contrário, irão se moldar ao novo comportamento do público. Além disso, com a democratização dos meios de comunicação, a inteligência coletiva nos oferece uma superabundância de informações.

E por inteligência coletiva, melhor definição nos traz Lévy (2003, p.28) quando dita que é uma inteligência que se distribui “por toda a parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. Noutras palavras, o conhecimento de cada um de nós associado com habilidades de outros, concretiza inteligência coletiva. Os consumidores interagem uns com os outros, e é essa troca de informações, conteúdo e fragmentos extraídos do fluxo midiático que produz em nós a concepção que temos das coisas no nosso dia-a-dia.

(...) a saber, a valorização, a utilização otimizada e a criação de sinergia entre as competências, as imaginações e as energias intelectuais, qualquer que seja sua diversidade qualitativa e onde quer que essa se situe. Esse ideal da inteligência coletiva passa, evidentemente, pela disponibilização da memória, da experiência, por uma prática banalizada de troca de conhecimentos, por novas formas de organização e de coordenação flexíveis e em tempo real. Se as novas técnicas de comunicação favorecerem funcionamento dos grupos humanos em inteligência coletiva, devemos repetir que não o determinam automaticamente. (...) Em resumo, em algumas dezenas de anos, o ciberespaço, suas comunidades virtuais, suas reservas de imagens, suas simulações interativas, sua irresistível proliferação de textos e de signos, será o mediador essencial da inteligência coletiva na humanidade (LÉVY, 1999. p. 167).

O conceito de ciberespaço também se define como o local onde as informações circulam, permitindo que essa inteligência coletiva seja partilhada, de modo que os relacionamentos entre pessoas (e também os políticos e econômicos) independem de limites

geográficos ou mesmo temporais (LÉVY, 1999). Assim, entendemos o ciberespaço, para fins desse estudo, como “prática de comunicação interativa, recíproca, comunitária e intercomunitária, [...] como horizonte de mundo virtual vivo, heterogêneo e intotalizável do qual cada ser humano pode participar e contribuir.” (LÉVY, 1999. p. 126). São três principais pilares resultantes do crescimento do ciberespaço: criação de comunidades virtuais, interconexão e inteligência coletiva.

Não há comunidade virtual sem interconexão, não há inteligência coletiva em grande escala sem a virtualização ou desterritorialização das comunidades no ciberespaço. A interconexão condiciona a comunidade virtual, que é uma inteligência coletiva em potencial. (LÉVY, 1999, p.133).

Os indivíduos das comunidades que territorializam o ciberespaço o se encontram por afinidade, nichos, aproximação, curiosidade, e compartilhamento de experiências, informações e conteúdo, nessa senda, o *fandom*¹⁸ é o grupo de pessoas que estão inseridas nesse processo e passaremos analisar.

Para compreender a cultura participativa, este projeto anseia unir o embasamento teórico à pesquisa empírica, através do estudo dos membros do Conselho Jedi Tocantins. Sendo um objeto de várias décadas de existência, *Star Wars* garante à pesquisa mais solidez nas capturas de dados.

3.2 Organização dos fãs no Brasil

No Brasil, ser fã de *Star Wars* nos anos 80, na época de sua estreia era uma difícil missão para os mais apaixonados, as revistas não chegavam ao país traduzidas e eram raras as lojas especializadas. O pouco conteúdo de fácil acesso era muito oneroso e dispendioso, sobretudo se pensarmos que a internet popularizou-se somente no final da década de 1990, com programas como ICQ e o site Orkut (MOURA; GRANADO, 2015, p.10-11). Os aficionados, antes desse salto tecnológico, recorriam às colunas de jornais para divulgar o interesse em encontrar outros com quem pudessem compartilhar a paixão pela saga.

Foi assim que, em 1997, o primeiro fã-clubes de *Star Wars* no Brasil foi fundado, o Conselho Jedi Rio de Janeiro. Não muito tempo depois, outros estados como São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, passaram a interagir, o que resultou, até o presente, na criação de Conselhos Jedi por 16 estados do país, dentre eles o Tocantins, objeto desse estudo.

¹⁸ Fandom é um termo utilizado para se referir à subcultura dos fãs em geral, caracterizada por um sentimento de camaradagem e solidariedade com outros que compartilhem os mesmos interesses. (JENKINS, 2009. p. 39)

Alguns anos depois, mais precisamente em 1º de maio de 1999 em uma pizzaria, após uma reunião de fãs da saga, nasceu o Conselho Jedi São Paulo que, juntamente com fãs do estado do Rio de Janeiro e Minas Gerais, passaram a conversar e alinhar a criação da primeira convenção anual de fãs de *Star Wars* no Brasil: a JEDICON, evento que passou a ser considerado o mais esperado por todos os admiradores da saga até os dias de hoje.

De ano em ano a quantidade de público aumentou. Com muita garra, o Conselho Jedi São Paulo esforçou-se em contribuir na evolução dos eventos, incentivando a confecção de fantasias, a união de todos e buscando novas atividades e atrações. Inovando nas palestras e apresentações, a JEDICON foi acrescida em cada edição de novidades, como grupo de teatro, apresentação de lutas coreografadas, coral, atrações surgidas nos diversos Conselhos Jedi do país. E nesse movimento crescente, o Conselho Jedi São Paulo sempre esteve presente e atuante. Importante lembrar que a união não é só entre os chamados Conselhos Jedi, mas também com todo e qualquer fã clube de *Star Wars* que de alguma maneira quis fortalecer sempre a oportunidade de os fãs divertirem-se com sua paixão pela saga. E a união vai além, com fã clubes de outras franquias, porque um fã entende sempre a dedicação que cada um tem com aquilo que admira. (CONSELHO JEDI SÃO PAULO, 2022).

Os Conselhos Jedi no Brasil existem desde 1997. Eles são organizações sem fins lucrativos que têm como objetivo reunir aficionados pela saga em encontros ou eventos, sejam eles virtuais ou não. Inicialmente as ferramentas se limitavam apenas aos fóruns virtuais e e-mails. O primeiro site oficial sobre *Star Wars* só foi lançado pela *Lucasfilm*, empresa criadora da saga, no ano 2000, e tinha como objetivo incentivar o contínuo entusiasmo, criatividade e interação dos fãs.

Figura 6 – Mapa dos Conselho Jedi do Brasil



(Fonte: Argollo, 2019)

Apesar da distância geográfica que separa cada fã clube, graças à internet o ambiente para que eles coexistam é unificado, como veremos nos tópicos a seguir alguns exemplos de eventos promovidos pelos Conselhos Jedi. A convergência ocorre quando se dá às pessoas as redes das mídias e não é só entretenimento que flui pelas plataformas midiáticas. “Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia.” (JENKINS, 2009, p. 45).

Essa é o grande trunfo do ciberespaço, como ampliador das interações sociais, nos permitindo conhecer e viver com pessoas para além da nossa comunidade local. Vejamos alguns exemplos de eventos que o CJTO organizou e proporcionou aos membros que estavam espalhados por todo o estado, de norte a sul.

3.2.1 Live interconselhos

Esse evento aconteceu nos sábados do mês de maio de 2020, mais precisamente nos dias 09, 16, 23 e 30, e em cada dia de *live* os representantes dos fã clubes papeavam sobre Star Wars, contando suas experiências regionais, compartilhando com os demais acerca dos

planos futuros de ações, num momento de descontração e intimidade como se de fato estivessem todos em uma roda presencial.

3.2.2 Concursos culturais

Uma das formas de trazer para o ciberespaço a energia dos campeonatos presenciais é através dos concursos virtuais adaptados ao meio virtual, que geralmente são abertos para pessoas de todas as idades e todas as origens interessadas em participar. Podendo ser destacados o concurso de *cosplay*¹⁹ com envio de vídeos e fotos das performances teatrais, concursos de desenho, e até mesmo torneios de *saberplay*²⁰.

Geralmente os resultados dos concursos passam por um julgamento de um corpo de júri técnico, mas os finalistas são submetidos a votação popular, tornando mais democrático o resultado, sendo possível que o público assista às apresentações, celebre os resultados, torça e vote tal como seria presencialmente.

3.2.3 Sorteios e rifas entre os membros

O engajamento dos fãs às redes sociais e páginas dos Conselhos Jedi não é mantido somente pelo frequente debater de ideias e trocas de informações, a diretoria²¹ de cada fã clube sempre procura meios de atrair novos aficionados e tornar a experiência de se juntar efetivamente ao grupo ainda mais prazerosa, para tanto, atividades como sorteios de brindes entre membros estão entre as mais esperadas por todos.

É comum que as pessoas habilitadas para participarem dos sorteios precisem cumprir alguns requisitos para tornar mais justa a atração, então muitas vezes somente membros cadastrados no fã clube, proativos, assíduos, ou assinantes de algum programa de associação é que estão aptos a concorrerem aos sorteios. Isso evita que qualquer pessoa, que não seja parte do fã clube ou que sequer goste da saga, agindo de má fé, leve o prêmio. Prêmios esses que

¹⁹ Cosplay é a abreviação de costume play e diz respeito à ação dos fãs que se fantasiam como seus ídolos, sendo eles ficcionais ou não, como por exemplo, um cantor de rock, ou um personagem de um filme, quadrinhos, livros, entre outros.

²⁰ *Saberplay* é a junção das palavras sabre e play, ou seja, brincar com sabre de luz de forma a performar os movimentos, golpes e ataques que os personagens de *Star Wars* fazem em suas mídias usando os sabres de luz, que é a arma principal e um dos principais símbolos da franquia.

²¹ Grupo de pessoas responsáveis por gerir o fã clube naquele estado que conta com pelo menos duas pessoas, o presidente e o vice. São responsáveis por deliberar acerca de quem são os membros oficiais, quais serão os próximos eventos, liderar a equipe de organização desses eventos, são responsáveis pelo marketing do fã clube, dentre outros atributos.

são sempre artigos da saga, como livros, canecas, almofadas, chaveiros, *action figures* (bonecos), jogos e camisas. Os sorteios são feitos em sites próprios pra esse fim e todo o processo transmitido ao vivo para que todos possam acompanhar, comentar e vibrar ao mesmo tempo.

3.2.3 Ações beneficentes

São inúmeras ações promovidas pelos Conselhos Jedi no país que possuem caráter filantrópicos, como campanhas de doação de sangue, visitas a instituições de caridade, casas de acolhimento, entre outras. Todavia, se estamos falando de uma participação dos fãs na rede, é aceitável questionar de que forma essas ações poderia acontecer online.

Bem, recentemente, mormente pela realidade pandêmica em que vivemos, foi possível mobilizar campanhas solidárias de forma integrada, em todo o país. Uma delas chamada “Unidos pela Força”, fazendo alusão à Força que é o campo de energia presente em todos os seres vivos da galáxia, tinha o intuito de mobilizar doação de dinheiro para Manaus – AM, no combate ao Covid-19 e falta de oxigênio nos hospitais. Em um movimento conjunto, todos os fãs clubes de *Star Wars* no Brasil divulgaram e incentivaram seus membros a colaborarem com a doação às Organizações Não Governamentais que estavam a frente.

3.2.4 Assistindo juntos, mas separados

Naturalmente um fã clube de *Star Wars* promove mesas redondas e debates sobre os filmes, e sempre que possível alguns membros se reúnem para assistir aos episódios novos ou algum dos filmes da saga. Hoje, com a democratização da internet, é possível trazer a sala de cinema – ou a sala da sua casa – para o ciberespaço.

Figura 7 – Frame de vídeo onde fãs assistem juntos à um filme de *Star Wars*



(Fonte: Diário Rebelde²²)

Através do site *Twitch*²³ ou mesmo pelo *YouTube*, integrantes do grupo transmitem e assistem simultaneamente, juntos, em tempo real e interagindo uns com os outros aos filmes e também a novos episódios lançados, em tempo real e em primeira mão, como fariam se estivessem pessoalmente, reunidos no sofá e pelo tapete. Ocorre que aqui não há limitação de espaço e o anfitrião não precisa se preocupar com pipoca pra todo mundo.

3.2.5 Gincana interconselhos

Quando pensamos em uma gincana prontamente nossa imaginação nos leva à um evento competitivo com torna na cara, cabo de guerra, futebol e outras provas que exijam agilidade e conhecimento dos participantes dos times. Bem, o *fandom* de *Star Wars* brasileiro conseguiu promover uma gincana entre os 16 conselhos, cada qual com 8 a 10 representantes, totalizando quase 200 pessoas engajadas, jogando e se divertindo em um evento 100% online.

Na gincana interconselhos cada um dos times, representando seu estado, se enfrenta em *quizzes*, concurso de fantasia, concursos de paródias, de desenho, provas que necessitam

²² Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=GB0gL3gojBg>>. Acesso em 12 fev. 2022.

²³ Plataforma online onde pessoas podem fazer transmissões ao vivo, interagir com os espectadores através do chat e ainda ganhar dinheiro.

de um olhar crítico para interpretar imagens na tela, campeonato de melhor representação cinematográfica (por vídeo, atuando, ou por foto), confecção de figurinos, dentre tantas outras provas que são executadas, assistidas e compartilhadas uns com os outros nesse território virtual.

Todas as atividades elencadas anteriormente são práticas culturais que os fãs de *Star Wars* exercem na internet. A rede permite que fãs do país inteiro se conectem, interajam, se reúnam, participem de eventos e atividades sem precisar sair do espaço geográfico que os limita.

Para Shirky (2011, p. 31) antigamente via-se o ciberespaço como um local desvinculado do mundo real, quando a população online era menor e muitas pessoas do nosso dia-a-dia não integravam a rede. Hoje, ao contrário, as ferramentas de mídia social e internet não são só uma alternativa para a vida real, mas parte dela.

Em razão do surgimento de um novo sistema tecnológico, eletrônico e digital, um leque de possibilidades de interação e formas de se relacionar e se comunicar precisam ser repensados. Essas diversas maneiras de se sociabilizar não refletem somente no âmbito econômico ou profissional, a maneira de consumir o lazer e se conectar com pessoas que têm hábitos e gostos parecidos com os nossos, também foi facilitado.

O ciberespaço oferece ferramentas ao usuário para moldar e diversificar a forma de expressar-se culturalmente, de modo que é o homem quem conduz o movimento social para qual a internet deve seguir, não o contrário. Do mesmo modo que a cultura não respeita espaço geográfico delimitado, sendo múltavel e possuindo uma teia de significados, a liberdade de ir e vir do indivíduo não se restringe à localidade de onde ele se encontra, e o ciberespaço é esse território onde a inteligência coletiva se compartilha, juntamente com as informações, relações de afeto, com livre circulação, não apenas de dados, mas de pessoas.

Embora o público da televisão seja acusado, há muito tempo, de ser mais passivo do que os leitores ou plateias do teatro, pesquisas sobre diferentes tipos de fãs-clubes oferecem consideráveis evidências de que os telespectadores apropriam-se ativamente das histórias de suas séries favoritas. O culto dos fãs fez crescer nas últimas décadas por meio da organização de convenções, das revistas underground e do comércio de vídeos caseiros. A internet acelerou esse crescimento ao fornecer um meio no qual os fãs podem conversar – trocando mensagens escritas – uns com os outros e, muitas vezes, com os produtores, escritores e astros da série em exibição. (MURRAY, 2003, p. 52)

No momento em que pessoas de diversas partes do país buscam e aceitam voluntariamente integrar um grupo de alcance nacional e que organiza ações de interação, ocorre a territorialização da rede, que não significa abandono do local onde o sujeito está

inserido e de onde ele fisicamente se encontra, é a multiterritorialidade que define o ressignificado do ciberespaço como um novo território. Na visão de Murray (2003), o fluxo de informações, por não ser linear, possui diferentes pontos de partidas e chegadas,

4 ALDERAAN | MULHERES NO AUDIOVISUAL

Nesse capítulo, além de apresentarmos alguns dados sobre as mulheres por trás das mídias, também pretendeu-se elucidar possíveis diferenças na validação da identidade das mulheres como *nerds*, diante das definições de nerd que geralmente se referem apenas aos homens, e compreender as ligações dessa identidade social com a cultura de fãs e o consumo.

4.1 Representação feminina na saga

Existe ao menos uma mulher em destaque em cada uma das trilologias da franquia, Padmé Amidala (Natalie Portman) nos episódios I, II e III, Leia Organa (Carrie Fisher) nos episódios IV, V e VI, e Rey (Daisy Ridley) nos episódios VII, VIII e IX, e se considerarmos filmes *spin-offs* ainda podemos mencionar com honraria a Jyn Erso (Felicity Jones) em “Rogue One: Uma História Star Wars”.

Figura 8 –Padmé Amidala, Leia Organa, Rey e Jyn Erso respectivamente



Fonte: (Star Wars Fandon Page²⁴)

Padmé foi uma mulher envolvida na política, era sinônimo de paz e diplomacia, em seus atos prezava sempre pela manutenção da democracia na galáxia e resolução de conflitos sem violência. Foi rainha do planeta Naboo aos 14 anos e conforme crescia tornou-se

²⁴ Disponível em <https://starwars.fandom.com/wiki/Main_Page>. Acesso em 02 fev. 2022.

perseguida politicamente, pois tinha uma visão progressista no tocante às negociações e independências dos planetas.

Padmé até o fim de sua vida mantêm-se firme em seus propósitos e ideais, faleceu vítima de agressão do próprio marido, Anakin Skywalker (Hayden Christensen), quando este foi seduzido ao Lado Negro e sucumbiu. Padmé é mãe de Leia Organa e Luke Skywalker (Mark Hamill), personagens que são pilares da trilogia, é sobre eles que tudo se desenrola.

Leia Organa é, merecidamente, tida como ícone feminista na trama. A princesa foge de todos os estereótipos que se esperava de um papel feminino da época. Onde esperava-se uma mocinha indefesa esperando para ser resgatada a saga apresenta exatamente o contrário. Muito embora realmente estivesse presa pelo império a princesa buscou auxílio sozinha para sair de lá e coordenou a fuga quando seus companheiros chegaram. Em momento algum esteve inerte ou passiva.

Leia foi protagonista e inspirou muitas meninas que acompanharam sua história, pois era destemida, corajosa, ambiciosa e tinha pulso firme em seus posicionamentos, enfrentando pessoalmente o poderio bélico do império. A personagem liderou rebeldes, tornou-se general e foi peça fundamental em todos os embates que ocorriam na rebelião. Apesar de ter constituído par romântico com Han Solo (Harrison Ford), este não se deu para cumprir tabela e nem teve seu desenrolar de forma clichê, notoriamente Leia Organa era feminista e arrebatou diversas mulheres pelo mundo.

Ao falarmos de Leia Organa é válido nos voltarmos à personagem Antígona, personagem da tragédia grega escrita por Sófocles há aproximadamente 440 a.C. Sob uma perspectiva de gênero, Antígona agiu contra a lei dos homens ao enterrar seu irmão Polínicês que foi considerado traidor, tomou uma decisão que afrontava diretamente o poder de Creonte, um homem, o que nos faz pensar sobre a coragem e firmeza da figura feminina de Antígona ao questionar uma ordem imposta pelo governante. Dessa forma, o espírito transgressor e nada submisso de Leia Organa é de um tanto semelhante com Antígona, subversivo, representado ruptura de amarras de silenciamento que mulheres sofrem ao longo dos anos.

No tocante à personagem Rey, ela era uma cara nova na saga, lutava com bastão e ninguém sabia sua origem, gerando muita discussão e controvérsias entre os fãs, principalmente homens fãs. Isso se deu pois de certo modo o foco da história mudou de curso e o protagonismo de Luke Skywalker agora tinha outro alvo. Literalmente o bastão, ou sabre, foi passado. Rey não era membro da família Skywalker, pelo contrário, era uma catadora de lixo que cresceu sozinha e abandonada no planeta desértico de Jakku, aprendeu a se virar,

desenvolveu habilidades como piloto e também com luta com bastão. Ou seja, tudo que Rey conquistou foi sozinha, com perseverança, num ambiente hostil e isolado do mundo. Rey, rompendo com todas as expectativas, é, afinal, o último jedi.

Rey nasceu para todas nós, cansadas de ver o homem exercendo protagonismo do começo ao fim. Luke Skywalker teve sua trilogia. Anakin Skywalker teve sua trilogia. Um sobrenome é assim tão importante, ao ponto de destruir uma garota que criou a si mesma? Aparentemente, para JJ Abrams e companhia, sim.

Desde o começo, conhecemos uma mulher com espírito guerreiro, explorador, cujas habilidades foram construídas por conta do abandono e ambiente inóspito onde viveu. Uma verdadeira heroína de Space Opera— mas, por ela ser uma mulher, já no Episódio VII foi criticado que ela fosse capaz de ferir KyloRen. (...)

Finalmente com uma mulher no centro da ação, destemida tal quanto Leia, e com as habilidades mecânicas de alguém que sempre desejou construir uma nave para fugir. Ou usar aquelas que descobria abandonadas por seu planeta desértico. (MORAIS, 2022).

No que diz respeito à Jyn Erso, essa personagem foi símbolo da rebelião, isso porque nasceu inserida na guerra que ocorria na galáxia. Seu pai era um engenheiro que trabalhava para o Império, mesmo a contragosto. Jyn Erso conseguiu crescer escondida do Império, mas acabou presa, sendo resgatada posteriormente por rebeldes, a mesma aliança rebelde onde Leia Organa atuava. Finalmente, Jyn Erso é peça essencial para destruição de uma grandiosa arma destruidora de planetas que o Império havia construído, pois seu pai deixou uma mensagem subliminar, que era um código que a faria descobrir a falha na construção da arma. Uma mulher determinada, perseguida na guerra, firme em seus ideais, habilidosa com armas e heroína na história, partiu como mártir pela causa Rebelde.

Sem entrar no mérito de ordem de importância, aparição ou influência, penso ser pertinente mencionar outras personagens femininas que estão presentes em todo universo da saga, seja ele *legends* ou não, e que de certa forma também foram impulsionadoras para atrair novos fãs, sobretudo mulheres fãs!

Figura 9 – Ahsoka Tano, Sabine Wren, Cara Dune e Mara Jade respectivamente



Fonte: (Star Wars Fandon Page²⁵)

As personagens acima não aparecem em nenhum filme, pelo contrário, são mulheres presentes nas mídias de universo expandindo que comentamos capítulos acima. Ahsoka Tano é, disparadamente, uma das personagens mais emblemáticas quando se trata de mulheres em *Star Wars*. Originária da série animada *Clone Wars*, a personagem teve seu treinamento Jedi realizado por Anakin Skywalker e foi importante pilar em diversas batalhas, e guerras, em que esteve presente. Ashoka é sagaz, destemida, valente, foi comandante do Grande Exército da República, uma Jedi habilidosa. Recentemente Ahsoka Tano (Rosario Dawson) é apresentada na série “O Mandaloriano”, surpreendendo aos fãs que sempre sonharam em ver a Jedi “tomar vida”.

Sabine Wren também é uma personagem desenvolvida em série de animação, a *Star Wars Rebels*. Sabine é uma mandaloriana²⁶ expert em armamentos, explosivos e tecnologia, estudou táticas de guerra, juntou-se aos rebeldes e usou todas as habilidades para combater o poderio imperial.

Cara Dune (Gina Carano) é uma personagem com papel importante em “O Mandaloriano”. Ela foi soldada experiente da República, faz o tipo linha dura e depois de abrir mão de servir ao exército decidiu torna-se mercenária. Cara Dune atua ao lado do Mando (Pedro Pascal) em diversas missões por toda a série, sendo uma combatente corpo a corpo bastante poderosa.

²⁵ Disponível em < https://starwars.fandom.com/wiki/Main_Page>. Acesso em 02 fev. 2022.

²⁶ Povo originário do planeta fictício Mandalore.

Ato contínuo é válido mencionar a única mulher da lista que não saiu de alguma mídia fílmica ou série: Mara Jade. Sua primeira aparição se dá no livro “Herdeiro do Império”, escrito por Timothy Zahn. Essa personagem foi uma mulher que serviu ao Imperador Palpatine, ou seja, ao Império e ao lado sombrio, ambiente em que naturalmente não recebia bem as mulheres. Em dado momento recebeu ordens de matar Luke Skywalker, todavia o plano falhou quando ambos acabam se apaixonando.

A personagem teve uma juventude muito turbulenta, mas soube reinventar-se, sempre com voz ativa e não permitindo ser subjugada, conseguiu sair de local de submissão para torna-se jedi, com um sabre inclusive de cor muito rara. Mara Jade é tão popular entre os fãs que apareceu em videogames e jogos de cartas. Há especulações sobre sua aparição em novas séries que a Disney tem lançado.

Figura 10 – Capitã Phasma, Hera Syndula, FennecShand e Q’irarespectivamente



Fonte: (Star Wars Fandon Page²⁷)

Capitã Phasma (Gwendoline Christie), personagem que é introduzida na história no mesmo filme que a Rey, foi capitã na Primeira Ordem, organização que sucedeu ao Império Galáctico. Sua armadura metálica é única e memorável, a personagem já chama atenção nesse aspecto, pois sempre se espera de personagens femininos que suas armaduras sejam acinturadas ou quase nua, o que na prática não é nada funcional. Phasma é responsável por

²⁷ Disponível em < https://starwars.fandom.com/wiki/Main_Page>. Acesso em 02mar. 2022.

comandar tropas de soldados *stromtroopers*, tem traços aguçados, é perfeccionista e altamente eficiente em duelos com *blaster*²⁸ ou bastão.

Hera é uma personagem da raça *Twilek*, também originário da animação *Star Wars Rebels* e ao lado se Sabine comanda o grupo de rebeldes com um papel superimportante e pilota a famosa nave Ghost. O pulso firme e liderança de Hera foi imprescindível para que o grupo de rebeldes que andavam consigo tivesse sucesso em suas missões.

Fennec Shand (Ming-Na Wen) é a personagem mais recente de todas, com aparição no quinto episódio da série “O Mandaloriano”, ela é uma mercenária de elite, caçadora de recompensas, que é totalmente *badass*.²⁹ Decidida, inteligente, sagaz e uma excelente atiradora, merece destaque nessa lista cheia de mocinhas.

Finalmente temos Qi’ra (Emilia Clarke), personagem do filme “Han Solo: Uma História Star Wars” que dividiu muitos fãs. A personagem cresceu às margens da sociedade, foi vendida escrava, mas conseguiu se destacar apesar de diversos problemas, estudando artes marciais e se virando, mesmo que de forma ilegal, como criminosa. Juntou-se à Han Solo, contrabandista, atuando como anti-heróis, que mesmo fora da lei agiam com certo senso de justiça. Ao final, abriu mão de seguir com Han Solo para servir Darth Maul, um *Sith* da vilania.

Esse mesmo filme de Han Solo que levantou diversas controvérsias e dividiu aos fãs (uns amam, outros odeiam), também nos presentearia com uma personagem memorável: A primeira droid feminina – de destaque – na franquia, chamada L3-37.

Essa personagem possui papel muito importante na história, para além de auxiliar Han Solo, Qi’ra e companhia, ela é autônoma e tem narrativa própria, a personagem luta pela igualdade entre droides e outros seres da galáxia, especialmente droides femininos. A personagem é revolucionária, feminista e luta pelo direito de “seu povo”, por assim dizer.

Curiosamente, a L3-37 é feita a partir de peças de outros droides que morreram, como uma forma de protesto e também para levar consigo o que houve de bom em seus colegas de lata. Para além de ser um droid forte e independente, ela também apresenta ao público um lado sensual, e quiçá, sexual, surpreendendo a todos, realmente uma “mulher” à frente do seu tempo, revolucionária.

²⁸ Arma de laser.

²⁹ Sigla em inglês que significa alguém “fodão”, casca grossa.

Figura 11 – Droid L3-37



Fonte: (Star Wars³⁰)

Não foi fácil decidir quais personagens escolher para dissertar nesse capítulo. A lista é realmente vasta, são muitas personagens realmente potentes e marcantes na história de *Star Wars*, sobretudo quando incluímos nas mídias todos os livros e HQs disponíveis, como Bokatan Kryze, Nomi Sunrider, Satele Shan, Luminara Unduli, Mon Mothma, Shaak Ti, Era Sloane e tantas outras.

Quando olhamos os cartazes de promoção dos filmes da saga notamos que as personagens femininas ali representadas possuem espaço de destaque, o que não é muito comum em outras mídias, especialmente de aventura e ação, onde elas são coadjuvantes e secundárias.

Existe um movimento chamado *gender flipping*³¹, que basicamente promove a reflexão crítica sobre estereotipação feminina, onde são feitos comparativos se olharmos como os personagens masculinos e os femininos são retratados em cartazes de filmes, capas de livros, e outras mídias.

Majoritariamente dirigido por homens, esses filmes mostram a única e exclusiva visão misógina dos homens para com as mulheres, mesmo que inconscientemente essa sexualização seja causada por uma espécie de institucionalização do corpo feminino em detrimento da satisfação masculina. Quando as únicas mulheres nos filmes de ação estão o tempo todo exuberantes e com roupas sensuais, fica claro que aquilo não foi feito para representar o público feminino, mas sim para agradar o público masculino. (RIBEIRO, 2019).

³⁰ Disponível em <<https://www.starwars.com/databank/l3-37>>. Acesso em 06mar. 2022.

³¹ Inversão de gênero, tradução livre.

Figura 12 – Personagens da Liga da Justiça em pose feminina



(Fonte: Kelly Turnbull, 2022³²)

Aquilo que é vinculado pela mídia também promove construção social, e nesse sentido Mulvey (1975) faz uma crítica à relação entre a imagem e o olhar predominante do cinema, o que ela chama de contracinema, ou a ideia de um cinema feminista. Mulvey procura na teoria psicanalítica fundamentos que análise da imagem cinematográfica, especialmente as produções hollywoodianas, onde predomina-se o olhar masculino e a imagem da mulher é apenas um objetivo passivo.

Figura 13 – Vingadores em pose feminina



(BOLK, 2022)

³² Disponível em: <<https://coelasquid.tumblr.com/post/8420220692/dreamsofawesome-wonder-womans-new-costume-looks>> Acesso em 13 ago. 2022.

Poderíamos estender bastante uma discussão sobre como as mulheres e personagens femininas são retratadas nas mídias, sejam elas protagonistas ou não, vilãs ou mocinhas, superpoderosas ou vítimas. A verdade é que mulheres gostam de cultura pop, de quadrinhos, videogames, séries, *animes*, histórias em quadrinhos, e não é interessante que o material produzido para elas seja somente algo florido e com enredo romântico.

Sempre que eu reclamo sobre como as mulheres são retratadas nos quadrinhos de super-heróis, inevitavelmente meia dúzia de pessoas aparecem para me dizer isso: “Os homens também são idealizados nos quadrinhos.”. Sim. Sim, eles estão. Estou ciente disso. Embora eu ache que o idealismo é prejudicial, não é com isso que tenho problema. (Bem, não é o principal.) Porque enquanto os homens são impossivelmente musculosos e as mulheres são impossivelmente magras/gostosas, os homens não estão sendo sexualizados do jeito tão vulgar. Não são os corpos dos personagens em si que são o maior problema, mas como eles estão vestidos e suas poses. Peitos para fora, bunda para fora, lábios carnudos, pernas abertas, quadris inclinados, cílios imensos. Roupas que fazem a calcinha estrelada da Mulher Maravilha parecer adequada para um piquenique em família. Saias curtas, decotes, saltos altos, meias arrastão, meia-calça. Não estou descrevendo a Playboy aqui. Você não vê heróis masculinos vestindo essas fantasias ou posando assim. Fora as raras exceções como como Namor³³, suas fantasias tendem a ter cobertura total e, quando posam, é para inspirar medo, não ereção. (SALARIAN, 2022) (tradução nossa)³⁴

Na visão de Mulvey (1975) o inconsciente masculino sempre busca colocar a mulher em posição inferiorizada, logo, ou ela é alguém que deve ser salvo ou punido ou ela torna-se um fetiche, um corpo a ser desejado. Tratando-se de *Star Wars*, nenhum dos filmes lançados até hoje foram dirigidos por uma mulher. Podemos citar a série de TV “Obi-Wan Kenobi”, estreada nesse ano, cuja direção é comandada pela cineasta, roteirista e diretora canadense Deborah Chow.

Isso nos chama atenção para outro fenômeno, o *Male Gaze*, discutido também por Laura Mulvey cuja crítica é feita às obras onde o corpo feminino se mostra nu ou seminú e os artistas responsáveis são, em sua maioria, homens. A tradução para *Male Gaze* seria como o olhar masculino, não puro e simplesmente, mas aquele onde o homem projeta sua fantasia na figura feminina que vê na tela. Quando nos referimos a filmes e séries a personagem feminina está ali para validar o homem, ser seu par romântico ou personagem sem autonomia, quando

³³ Personagem masculino da Marvel que usa somente uma sunga e tridente.

³⁴ Whenever I complain about how females are portrayed in mainstream superhero comics, inevitably half a dozen people pop up to tell me this: “Men are idealized in comics, too.” Yes. Yes they are. I am aware of this. While I think the idealism is harmful, that isn’t actually what I have a problem with. (Well, not the main thing.) Because while the men are impossibly muscular and the women are impossibly skinny/boobular, the men aren’t being sexualized out the wazoo. It’s not the characters’ bodies themselves that are the biggest problem, but how they are dressed and posed. Tits out, ass out, lips pouty, legs spread, hips cocked, eyelids at half mast. Outfits that make Wonder Woman’s star spangled panties look fit for a Mormon picnic. Short skirts, cutouts, stilettos, fishnets, thigh-highs. I’m not describing Playboy here. You don’t see male heroes wearing these costumes or posing like this. Outside of statistical outliers like Namor, their costumes tend to have full coverage, and when they pose, it’s to inspire fear, not boners.

das propagandas, o *male gaze* se caracteriza quando a mulher é objeto de desejo ou público-alvo, no primeiro para que homens consumam, no segundo para que mulheres que assistem queiram ser iguais à modelo. O olhar dominante masculino que existe no cinema torna a linha entre sensualidade feminina e objetificação do seu corpo bastante tênue.

Em 2020 tivemos um recorde de filmes com mulheres protagonistas em Hollywood, no qual 40% dos filmes com maiores bilheterias foram protagonizados por mulheres. (FRANCE PRESSE, 2020). A ascensão desses números começou em 2016, com filmes protagonizados por mulheres como “Moana”, “A Garota do Trem” e “Rogue One: Uma História Star Wars”.

Uma semana antes de “Rogue One” estrear, apoiadores do então candidato Donald Trump, iniciaram uma campanha de boicote ao filme com a hashtag #DumpStarWars. Primeiro por ele ser protagonizado pela personagem feminina Jyn Erso, que apresentaremos nos próximos capítulos, segundo por que boatos diziam que cenas do filme eram anti-Trump, pois o império era uma supremacia organizada de homens brancos. Bem, a identificação dos apoiadores com o império não é de grande estranheza, pois o próprio George Lucas, criador da saga, já declarou que os uniformes imperiais tivessem elementos que fizesses referência aos usados pelos nazistas.

Quando Adolf Hitler subiu ao poder na Alemanha durante as décadas de 1920 e 1930, os nazistas leais se reuniam anualmente na cidade de Nuremberg. Foi lá que milhares de simpatizantes lotaram os recintos do partido nazista e o Campo Zeppelin para ouvir o discurso do Führer. Um Hitler orgulhoso às vezes fazia a grande multidão esperar horas por sua chegada, permitindo que o suspense e a excitação aumentassem. Finalmente, Hitler chegaria caminhando de uma ponta a outra do campo, caminhando lentamente até a arquibancada que se erguia sobre os nazistas reunidos. No topo da arquibancada, Hitler foi acompanhado por seus altos funcionários e muitos associados e dignitários. O Campo do Zepelim seria decorado com centenas de suásticas, muitas das quais Hitler consagrou pessoalmente usando o Blutfahneou “bandeira de sangue” em reuniões semelhantes. Bem acima do Führer pendia um grande Reichsadler ou águia imperial nazista. A enorme bandeira da Primeira Ordem pendurada atrás do General Hux reflete essa ideia de insígnias e propaganda nazista. Na verdade, as imagens circulares em vermelho, branco e preto do símbolo da Primeira Ordem lembram a suástica. Os nazistas costumavam usar uma braceira esquerda adornada com uma suástica, um estilo que os oficiais da Primeira Ordem imitavam ao usar um emblema do braço esquerdo de seu símbolo. Aprenda mais sobre como os nazistas e o Império “corromperam os símbolos antigos”. (DODGNES, 2021).

Assim como em “Rogue One”, o filme “Star Wars: Os Últimos Jedi” de 2017, também foi a maior bilheteria do ano nos Estados Unidos, filme cuja protagonista é uma mulher, a Rey, e já extrapolou US\$ 1 bilhão no mundo. (G1, 2022).

Contudo, embora muitas produções tenham interesse no cenário do protagonismo feminino e esses filmes tenham boa aceitação do público, é necessário refletirmos sobre alguns dados. Até 2022, apenas três mulheres venceram o Oscar de Melhor Direção: Kathryn Bigelow em 2010, por “Guerra ao Terror”, Chloé Zhao em 2021, por *Nomadland* e Jane Campion em 2022, por *Ataque dos Cães* e além disso, a maioria das mulheres que trabalham em produções filmicas, trabalham em somente um filme durante a carreira. (BBC, 2018).

5 TATOOINE | O CONSELHO JEDI TOCANTINS

É importante investigar a formação da cultura local ou a transformação da identidade estadual em razão de haver um fã clube de uma saga americana. Inicialmente, é válido conhecer a história desse grupo.

Em 19 de agosto de 2016 foi fundado o CJTO, que tem como principal função proporcionar aos aficionados por *Star Wars* uma atmosfera de confraternização que possibilite o fortalecimento dos laços de fraternidade entre os membros do Conselho e fãs da saga de modo geral (ESTATUTO DO CONSELHO JEDI TOCANTINS, 2020).

Na introdução dessa pesquisa narra-se de forma sucinta o que impulsionou a criação do grupo. Porém, na ata de criação do CJTO³⁵ há um tópico dedicado à “motivação” que expõe:

No estado do Tocantins o público geek tem ganhado mais espaço e adeptos, isso dado ao crescimento do número de eventos de anime e cultura nerd. Assim, a cada ano que passa, mais pessoas se reúnem para interagir, discutir e debater sobre aquilo que mais gostam. Sejam animes, HQs, jogos, RPG, quests, cosplays, cinema, literatura entre outros.

Atualmente possuímos dois grandes eventos no estado, quais sejam: AnimeSun e Animanara, ambos sediados em Araguaína, embora com edições em outros lugares como é o caso da capital, Palmas. Fã de HQs, animes, e especialmente pela saga *Star Wars*, Victória Feitosa, que já acompanha as páginas de outros Conselhos Jedi, passou a ter um contato próximo com os conselhos Jedi de São Paulo (Anime Friends) e da Bahia (AniBahia), sentindo-se assim, bastante motivada a fundar um CJ no seu estado. Isso, em razão de ter usado em ambos os eventos, o cosplay de Rey e ter sido bastante questionada sobre a existência de um CJ aonde mora.

Desde então diversas ações foram realizadas no Estado, como mesas redondas, “hamburgadas³⁶”, intervenções culturais em shoppings, livrarias, escolas, comemorações dos mais diversos tipos, o Dia Internacional de *Star Wars*, campanhas filantrópicas como doação de sangue e visita a casas de acolhimento, e seus dois maiores eventos: a Batalha de Sagas e a JEDICON. Esse último atrai fãs de todo o Estado e de outros também, para sua celebração.

Figura 14 - Banners de alguns eventos realizados pelo Conselho Jedi Tocantins

³⁵ Ata de fundação do Conselho Jedi do Estado do Tocantins anexo

³⁶Um dos eventos realizados pelo Conselho Jedi Tocantins, onde os membros se reúnem para conversar sobre *Star Wars* e outras nerdices enquanto comem hamburgueres, que podem ser preparados por eles mesmos ou marcado em alguma hamburgueria.



(Fonte: Instagram³⁷)

³⁷Perfil do Conselho Jedi. Disponível em: <<https://www.instagram.com/conselhojedito/>> Acesso em 08 fev. 2022

5.1 Consumo dos fãs no Tocantins

Star Wars deixou de ser apenas uma saga de cinema e tornou-se uma marca, e uma marca com imenso potencial de consumo, tanto os produtos licenciados, ou seja, que estampam a marca em si, quando aqueles derivados que resultam em mídia própria, como jogos, brinquedos, histórias em quadrinhos em livros.

No CJTO existem exemplos práticos do hibridismo cultural. Por esse termo nós caracterizamos o fenômeno que se dá quando, a partir da globalização, o sujeito deixa de ter uma identidade cultural centralizada e passa a misturar-se com outras, ou seja, há espaço de diálogo entre culturas (CANCLINI, 1997, p. 30). É bem verdade que os “meios de comunicação são ideológicos”, conforme define Hall (2016, p. 42), pois são construídos para afetar o imaginário social de onde está inserido.

Afirmar que os meios de comunicação são ideológicos é dizer que eles agem no domínio da construção social do sentido. Eles fornecem o terreno no qual as pessoas adquirem consciência de seu mundo. Nem toda a repetição e invocação do asséptico termo informação, com suas higiênicas propriedades cibernéticas, poderá esterilizar ou esconder o caráter fundamentalmente sujo, semiótico, semântico, discursivo, dos meios de comunicação em suas dimensões culturais. Simplesmente não há como contornar isso. Não existe nenhuma outra área, imaculada, na qual os seres humanos se fazem entender, questionam a visão que outrem tem de si e entram na dialética da luta em torno do sentido. É claro, o ideológico não é um domínio autossuficiente. Como afirmado, o ideológico é estruturado e modelado do começo ao fim pelas relações sociais, políticas, tecnológicas, assim como econômicas, que não são analiticamente parte dele. O ideológico, por sua vez, tem formas específicas de articulação com essas outras práticas e instâncias. Ele tem efeitos bastante específicos e reais para e sobre os outros domínios. (HALL, 2016, p. 42-43).

O hibridismo cultura se dá, na visão de Haesbaert (2012) como uma fusão de culturas. O espaço e o território não são absolutos, de modo que o autor inclusive dita que o ser humano é um animal multiterritorial, e a própria multiterritorialidade humana favorece o surgimento de culturas híbridas.

Assim como o hibridismo não é uma condição estanque, propriamente um “estado”, mas um processo em incessante ir-e-vir – ou, em outras palavras, em constante devir, a multi ou transterritorialidade também deve ser vista, sobretudo, dentro de um movimento de entrada, saída e, portanto, de trânsito entre diferentes territórios. O que mais importa aqui é a condição de possibilidade, sempre em aberto, de nossa inserção em “território alheio” (que também passa, assim, de forma ambivalente, a ser “nosso”), a abertura destes territórios que coloca permanentemente a possibilidade de entrar, sair e/ou transitar por estas territorialidades – ou, se quisermos, essa condição de transitoriedade (no sentido amplo, de eventualidade). (HAEBERT, 2012).

Da mescla entre elementos regionais com a saga, e há dois exemplos, o primeiro deles é a personagem Mucu'Rin, uma jedi originária do Tocantins. Para a escolha da mascote, que entre eles estavam a Arara Azul, Iguana e a Capivara, foi realizada uma votação através de questionário online onde os membros do CJTO e também de outros conselhos podiam participar e opinar. Finalmente, a escolha do figurino do personagem, bem com o design do seu sabre de luz foi todo pensando por uma das membras do fã clube que é ilustradora.

A decisão por escolher elementos que fossem tipicamente tocantinenses também foi cuidadosa. A empunhadura do sabre de luz possui capim dourado e detalhes em casca de coco babaçu. A lâmina é amarela em referência ao sol regional, reluzente, sempre vívido e quente.

Figura 15 -Mucu'Rin – A Mucura Jedi



(Fonte: NICHELE, 2019³⁸)

Vejamos um trecho da lore³⁹ desenvolvida para contar a história desse personagem:

Mucu'Rin foi uma notável cavaleira Jedi dos Muk'ras, o povo senciente do planeta ToNanctis, um planeta situado na Orla interna da galáxia e conhecido pela exportação do sumo de singonantus (uma espécie de planta dourada nativa), o melhor lubrificante de peças espaciais da galáxia. Os Muk'ras eram conhecidos por terem grande afinidade com a Força, mas por quinhentos anos, resistiram às ofertas do Jedi para treinar as crianças muk'ras.

³⁸NICHELE, Ana Carolina Bernhard, é designer, estudante de arquitetura e membro integrante do Conselho Jedi Tocantins.

³⁹Lore é uma história que narra enredo, características e informações diversas sobre algum personagem fictício.

Entrou na Ordem Jedi e foi sagrada cavaleira jedi em tempo recorde, o que despertou os olhares de alguns membros mais antigos do Conselho, como Mace Windu. Um fato interessante da sua vida de padawan é que seu sabre é completamente diferente dos demais. Ele possui detalhes na empunhadura – e na disposição do kyber – que representam elementos da sua terra natal. “Os Muk’ras têm uma ligação muito forte com To-Nanctis, e as plantas singonantus são nosso maior tesouro”, explicou ao seu mestre Jedi quando lhe mostrou a empunhadura de seu sabre. (PAIXÃO, 2019⁴⁰).

Um segundo caso prático de ocorrência da conexão entre os elementos da saga com o Tocantins se deu na elaboração do vídeo *teaser*⁴¹ da JEDICON Tocantins. As cenas a seguir, extraídas desse vídeo, mostram membros do Conselho Jedi Tocantins, usando *cosplays*, e atuando num enredo em que personagens estão em pontos turísticos da cidade de Palmas, no estado.

⁴⁰ PAIXÃO, José Vinicius da Costa, é engenheiro civil e vice-presidente do Conselho Jedi Tocantins.

⁴¹ Técnica usada em marketing, ela vem da palavra inglesa “tease” que significa provocar. Possui intuito de chamar atenção, atrair atenção, causar expectativa pelo que está por vir.

Figura 16 – Personagens na Praia da Graciosa em Palmas - TO



(Fonte: Conselho Jedi Tocantins⁴²)

Figura 17 – Personagem no Palácio Araguaia em Palmas - TO

⁴² Vídeo Teaser JEDICON 2019. Disponível em: <<https://fb.watch/bLMiwMRFuk/>> Acesso em 10 mar. 2022.



(Fonte: Conselho Jedi Tocantins⁴³)

Figura 18 – Personagens no Memorial Coluna Prestes em Palmas – TO



(Fonte: Conselho Jedi Tocantins⁴⁴)

5.2 Mulheres tocantinenses no *fandom*

Foram selecionadas mulheres residentes no estado e realizou-se a coleta de dados em uma entrevista semiestruturada, de modo que, embora houvesse um roteiro, todas elas poderiam falar além do que fora perguntado, ou até mesmo negar-se a responder ou adicionar

⁴³ Vídeo Teaser JEDICON 2019. Disponível em: <<https://fb.watch/bLMiwMRFuk/>> Acesso em 10 mar. 2022.

⁴⁴ Vídeo Teaser JEDICON 2019. Disponível em: <<https://fb.watch/bLMxmadkXB//>> Acesso em 10 mar. 2022.

alguma informação que julgasse importante. Todas as entrevistas foram realizadas através da plataforma de videoconferência *Zoom* no período entre novembro de 2021 e fevereiro de 2022.

Optar pela entrevista como um dos métodos de coleta de dados deu-se pelo fato de que somente os registros de imagem e questionários não bastariam para trazer à tona as emoções, sentimentos, narrativas e considerações sobre o que é ser mulher, e sobretudo mulher fã de *Star Wars* na localidade em que estão inseridas. Nas entrevistas buscamos capturar os sentidos das falas das interlocutoras.

A pesquisa qualitativa nos dá essa liberdade de compreender um fenômeno a partir do estudo das pessoas envolvidas nele, e para tanto vários dados podem ser coletados e comparados, analisados, registrados. É o método indicado Godoy (1995, p. 22) conta que um estudo qualitativo nos permite consultar seres humanos que muitas vezes não temos acesso fisicamente, seja pela questão do tempo ou da distância.

Vejamos, portanto, o perfil de algumas das entrevistadas e como se dá a relação delas com a saga, sem intenção de transcrever as entrevistas na íntegra, mas trazendo para o corpo do trabalho a descrição sobre elas.

Quadro 1 – Participantes da Pesquisa

Nome	Idade	Profissão	Localidade
Carine Rodrigues Bernhard	53	Professora, Arquiteta e artista plástica	Palmas – TO
Amanda de Souza Silva	32	Arquiteta	Palmas – TO
Nicole Araújo Muniz	28	Estudante	Palmas - TO
Emmilly Aguiar Silva Lacerda	28	Animadora de festas infantis	Araguaína - TO
Ana Carolina Bernhard Nichele	23	Arquiteta e Urbanista	Palmas - TO
Bruna Aline Freire dos Santos	23	Estudante	Palmas – TO
Ester Aguiar Alves Oliveira	22	Servidora Pública	Palmas - TO

Ana Carolina Bernhard reside em Palmas – TO, tem 23 anos, está finalizando curso de arquitetura e urbanismo, também atua como projetista em um escritório de arquitetura, é artista digital, designer e faz trabalhos artesanais como *cosplay*, inclusive faz *cosplay* de Jyn Erso, entre outros.

Figura 19 – Ana Carolina Bernhard



(Fonte: Acervo Pessoal)

Seu primeiro contato com a franquia foi através de sua mãe. Conta que em sua casa ela e a irmã consomem *Star Wars* desde sempre, pois sua mãe as apresentou e havia várias referências aos filmes pela casa, na decoração, nos livros, etc. Ela conta que o que a fez se encantar pelos filmes se deu pelo fato de tratar-se de uma ficção científica com aventura que trazia ao público mulheres importantes e protagonistas, não só coadjuvantes. Num primeiro momento a personagem da Princesa Leia chamou sua atenção.

Não estar só num momento de ação, mas também ser muito inteligente, ela é uma figura política e ela também é linda e é interessante pra outras pessoas, então ela é completa, então ela aparece numa aventura de ficção científica não só como acessório de personagem masculino, digamos assim, então isso foi o que me chamou atenção quando comecei a assistir, assim “uau, ela é incrível, quero ser como ela.” (Ana, 2022).

Ela também dita percebe diferença no seu ciclo de amizade, fora do fã clube, quando o assunto é *nerdice*, pois existe menos paridade de consumo da saga quando ela compara com mulheres da faixa etária de sua mãe, 40 anos por aí. Na sua visão, isso se dá principalmente

em razão dos pais não apresentarem filmes de aventuras ou ficção científica para suas filhas quando são crianças, e sim romances ou animações. E completa:

Como *Star Wars* as vezes é atribuído a um público, talvez infantil, eu percebo que quando um homem se posiciona como fã de *Star Wars* e ele já é adulto, isso é visto como algo legal, como um sinônimo de juventude, tipo, “ele é jovem”, “ele é descolado”, e quando é uma mulher que se afirma como fã isso é visto como infantilidade. (Ana, 2022).

Ana consome *Star Wars* principalmente assistindo aos filmes, os clássicos, sobretudo por ser uma mídia com muitos filmes, o que permite maratonas num final de semana de lazer. Um outro modo de consumir é simplesmente estando com outras pessoas falando sobre a saga que aborda diversos temas e tem “(...) diversas aplicações, pois você consegue falar sobre *Star Wars* em uma conversa política, sobre religião, espiritualidade né, sobre moda, sobre arquitetura (...)”.

Bruna também reside em Palmas, tem 22 anos, é estudante, faz *cosplay* de Princesa Leia e seu primeiro contato com *Star Wars* aconteceu bem pequena e partiu por sua mãe que também é uma mulher que se define *nerd*, mas o encanto não surgiu por aí, pois somente com uns 12 anos, quando ela viu na TV um comercial de sabres de luz foi que despertou um interesse pela história e partir disso começou a assistir aos filmes inclusive no cinema.

Figura 20 – Bruna Aline Freire dos Santos



(Fonte: Acervo Pessoal)

Ela narra que a saga está inserida no seu dia a dia “sobretudo pelo bombardeiro de marketing que temos, então em todo lugar existe um produto de *Star Wars* para comprar”. Com relação à participação de mulheres e homens em um fã clube dedicado à saga, dita que não percebe muita dicotomia, pelo contrário, afirma ser um espaço bem democrático.

Com o *revival*⁴⁵, podemos dizer assim, quando a Disney trouxe de volta, aumentou bastante o número de fãs, e isso inclui as mulheres, que se sentem mais confortáveis para entrar no *fandom*, aparecerem mais. (...) E com isso a gente passa a ir a mais eventos e ver outras mulheres fãs também, ficando incentivadas. (Bruna, 2022).

E completa falando da importância de ver outras mulheres tomando espaços predominantemente masculinos dizendo que ver que no comando de um fã clube dedicado a *Star Wars* no estado havia uma mulher presidente foi algo que a deixou bastante animada a permanecer e participar das atividades.

Quanto à Amanda de Souza Silva, ela reside na zona rural de Palmas, tem 32 anos, é arquiteta e teve seu primeiro contato com a mídia de forma bem inusitada, pois ainda na infância seu pai adotou um gato e o nomeou de Luke Skywalker. Mas só foi assistir aos filmes de fato um pouco mais tarde quando decidiu alugar o filme “*Star Wars: Episódio III – A Vingança dos Sith*” e afirma que foi bem difícil pois precisava reservar com antecedência, era um filme muito procurado na época.

Figura 21 – Amanda de Souza Silva

⁴⁵Tradução de renascimento, usado no médio midiático para descrever quando algo que parecia estar morto ou desaparecido dos holofotes volta à tona.



(Fonte: Acervo Pessoal)

O que mais lhe chamou atenção na história foi o ambiente fantasioso da atmosfera dos filmes. Recentemente é uma mulher que também está inserida no CJTO e participou de diversos eventos, inclusive fora convidada pra um podcast onde eles queriam ouvir mulheres que assistiram “O Mandaloriano” e representou o estado.

Como comumente pensamos que o trabalho de pesquisa sempre envolve o contato direto do pesquisador com o grupo de pessoas que será estudado, esquecemos que os documentos constituem uma rica fonte de dados. O exame de materiais de natureza diversa, que ainda não receberam um tratamento analítico, ou que podem ser reexaminados, buscando-se novas e/ ou interpretações complementares, constitui o que estamos denominando pesquisa documental. (GODOY, 1995, p. 21).

Amanda comenta ainda que no estado não consegue perceber que há discrepância no que diz respeito à homens e mulheres que consomem *Star Wars*, e que lembra da única vez que sentiu um desconforto foi na pré estreia do episódio VII, “Star Wars: O Despertar da Força” e topou com um colega de faculdade que a questionou sobre o que ela estaria fazendo ali, e quando respondeu que foi ver o filme ele se espantou, como se não fosse normal ou comum que uma mulher se interessasse pela mídia, e concluiu dizendo que ele a questionou sobre qual ordem assistiu aos filmes, tudo isso numa tentativa novamente de colocar à prova se ela de fato era fã ou apenas estava seguindo a onda do momento. Frisa-se que mesmo que

ela estivesse indo ao cinema somente ver um filme sem nenhum apego emocional, somente por lazer ou curiosidade, isso não daria o direito de um terceiro apropriar-se dos motivos ou questionar o quanto ela poderia estar ali ou não.

A entrevistada Ester mora na capital do Tocantins, tem 22 anos, é servidora pública e estudante, também faz *cosplay* da personagem Padmé, e dita que observa nos homens um desapego às personagens femininas da saga, que a participação delas, a história delas e outros fatores relacionados às mulheres nos filmes são mais percebidas e estudadas por mulheres, talvez pela identificação.

Figura 22 – Ester Aguiar Alves Oliveira



(Fonte: Acervo pessoal)

Seu primeiro contato com a história foi feito por influência do seu tio que locou o filme “Star Wars: Episódio IV – Uma Nova Esperança” quando ela tinha aproximadamente 8 anos e apresentou a ela que, inicialmente, não sabia que era parte de um compilado de histórias.

Hoje Ester é membra do CJTO, integra o corpo do grupo e faz participações nos eventos promovidos como *cosplay* e como colaboradora e organizadora também. Os últimos eventos que participou foram a pré-estreia de “A Ascensão Skywalker” e a JEDICON 2019. Além disso, a entrevistada narra que consegue criar vários vínculos de amizades com outras

peessoas que também são fãs da saga de forma bastante inusitada, pois se está usando uma camisa temática e vê outra pessoa com a camisa da saga também, já existe uma interação e abordagem em razão do gosto em comum.

Ester faz uma análise sobre a pouca incidência de mulheres fãs em locais atípicos, por assim dizer, em sua percepção todas as mulheres que consomem *Star Wars* que ela conheceu se deu por conta da existência do fã clube e todas elas estão inseridas no grupo, pois fora desse espaço é difícil perceber uma mulher *nerd*. No tocante ao consumo, ela explica:

Com meu primeiro salário eu comprei uma camisa de *Star Wars*, então passei a colecionar várias. E então comprei livros, HQs também, comprei um sabre de luz, comprei um *Baby Yoda*⁴⁶, comprei tudo. (...) também assino a Disney Plus e consumo todas as mídias presentes ali, séries, animações, filmes, documentários... (Ester, 2022.)

Ester também aponta a diferença que o serviço de *streaming* teve na vida do fã, pois diversos conteúdos que antes eram limitados à TV por assinatura com valores muito altos e transmissão em horários às vezes incompatíveis, agora podem ser consumidos de qualquer lugar, na palma da mão em um celular, o que também fez com que novas pessoas tivessem contato com a história, tornando-se novos fãs, com é o caso de sua irmã que num primeiro momento encantou-se pelos sabres de luz.

Já a Nicole, entrevistada, mora em Palmas e tem 27 anos, é acadêmica de sistema de informação e estagiária de suporte e manutenção na UNITINS. Ela aduz que no final de 2015 decidiu por assistir filmes clássicos do cinema e *Star Wars* estava em sua lista, com toda certeza, e assistiu a todos em dois dias. Posteriormente passou a pesquisar sobre a história em livros, fóruns, etc. O principal fator que a fez se encantar com a saga se deu no final do episódio 3 com a morte da personagem Padmé Amidala, sua primeira grande emoção quando assistiu a saga e fez sentir conectada de alguma forma foi exatamente a história de uma mulher.

(...) quando ela tá lá deitada, aquilo me arrepiou inteira. Não só o fato da morte, mas a história em si, ali quando o Anakin começa a tratar ela mal, e ela fica muito chocada. Parece até uma forma trágica de começar a gostar da história, mas o momento que me pegou ali e fiquei curiosa sobre o que vai acontecer, o que vai rolar com essas crianças⁴⁷. (NICOLE, 2022)

⁴⁶ Baby Yoda é o nome dado pelos fãs ao personagem Grogu da série “O Mandaloriano”.

⁴⁷ Na morte da Padmé ela estava grávida dos gêmeos Leia e Luke.

A Nicole é membro efetivo e oficial do CJTO, colaborando na coordenação dos eventos, nas logísticas de atividades, coordenando gincanas, encomenda de camisas do grupo, gestão, e outros assuntos burocráticos.

Nicole também conta da importância em sua vida que foi estar inserida no CJTO, pois quando conheceu o grupo ela estava na “crise dos 20 e poucos anos” e sentia-se deslocada e confusa sobre sua identidade, mas enquanto estava junto com outros fãs ou envolvida nas atividades se encontrava, via que fazia sentido e que aquele lugar era acolhimento. Com relação ao consumo, conta que está sempre atenta aos lançamentos de brinquedos, pôsteres, camisetas, chaveiros, novas séries lançadas.

Figura 23 – Nicole Araújo Muniz



(Fonte: Acervo Pessoal)

A entrevistada Emmilly conta que, assim como a maioria das pessoas, seu primeiro contato com a saga foi através dos filmes que assistiu em ordem cronológica por indicação de um amigo, “... Eu me apaixonei pelos gráficos, por toda aquela magia de... de naves, os personagens me tocam muito e a parte política também”, conta. Emmilly também é *cosplayer* e integrante do fã clube Conselho Jedi Tocantins, o que lhe proporcionou firmar grandes amizades e aprender lições de vida.

Com relação às mulheres eu noto uma diferença sim, eu percebo que há muito mais fãs homens, apesar de que também há bastante mulheres, porém a maioria é homem.

Por isso é muito bom ver mulheres assumindo a liderança desses grupos e tomando espaços que ainda são majoritariamente masculinos. (EMMILLY, 2022).

Figura 24 - Emmilly Aguiar Silva Lacerda



(Fonte: Acervo Pessoal)

Emmilly consome *Star Wars* principalmente indo ao cinema nas pré-estreias, nos eventos promovidos pelo fã clube e com a aquisição de *action figures* para colecionar. Ela acredita também que ser fã dessa mídia interfere e molda o modo como ela vê o próximo, pois se alguém se apresenta como fã da saga, e conseqüentemente, um *nerd*, isso já lhe causa mais conforto em fazer amizades e iniciar uma interação.

Para Carine o contato com a história aconteceu de modo um pouco diferente, pois quando começou a assistir séries de TV, mesmo na aberta, admirava personagens como a Poderosa Isis (Joanna Cameron) e Mulher Maravilha (Lynda Carter), além de ler livros por incentivo do seu pai, sempre com temáticas *nerds*, como “Eram os Deuses Astronautas?” de Erich von Däniken e outros clássicos. Anos mais tarde Carine teve seu primeiro contato com *Star Wars*, e a afeição foi certa pois ela já tinha assistido *Star Trek*⁴⁸ e gostava da temática.

Figura 25 - Carine Rodrigues Bernhard

⁴⁸ Série lançada durante o século XXIII que mistura de ficção científica, aventura e filosofia. O título no Brasil é “Jornada nas Estrelas” e o enredo conta a história de um grupo de exploradores seguindo em aventuras pelo espaço a bordo da icônica nave estelar Enterprise



(Fonte: Acervo Pessoal)

Somente mais recentemente, depois de adulta e com a companhia de suas filhas, passou a se aprofundar nas histórias de *Star Wars*, compreender os personagens e entender suas histórias além dos filmes clássicos. Carine também faz *cosplay* e a primeira vez que deu vida à um personagem ele era um Jedi. Ela confessa que no início ficou receosa de vestir a fantasia de um personagem que é predominantemente masculino, sobretudo nos filmes, quando as Jedi são pouco exploradas, mas encarou o desafio e confeccionou seu manto e improvisou um sabre de luz com cabo de vassoura. “... no início achei que *tava* meia boca, mas comprei o tecido, montei o manto Jedi, a túnica, fiz a trança de *padawan*⁴⁹ e fui. Quando eu vesti aquela roupa e andei dentro do Capim Dourado⁵⁰, e entrei meio esquisita, confesso, mas uma menina chegou perto de mim, apontou e quis tirar uma foto, aí pronto... aí me emocionei e fiquei apaixonada”, conta Carine lembrando de uma das ações que participou com o Conselho Jedi Tocantins. Nesse momento vieram os primeiros questionamentos “cara, mas eu, mulher, vestida de Jedi... será que não vai ficar muito maluco? Porque eram os homens que apareciam de Jedi. As mulheres estavam lá de princesas... a princesa Leia lá.”.

Carine explica que passou a integrar um fã clube ao perceber que havia tantas pessoas no Tocantins que eram apaixonadas pela mesma coisa, e admira o CJTO pois, mesmo alguns tenho mais conhecimento teórico que outros, considera que o fã clube no estado é bem

⁴⁹ As crianças que são sensíveis na Força e fazem treinamento para tornarem-se mestres Jedi.

⁵⁰ Shopping localizado em Palmas – TO.

democrático, e, para além das nerdices, também tem atuações solidárias, como a campanha de doação de sangue, visitas aos orfanatos, hospitais, dentre outras atividades que fazem com que o propósito do grupo de fãs não seja somente a diversão, mas a sensibilidade com pautas sociais.

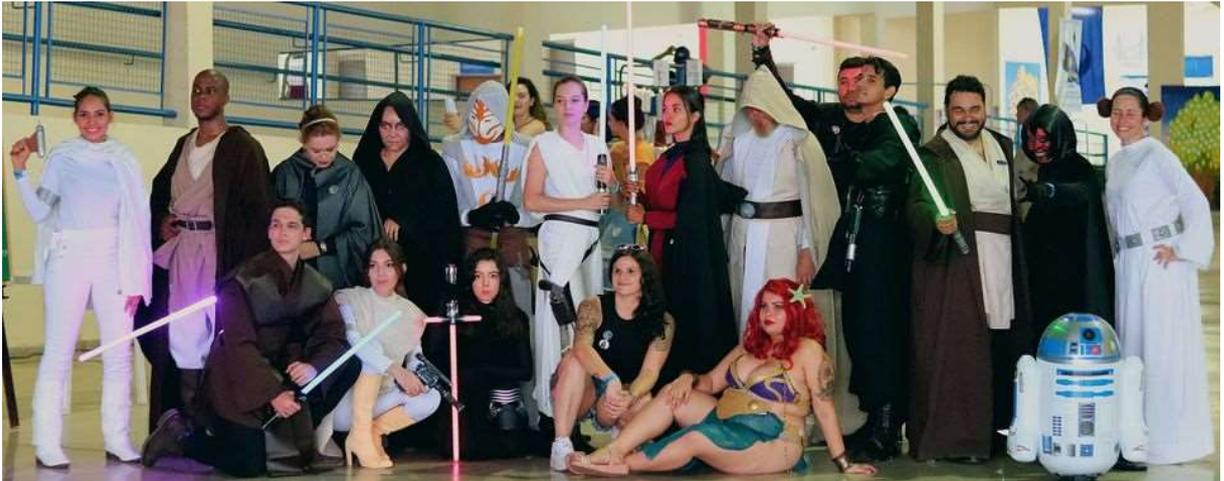
Uma percepção curiosa que Carine faz se dá quanto à sua idade e a noção de maturidade que os outros fazem sobre ela a partir de um *cosplay* ou por gostar da cultura pop. Quando um homem da mesma faixa etária se assume como fã de *Star Wars* ou outra mídia, ele é considerado descolado, antenado e divertido. O contrário não acontece com Carine, que é julgada, questionada, invalidada e até subjugada, afinal, “como pode uma mulher dessa idade, com duas filhas adultas, ficar se vestindo e agindo assim”. (sic) Carine conta que percebe certa resistência por parte do público masculino em aceitar o protagonismo de mulheres em mídias nerds, como jogos e no próprio *Star Wars*.

A entrevistada conta que consome *Star Wars* e o insere em sua vivência em todos os aspectos, na decoração da sua casa, no lazer, nas aulas que ministra com os alunos, até mesmo na igreja, fazendo uma referência da *força* dos jedi com a força que vem de Deus.

Quando uma mulher se assume como *nerd* ela o faz isso politicamente também, uma vez que rompe com os padrões esperados para esses espaços. Ora, vivemos numa sociedade machista, logo, é de esperar que haja algum embate entre homens e mulheres, principalmente quando aqueles querem validar se uma mulher é ou não *nerd* o bastante.

Os depoimentos das entrevistadas fazem jus ao que Mulvey descreve quando percebe que para a espectadora feminina existe uma sobrepresença da imagem, a telespectadora é a própria imagem. Para podermos visualizar como distribuem as mulheres que integram o fã-clube, trazemos algumas imagens de momentos distintos. Assim, com análise desses registros que estão disponíveis nas redes sociais do CJTO poderemos ver, quantitativamente, se ao menos nesse grupo, objeto de estudo, há muita discrepância na participação feminina e sua ocupação nesse espaço predominantemente masculino. Souza (2001. p. 18) faz uma reflexão pertinente ao afirmar que “justamente nos espaços em que as mulheres são excluídas é que se revela a sua presença, simbolicamente, nos lugares e níveis em que foram discriminadas.”

Figura 26 – Fãs na Jedicon Tocantins em 2019



(Fonte: Conselho Jedi Tocantins⁵¹)

Figura 27 – Organizadores do evento Jedicon em 2019



(Fonte: Conselho Jedi Tocantins⁵²)

Figura 28 – Fãs no evento *Star Wars Day*

⁵¹Conselho Jedi Tocantins. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/ConselhoJediTocantins/photos/a.1200073996721493/2708235155905362/>> Acesso em 10 mar. 2022.

⁵²Conselho Jedi Tocantins. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/ConselhoJediTocantins/photos/a.2708222932573251/2714385138623697/>> Acesso em 10 mar. 2022.



(Fonte: Conselho Jedi Tocantins⁵³)

Figura 29 – Fãs no evento Batalha de Sagas



(Fonte: Conselho Jedi Tocantins⁵⁴)

Numa análise fria das imagens conseguimos observar de cara os seguintes dados: Na Figura 26, há dezoito pessoas, onze são mulheres, na Figura 27, há vinte e cinco

⁵³Conselho Jedi Tocantins. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/ConselhoJediTocantins/photos/3225948387467367>>Acesso em 10 mar. 2022.

⁵⁴Conselho Jedi Tocantins. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/ConselhoJediTocantins/photos/a.1200073996721493/2171612552900961>>Acesso em 10 mar. 2022.

organizadores do evento, o que chamamos de *staffs*⁵⁵, doze deles são mulheres, na Figura 28, há catorze pessoas, 8 são mulheres, Figura 13, há 13 pessoas, 6 são mulheres. Porém, não é apenas por essas quatro imagens que podemos concluir que se há ou não discrepância e desigualdade no que diz respeito à participação de mulheres nos eventos dedicados à *Star Wars* no estado do Tocantins. Isso porque outros fatores precisam ser levados em conta.

É certo que as sete mulheres entrevistadas nessa pesquisa não podem falar por todas aquelas que residem em território tocantinense, mas há algo em comum nelas e algumas percepções que são válidas para serem pontuadas e entendermos o que essas mulheres têm em comum, ou não, quais suas relações com a saga e claro, de que modo o consumo da franquia acontece.

Concernentemente ao primeiro contato com a saga, a maioria delas teve por influência familiar, o que corrobora com a afirmação de que é uma franquia que é transmitida de gerações em gerações e continua fazendo sucesso. Isso se dá, sobretudo, por *Star Wars* conter os ingredientes necessários para que uma narrativa faça sucesso, quais sejam, o cowboy, o samurai, o rebelde, o órfão que ouve o chamado à aventura (LANGLEY *apud* GONÇALVES, 2019).

Todas as mulheres afirmam conhecer o fã clube dedicado à saga, CJTO, e participam dele de algum modo, outras mais ativamente, coordenando eventos e ações ou fazendo *cosplays*, e outras como ouvintes e frequentadora dos eventos e grupos de discussão. A busca pelo fã clube se dá em razão da possibilidade de unir-se a outros fãs e dialogar com eles sobre assuntos afins, compartilhar o mesmo gosto e sentir o pertencimento em um grupo.

O Conselho Jedi Tocantins torna-se, para elas, um canal de informação sobre a franquia, troca de conhecimento, um excelente ambiente para fortalecer e criar laços de amizade, além de ser uma fonte de entretenimento em razão dos diversos eventos que promove.

Para além de todas as coisas bacanas de estar dentro de um grupo de fãs, também foi bastante importante quando percebi que era uma mulher que liderava esse *fandom*, na frente de tudo, e aí a gente pensa “nossa, que legal, ela é uma mulher e está liderando um movimento, e eu me sinto acolhida de estar nesse ambiente.”. Então ver outras mulheres ocupando espaço nos deixa mais acolhidas. (BRUNA, 2022)

Tratando-se do consumo propriamente dito, nenhuma das mulheres negaram fazê-lo, pelo contrário, as formas são bastante parecidas, todas possuem produtos da franquia, sejam

⁵⁵ É como chamamos a equipe de apoio do evento, os membros do fã clube responsáveis pela coordenação de atividades, campeonatos e toda a logística para que o evento flua, desde a portaria e bilheteria até os responsáveis pelo som e os apresentadores de palco.

artigos de decoração, camisas, livros, HQs, *action figures*, posters, assinatura de serviço de *streaming*, brinquedos, entre outros. Todas as entrevistadas afirmaram que adquiriram mais coisas se pudessem, pois geralmente esses itens não possuem preço tão acessível. O ato de colecionar produtos temáticos e investir dinheiro para tanto, se dá pela satisfação pessoal e pela forma de reconhecimento com outros fãs. Vestir uma camisa, estar portando um chaveiro, mochila, meias, ou lendo livros da saga, sinaliza para outras pessoas que aquela mídia faz parte da sua construção identitária.

Em todo lugar que a gente vai tem um produto de *Star Wars*, é um verdadeiro bombardeiro. Inclusive comprei um caderno esses dias, um caderno do Kylo Ren⁵⁶... E também por se tornar uma tradição, é parte da vida da gente. Quando eu tô assim desanimada eu penso “nossa eu vou assistir *Star Wars* e vai ser muito bom, vai me dar uma animada no espírito.” (BRUNA, 2022).

Quando questionadas sobre *Star Wars* ser ou não parte da sua construção identitária, não houve titubeio, de forma unânime todas declararam que sim. O

No momento em que as entrevistadas foram indagadas sobre suas percepções acerca de outras mulheres que são fãs, se elas conhecem bastante outras ou se a maioria é de homens, as repostas tiveram alguma variação. Ester afirma que conhece mais homens fãs, que encontrar outras mulheres declaradamente fã por aí é raridade, e que foi somente dentro do CJTO que ela conseguiu perceber outras mulheres que tinham a mesma paixão.

Olha, eu acho que nos últimos anos, principalmente por conta da última trilogia, essa discrepância (entre homens e mulheres) diminuiu bastante, mas penso que a maioria de fãs que vemos por aí ainda é de homens. Quando eu era adolescente, principalmente, pouquíssimas amigas minhas tinha assistido..., mas eu sempre fui a *nerd* do grupo. Eu me lembro de um fato que aconteceu comigo, quando foi lançar o “Despertar da Força” eu topei com um colega de faculdade no cinema e ele disse espantando “o que você está fazendo aqui? Você por aqui?” e eu respondi “sim” e ele insistiu num tom irônico “e você já assistiu todos os filmes? Em qual ordem?”, típico de homem, que pensa que mulheres não podem ser verdadeiramente fãs de *Star Wars*. (AMANDA, 2022)

Na ótica de Ana Carolina (2022) o pensamento é de que apesar de conhecer muitas mulheres e ter amigas que são fãs de *Star Wars*, especialmente no CJTO, ela aponta que:

A relação dos homens e das mulheres com o *fandom* ela acontece de forma diferente. Eu percebo que sempre que eu vejo no meu ciclo que uma mulher é fã de algo que é geralmente *geek* ou *nerd*, mesmo sendo fãs, elas não são ativistas sobre esse tema, porque quando ela se posiciona como fã é sempre desgastante precisar ficar se validando, dando muitas justificativas sobre você ser fã. Então assim, quando você vai conversar com um homem que é fã de *Star Wars*, ele simplesmente

⁵⁶ Personagem interpretado por Adam Driver.

é fã, já quando se trata de uma mulher que se afirma como fã, espera-se que ela seja muito fã, saiba tudo da saga, entender todas as teorias, senão ela não é validada. Felizmente no CJTO eu não percebo muito isso, talvez pela grande quantidade significativa de mulheres que existem no grupo.

Para ela, estar num grupo de fãs onde existe muitas mulheres é um fator inibitório de qualquer machismo ou tentativa de silenciamento feminino pois além daquelas que são membros, o corpo diretivo do fã clube é composto por muitas mulheres.

O local onde essas mulheres estão inseridas, é, portanto, muito relevante para o modo como elas se sentem à vontade e validadas. A entrevistada Nicole, por exemplo, conta que seu ambiente de trabalho é predominantemente masculino e *nerd*, vez que ela trabalha com programação e informática. Desse modo, seus colegas são muito ligados ao filme e usam muito termos tecnológicos que fazem referência à saga, assim, o espaço acaba sendo democrático pois todos ali gostam basicamente da mesma coisa e ela não se sente um peixe fora d'água.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ambiente virtual, como vimos, é capaz de fazer conexão entre as pessoas que, ainda que estejam distantes fisicamente e espacialmente, conseguem manter intimidades e laços em razão da autoidentificação, que no caso do presente estudo é o amor por *Star Wars*.

Durante o dissertar dessa pesquisa tentou-se colocar a mulher como espectadora e consumidora da mídia e as personagens femininas como centro da narrativa. Muito embora o termo *nerd* tenha um sentido original de uma pessoa estudiosa, pouco habilidosa com esportes e todo aquele estereótipo que conhecemos (óculos, camisa xadrez e abobalhado), essa expressão tem sido ressignificada, ainda que comumente seja usada para referenciar homens.

Hoje muitas produtoras de mídias (filmes, séries, jogos, livros, etc) se preocupam em alcançar o público feminino cada vez mais, sobretudo por serem, as mulheres, grandes consumidoras dessa cultura. É provável que, quanto mais representatividade, mais consumo de produtos e mídias pelas mulheres. O estereótipo da pessoa *nerd* mudou, juntamente com o estereótipo da mulher *nerd*, que não é somente a garota aficionada por jogos ou programação. É possível ser mulher *nerd* e ser mãe, professora, advogada, arquiteta, de qualquer idade e em qualquer lugar do Brasil.

Quando nós compreendemos quem são as mulheres que ocupam esses espaços, como o fazem, de que formam inserem na sua vida, se existe hibridismo cultural entre a mídia e a localidade em que vive, vários problemas podem ser resolvidos, como o desrespeito com as mulheres vestindo *cosplays*, pois muitos imaginam que o corpo dela é público, chegam tirando fotos e tocando sem autorização, a invalidação das falas, a rejeição nos grupos de fãs, além do assédio. É através do diálogo e inserção de pesquisas com recorte de gênero que poderemos compreender quem são os sujeitos de certa problemática e enfrentá-lo.

Fica a inquietação sobre a convergência ser fruto da interação dos sujeitos ou também ser produzida, propositalmente, pelas grandes marcas. Diante do que fora exposto é patente que a convergência de mídias e a cultura participativa se dão também pela produção e não somente pela recepção, especialmente tratando-se de *Star Wars*, produto midiático preparado comercialmente para causar impacto antes mesmo de suas estreias e que não limita-se somente ao audiovisual.

REFERÊNCIAS

BBC. **O que faz apenas 4% dos diretores de filmes de Hollywood serem mulheres.**

Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-42614064>> Acesso em 20 ago. 2022.

BOLK, Kevin. **Avengers Booty Ass-emble.** Disponível em:

<<https://www.deviantart.com/kevinbolk/art/Avengers-Booty-Ass-emble-270937785>> Acesso em 12 ago. 2022.

BRADBURY, Malcolm.; MCFERLAND, James. **O nome e a natureza do modernismo.** In: _____ . Modernismo guia geral. São Paulo: Companhia das Letras, 1989, p. 13-42.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura.** v. 1. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007

CONSELHO JEDI TOCANTINS. **Estatuto do Conselho Jedi Tocantins.** Disponível em:

<https://drive.google.com/file/d/1_GQkhdXTy6TbAF0MM0hy2T9m6n6Q6w2p/view> Acesso em 20 abr. 2020.

CONSELHO JEDI SÃO PAULO. **Site Oficial.** Disponível em:

<<http://conselhosp.com.br/site/>> Acesso em 12 fev. 2022.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais.** Bauru: Edusc, 1999.

DOGNES, Wes. **Imagens do Terceiro Reich na Primeira Ordem.** Disponível em:

<http://www.starwarsintheclashroom.com/content/ss/history/first_order_third_reich.asp> Acesso em 20 jul. 2021.

FRANCE PRESSE. **Cinema tem aumento histórico de mulheres protagonistas, mas ainda falta igualdade, diz estudo.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2020/01/09/cinema-tem-aumento-historico-de-mulheres-protagonistas-mas-ainda-falta-igualdade-em-hollywood-diz-estudo.ghtml>> Disponível em 18 ago. 2022.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. **Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos.** Disponível em:

<https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-863X2002000300004&lng=pt&tlng=pt> Acesso em 18 abr. 2020.

G1. **“Star Wars: Os Últimos Jedi” bate marca de US\$ 1 bilhão de bilheteria no mundo todo.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/star-wars-os-ultimos-jedi-bate-marca-de-us-1-bilhao-de-bilheteria-no-mundo-todo.ghtml>> Acesso em 18 ago. 2022.

FAIRBANKS, Theo. **Universo Expandido de Star Wars: O que é Legends, o que é Cânon?**

Disponível em: <<https://sociedadejedi.com.br/2017/01/06/parceiros-universo-expandido-de-star-wars-o-que-e-legends-o-que-e-canon/>> Acesso em 20 jun. 2022.

FELINTO, Erick. **Thinkdifferent**: estilos de vida digitais e a cibercultura como expressão cultural. Revista FAMECOS. Porto Alegre, n. 37. 2008.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa qualitativa**: Tipos fundamentais. Revista de Administração de empresas. São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29. 1995.

GONÇALVES, Anderson. O que explica o sucesso da franquia “Star Wars”. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/cultura/star-wars-ascensao-skywalker/>> Acesso em 18 abr. 2022

HALL, Stuart. **A ideologia e a teoria da comunicação**. Matrizes, V.10 - Nº 3 set/dez. 2016 São Paulo – Brasil. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/124648/121876>> Acesso em 08 fev. 2022.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009

MASSUTO, Homero Odisseus. **A Saga Star Wars como Produto Midiático**: O Consumo como Experiência. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/a-saga-star-wars-como-produto-midiatico-o-consumo-como-experiencia/>> Acesso em 18 abr. 2020.

McQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulenkian. 2003.

MORAIS, Nathalia de. **Análise**: Rey Palpatine e a desconstrução de uma heroína. Disponível em: <<https://geeknfeminist.com.br/analise-rey-palpatine-e-a-desconstrucao-de-uma-heroina/>> Acesso em 11 fev. 2022.

MOURA, Brian; GRANADO, Henrique. **Almanaque Jedi**: Guia do universo Star Wars feito por fãs para fãs. São Paulo: Leya, 2015.

MURRAY, Janet Horowitz. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. Tradução: Elissa Houry Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.

RIBEIRO, Mariana. **A hipersexualização das personagens femininas nos filmes de ação.** Disponível em: <<https://www.jornalismo.ufv.br/cinecom/a-hipersexualizacao-das-personagens-femininas-nos-filmes-de-acao/>> Acesso em 10 ago. 2022.

SALARIAN, Ro. **Dressed to Kill.** Disponível em: <<https://rosalarian.tumblr.com/post/2325861377/dressed-to-kill>> Acesso em 18 ago. 2022.

SAQUET, Marcos Aurélio. **Abordagens e concepções de território.** 3. ed. São Paulo: Outras Expressões, 2013.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação: Criatividade de generosidade no mundo conectado.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SNOW, Charles Percy. **As duas culturas e uma segunda leitura.** 1. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015.

SÓFOCLES. **Antígona.** Trad. Millor Fernandes. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

SOUZA, Ângela. **Gênero, mulheres e feminismos.** Bahia: EDUFBA, 2001.

SUNSETIN, Cass R. **O mundo segundo Star Wars.** Rio de Janeiro: Record, 2016.

THOMPSON, Paul. **A Voz do Passado: História Oral.** São Paulo: Editora Paz e Terra, 1992.

TROJAIKE, Laísa. **George Lucas explica por que abriu mão de Star Wars ao vender a LucasArts.** Disponível em: <<https://canaltech.com.br/cinema/george-lucas-explica-porque-abriu-mao-de-star-wars-ao-vender-a-lucasarts-176058/>> Acesso em 18 fev. 2022.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Como se deu o seu primeiro contato com *Star Wars*? Foi através dos filmes? De algum desenho? Livro? Quem te apresentou?
2. O que te fez se encantar por *Star Wars*? A história? Os personagens?
3. Você tem conhecimento ou faz parte de algum fã clube de *Star Wars* no estado do Tocantins?
4. Como é a sua participação nesse fã clube? Ouvinte, visitante, *cosplayer*, outro?
5. De alguma forma *Star Wars* afeta sua vida cotidiana? Como?
6. Você percebe que há muitas mulheres fãs de *Star Wars* no seu ciclo social? Mais homens? Não percebe diferenciação?
7. Qual é a sua principal forma de consumir *Star Wars*? Brinquedos? Colecionáveis? Cinema, roupa, livros, outros?
8. Você acredita que *Star Wars* faz parte da sua construção identitária?

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO DE PERFIL DA ENTREVISTADA

NOME: _____

IDADE: _____ **NACIONALIDADE:** _____

CIDADE ONDE RESIDE: _____

NATURALIDADE: _____

ESCOLARIDADE: _____

PROFISSÃO: _____

TEM FILHOS? SIM () NÃO ()

QUAL A SUA COR OU ETNIA?

AMARELA () BRANCA () INDÍGENA () PARDA () PRETA ()

OUTRA () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR () PREFIRO NÃO RESPONDER ()

SE RESPONDER “OUTRA” ESPECIFIQUE QUAL _____

IDENTIDADE DE GÊNERO: MULHER CISGÊNERO () MULHER TRANSEXUAL ()

TRAVESTI () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR ()

TRÊS PERSONAGENS FEMININAS DE STAR WARS QUE A INSPIRAM (se houver): _____

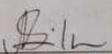
Assinatura

**APÊNDICE C - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA A
REALIZAÇÃO DA ENTREVISTA**

Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, AMANDA DE SOUZA SILVA, fui informada dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão, se assim o desejar. O professor **Plábio Marcos Martins Desidério** juntamente com a pesquisadora **Victória Feitosa Sampaio** certificaram-me de que todos os dados desta pesquisa serão confidenciais se assim eu desejar. Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

- Autorizo minha identificação na transcrição das falas.
 Não autorizo minha identificação na transcrição das falas, prefiro usar nome fictício.


 Assinatura da Participante da Pesquisa

 Assinatura da Pesquisadora

CEP- Comitê de Ética em Pesquisa - UFT/TO.
 Endereço: 109: Norte, AV. NS 15, ALCNO 14, Prédio do Almoxarifado
 Fone: (63) 3232-8023 E-mail: cep-uft@uft.edu.br
 CEP: 77001-090 Palmas/TO.

Pesquisadora Responsável: **Victória Feitosa Sampaio**
 Endereço: Avenida B, Quadra 97, Lote 393 Bairro: Jardim Santa Mônica. Araguaína/TO
 Fone: (63) 9 8108-9894
 E-mail: vfesamp@gmail.com

Orientador: **Plábio Marcos Martins Desidério**
 Fone: (63) 9 8121-5261
 E-mail: plabio@mail.uft.edu.br

QUESTIONÁRIO DE PERFIL DA ENTREVISTADA

NOME: AMANDA DE SOUZA SILVAIDADE: 32 ANOS NACIONALIDADE: BRASILEIRACIDADE ONDE RESIDE: PALMAS-TONATURALIDADE: ANÁPOLIS-GOESCOLARIDADE: SUPERIOR COMPLETOPROFISSÃO: ARQUITETA

TEM FILHOS? SIM () NÃO (X)

QUAL A SUA COR OU ETNIA?

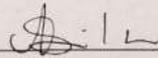
AMARELA () BRANCA (X) INDÍGENA () PARDA () PRETA ()

OUTRA () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR () PREFIRO NÃO RESPONDER ()

SE RESPONDER "OUTRA" ESPECIFIQUE QUAL _____

IDENTIDADE DE GÊNERO: MULHER CISGÊNERO (X) MULHER TRANSEXUAL ()

TRAVESTI () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR ()

TRÊS PERSONAGENS FEMININAS DE STAR WARS QUE A INSPIRAM (se
houver): LEIA, ANSOKETENO

Assinatura

Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, Ana Carolina Benhard Nichele, fui informada dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão, se assim o desejar. O professor **Plábio Marcos Martins Desidério** juntamente com a pesquisadora **Victória Feitosa Sampaio** certificaram-me de que todos os dados desta pesquisa serão confidenciais se assim eu desejar. Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

- Autorizo minha identificação na transcrição das falas.
 Não autorizo minha identificação na transcrição das falas, prefiro usar nome fictício.

Ana Carolina Benhard Nichele
Assinatura da Participante da Pesquisa

Assinatura da Pesquisadora

CEP- Comitê de Ética em Pesquisa - UFT/TO.
Endereço: 109: Norte, AV. NS 15, ALCNO 14, Prédio do Almoxarifado
Fone: (63) 3232-8023 E-mail: cep-uft@uft.edu.br
CEP: 77001-090 Palmas/TO.

Pesquisadora Responsável: **Victória Feitosa Sampaio**
Endereço: **Avenida B, Quadra 97, Lote 393 Bairro: Jardim Santa Mônica, Araguaína/TO**
Fone: (63) 9 8108-9894
E-mail: vfesamp@gmail.com

Orientador: **Plábio Marcos Martins Desidério**
Fone: (63) 9 8121-5261
E-mail: plabio@mail.uft.edu.br

QUESTIONÁRIO DE PERFIL DA ENTREVISTADA

NOME: ANA CAROLINA BERNHARD NICHELE
IDADE: 22 NACIONALIDADE: BRASILEIRA
CIDADE ONDE RESIDE: PALMAS-TO
NATURALIDADE: PALMAS-TO
ESCOLARIDADE: ENSINO SUPERIOR COMPLETO
PROFISSÃO: DESIGN GRÁFICO, ARQUITETA E URBANISTA
TEM FILHOS? SIM () NÃO
QUAL A SUA COR OU ETNIA?
AMARELA () BRANCA INDÍGENA () PARDA () PRETA ()
OUTRA () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR () PREFIRO NÃO RESPONDER ()
SE RESPONDER "OUTRA" ESPECIFIQUE QUAL _____
IDENTIDADE DE GÊNERO: MULHER CISGÊNERO MULHER TRANSEXUAL ()
TRAVESTI () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR ()
TRÊS PERSONAGENS FEMININAS DE STAR WARS QUE A INSPIRAM (se
houver): JYN ERSO, PADME E LEIA ORGANA

Ana Carolina Bernard Nichèle

Assinatura

QUESTIONÁRIO DE PERFIL DA ENTREVISTADA

NOME: CARINE RODRIGUES BERNHARDIDADE: 53 NACIONALIDADE: BRASILEIRACIDADE ONDE RESIDE: PALMAS - TONATURALIDADE: CANDELÁRIA - RSESCOLARIDADE: SUPERIORPROFISSÃO: PROFESSORA / ARQUITETA / ARTISTA PLÁSTICATEM FILHOS? SIM () NÃO ()

QUAL A SUA COR OU ETNIA?

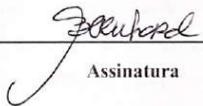
AMARELA () BRANCA () INDÍGENA () PARDA () PRETA ()

OUTRA () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR () PREFIRO NÃO RESPONDER ()

SE RESPONDER "OUTRA" ESPECIFIQUE QUAL _____

IDENTIDADE DE GÊNERO: MULHER CISGÊNERO () MULHER TRANSEXUAL ()

TRAVESTI () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR ()

TRÊS PERSONAGENS FEMININAS DE STAR WARS QUE A INSPIRAM (se houver): LEIA ORGANA e PADME / JYN ERSO e REY
Assinatura

Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, Carine Rodrigues Bernbord, fui informada dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão, se assim o desejar. O professor **Plábio Marcos Martins Desidério** juntamente com a pesquisadora **Victória Feitosa Sampaio** certificaram-me de que todos os dados desta pesquisa serão confidenciais se assim eu desejar. Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

- Autorizo minha identificação na transcrição das falas.
 Não autorizo minha identificação na transcrição das falas, prefiro usar nome fictício.

Carine Rodrigues Bernbord
Assinatura da Participante da Pesquisa

Assinatura da Pesquisadora

CEP- Comitê de Ética em Pesquisa - UFT/TO.
Endereço: 109: Norte, AV. NS 15, ALCNO 14, Prédio do Almoarifado
Fone: (63) 3232-8023 E-mail: cep-uft@uft.edu.br
CEP: 77001-090 Palmas/TO.

Pesquisadora Responsável: Victória Feitosa Sampaio
Endereço: Avenida B, Quadra 97, Lote 393 Bairro: Jardim Santa Mônica. Araguaína/TO
Fone: (63) 9 8108-9894
E-mail: vfesamp@gmail.com

Orientador: Plábio Marcos Martins Desidério
Fone: (63) 9 8121-5261
E-mail: plabio@mail.uft.edu.br

QUESTIONÁRIO DE PERFIL DA ENTREVISTADA**NOME:** Bruna Aaine Freire dos Santos**IDADE:** 23 anos **NACIONALIDADE:** brasileira**CIDADE ONDE RESIDE:** Palmas/TO**NATURALIDADE:** Palmas/TO**ESCOLARIDADE:** Ensino superior completo**PROFISSÃO:** Estudante**TEM FILHOS?** SIM () NÃO (X)**QUAL A SUA COR OU ETNIA?**

AMARELA () BRANCA (X) INDÍGENA () PARDA () PRETA ()

OUTRA () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR () PREFIRO NÃO RESPONDER ()

SE RESPONDER "OUTRA" ESPECIFIQUE QUAL _____

IDENTIDADE DE GÊNERO: MULHER CISGÊNERO (X) MULHER TRANSEXUAL ()

TRAVESTI () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR ()

**TRÊS PERSONAGENS FEMININAS DE STAR WARS QUE A INSPIRAM (se
houver):** Leia Organa; Jyn Erso; Padmé AmidalaBruna Aaine F. Santos**Assinatura**

Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, Bruna Aline Freire dos Santos, fui informada dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão, se assim o desejar. O professor **Plábio Marcos Martins Desidério** juntamente com a pesquisadora **Victória Feitosa Sampaio** certificaram-me de que todos os dados desta pesquisa serão confidenciais se assim eu desejar. Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

- Autorizo minha identificação na transcrição das falas.
 Não autorizo minha identificação na transcrição das falas, prefiro usar nome fictício.

Bruna Aline Freire dos Santos
Assinatura da Participante da Pesquisa

Assinatura da Pesquisadora

CEP- Comitê de Ética em Pesquisa - UFT/TO.
Endereço: 109: Norte, AV. NS 15, ALCNO 14, Prédio do Almojarifado
Fone: (63) 3232-8023 E-mail: cep-uft@uft.edu.br
CEP: 77001-090 Palmas/TO.

Pesquisadora Responsável: **Victória Feitosa Sampaio**
Endereço: Avenida B, Quadra 97, Lote 393 Bairro: Jardim Santa Mônica. Araguaína/TO
Fone: (63) 9 8108-9894
E-mail: vfesamp@gmail.com

Orientador: **Plábio Marcos Martins Desidério**
Fone: (63) 9 8121-5261
E-mail: plabio@mail.uft.edu.br

QUESTIONÁRIO DE PERFIL DA ENTREVISTADA

NOME: NICOLE ARAUJO MUNIZIDADE: 27 NACIONALIDADE: BRASILEIRACIDADE ONDE RESIDE: PALMAS - TONATALIDADE: SERRINHA - BAESCOLARIDADE: SUPERIOR INCOMPLETOPROFISSÃO: ESTUDANTETEM FILHOS? SIM () NÃO

QUAL A SUA COR OU ETNIA?

AMARELA () BRANCA () INDÍGENA () PARDA PRETA ()

OUTRA () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR () PREFIRO NÃO RESPONDER ()

SE RESPONDER "OUTRA" ESPECIFIQUE QUAL _____

IDENTIDADE DE GÊNERO: MULHER CISGÊNERO MULHER TRANSEXUAL ()

TRAVESTI () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR ()

TRÊS PERSONAGENS FEMININAS DE STAR WARS QUE A INSPIRAM (se
houver): LEIA, PADMÉ, REYNicole Araujo Muniz

Assinatura

QUESTIONÁRIO DE PERFIL DA ENTREVISTADA

NOME: Ester Aguiar Alves Oliveira
IDADE: 22 NACIONALIDADE: Brasileira
CIDADE ONDE RESIDE: Palmas-to
NATURALIDADE: Imperatriz-MA
ESCOLARIDADE: Ensino Superior Incompleto
PROFISSÃO: Servidora Pública
TEM FILHOS? SIM () NÃO
QUAL A SUA COR OU ETNIA?
AMARELA () BRANCA () INDÍGENA () PARDA PRETA ()
OUTRA () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR () PREFIRO NÃO RESPONDER ()
SE RESPONDER "OUTRA" ESPECIFIQUE QUAL _____
IDENTIDADE DE GÊNERO: MULHER CISGÊNERO MULHER TRANSEXUAL ()
TRAVESTI () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR ()
TRÊS PERSONAGENS FEMININAS DE STAR WARS QUE A INSPIRAM (se
houver): Padmé Amidala, Ahsoka Tano e Leia Organa.



Assinatura

Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, Esther Aguiar Alves Oliveira, fui informada dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão, se assim o desejar. O professor **Plábio Marcos Martins Desidério** juntamente com a pesquisadora **Victória Feitosa Sampaio** certificaram-me de que todos os dados desta pesquisa serão confidenciais se assim eu desejar. Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

- Autorizo minha identificação na transcrição das falas.
 Não autorizo minha identificação na transcrição das falas, prefiro usar nome fictício.


 Assinatura da Participante da Pesquisa

 Assinatura da Pesquisadora

CEP- Comitê de Ética em Pesquisa - UFT/TO.
 Endereço: 109: Norte, AV. NS 15, ALCNO 14, Prédio do Almoarifado
 Fone: (63) 3232-8023 E-mail: cep-uft@uft.edu.br
 CEP: 77001-090 Palmas/TO.

Pesquisadora Responsável: **Victória Feitosa Sampaio**
 Endereço: Avenida B, Quadra 97, Lote 393 Bairro: Jardim Santa Mônica. Araguaína/TO
 Fone: (63) 9 8108-9894
 E-mail: vfesamp@gmail.com

Orientador: **Plábio Marcos Martins Desidério**
 Fone: (63) 9 8121-5261
 E-mail: plabio@mail.uft.edu.br

Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, NICOLE ARAUJO MUNIZ, fui informada dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão, se assim o desejar. O professor **Plábio Marcos Martins Desidério** juntamente com a pesquisadora **Victória Feitosa Sampaio** certificaram-me de que todos os dados desta pesquisa serão confidenciais se assim eu desejar. Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

- Autorizo minha identificação na transcrição das falas.
 Não autorizo minha identificação na transcrição das falas, prefiro usar nome fictício.

Nicole Araujo Muniz
Assinatura da Participante da Pesquisa

Assinatura da Pesquisadora

CEP- Comitê de Ética em Pesquisa - UFT/TO.
Endereço: 109: Norte, AV. NS 15, ALCNO 14, Prédio do Almoxarifado
Fone: (63) 3232-8023 E-mail: cep-uft@uft.edu.br
CEP: 77001-090 Palmas/TO.

Pesquisadora Responsável: **Victória Feitosa Sampaio**
Endereço: Avenida B, Quadra 97, Lote 393 Bairro: Jardim Santa Mônica. Araguaína/TO
Fone: (63) 9 8108-9894
E-mail: vfesamp@gmail.com

Orientador: **Plábio Marcos Martins Desidério**
Fone: (63) 9 8121-5261
E-mail: plabio@mail.uft.edu.br

Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, Emmilly Aguiar Silva Bacerda, fui informada dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão, se assim o desejar. O professor **Plábio Marcos Martins Desidério** juntamente com a pesquisadora **Victória Feitosa Sampaio** certificaram-me de que todos os dados desta pesquisa serão confidenciais se assim eu desejar. Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

- Autorizo minha identificação na transcrição das falas.
 Não autorizo minha identificação na transcrição das falas, prefiro usar nome fictício.

Emmilly Aguiar Silva Bacerda
Assinatura da Participante da Pesquisa

Assinatura da Pesquisadora

CEP- Comitê de Ética em Pesquisa - UFT/TO.
Endereço: 109: Norte, AV. NS 15, ALCNO 14, Prédio do Almoxarifado
Fone: (63) 3232-8023 E-mail: cep-uft@uft.edu.br
CEP: 77001-090 Palmas/TO.

Pesquisadora Responsável: **Victória Feitosa Sampaio**
Endereço: Avenida B, Quadra 97, Lote 393 Bairro: Jardim Santa Mônica. Araguaína/TO
Fone: (63) 9 8108-9894
E-mail: vfesamp@gmail.com

Orientador: **Plábio Marcos Martins Desidério**
Fone: (63) 9 8121-5261
E-mail: plabio@mail.uft.edu.br

QUESTIONÁRIO DE PERFIL DA ENTREVISTADA

NOME: EMMILLY AGUIAR SILVA LACERDA

IDADE: 28 anos **NACIONALIDADE:** Brasileira

CIDADE ONDE RESIDE: Araguaína - TO

NATURALIDADE: Araguaína - TO

ESCOLARIDADE: Ensino Superior Incompleto

PROFISSÃO: Animadora de festas infantis

TEM FILHOS? SIM () NÃO ()

QUAL A SUA COR OU ETNIA?

AMARELA () BRANCA () INDÍGENA () PARDA () PRETA ()

OUTRA () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR () PREFIRO NÃO RESPONDER ()

SE RESPONDER "OUTRA" ESPECIFIQUE QUAL _____

IDENTIDADE DE GÊNERO: MULHER CISGÊNERO () MULHER TRANSEXUAL ()

TRAVESTI () PREFIRO NÃO ME CLASSIFICAR ()

TRÊS PERSONAGENS FEMININAS DE STAR WARS QUE A INSPIRAM (se houver): Leia, Rey e Padmé

Emmilly Aguiar Silva Lacerda

Assinatura

ANEXO A – COMPROVANTE DE SUBMISSÃO AO COMITÊ DE ÉTICA E PESQUISA

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE
FEDERAL DO TOCANTINS



COMPROVANTE DE ENVIO DO PROJETO

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Cultura participativa: O consumo de Star Wars a partir das mulheres tocaninenses

Pesquisador: Victória Feitosa Sampaio

Versão: 1

CAAE: 61665322.4.0000.5519

Instituição Proponente: Fundação Universidade Federal do Tocantins

DADOS DO COMPROVANTE

Número do Comprovante: 089988/2022

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

Informamos que o projeto Cultura participativa: O consumo de Star Wars a partir das mulheres tocaninenses que tem como pesquisador responsável Victória Feitosa Sampaio, foi recebido para análise ética no CEP Fundação Universidade Federal do Tocantins em 16/08/2022 às 14:36.

Endereço: Avenida NS 15, 109 Norte Prédio da Reitoria, 2º Andar, Sala 16.

Bairro: Plano Diretor Norte **CEP:** 77.001-090

UF: TO **Município:** PALMAS

Telefone: (63)3229-4023

E-mail: cep_uft@uft.edu.br

ANEXO B – ESTATUTO DO CONSELHO JEDI TOCANTINS

DO CONSELHO JEDI TOCANTINS

Art. 1º Fica regulamentado o Conselho Jedi Tocantins, fã clube da saga Star Wars, entidade sem fins lucrativos, sediada no município de Araguaína.

Art. 2º O Conselho Jedi Tocantins busca proporcionar aos aficionados por Star Wars uma atmosfera de confraternização, que possibilite o fortalecimento dos laços de fraternidade entre os membros do Conselho e fãs da saga de modo geral.

Art. 3º O Conselho Jedi Tocantins visa orientar e aplicar os princípios Jedi em qualquer oportunidade que se apresente, tais como trabalhos filantrópicos, eventos culturais, palestras, apresentações, bem como, nas próprias reuniões e eventos organizados pelo Conselho.

DAS OBRIGAÇÕES E DIREITOS DOS MEMBROS OFICIAIS DO CONSELHO JEDI TOCANTINS

Art. 4º São obrigações de todos os membros do Conselho Jedi Tocantins:

I – Respeitar os demais;

II – Respeitar todos os presentes em qualquer evento que o Conselho Jedi esteja presente;

III – Comparecer aos eventos oficiais do Conselho Jedi Tocantins, tais como reuniões, palestras, apresentações, visitas, debates, confraternizações e demais eventos que o Conselho Jedi Tocantins se faça presente;

IV – Seguir as determinações passadas pela Coordenação;

V – Contribuir para um ambiente harmônico entre membros do Conselho Jedi Tocantins;

VI – Prestar auxílio necessário nos eventos que o Conselho Jedi Tocantins participe;

VII – Não tomar atitudes que possam denegrir a imagem do Conselho Jedi Tocantins ou de seus integrantes;

Parágrafo único: Qualquer comportamento abusivo, que desrespeite o bom-senso comum e a boa-fé deverá ser informado por qualquer integrante à coordenação para análise e tomada de medidas necessárias.

Art. 5º São direitos de todos os membros do Conselho Jedi Tocantins:

I – Acesso aos eventos organizados pelo Conselho Jedi Tocantins;

II – Se identificar como integrante do Conselho Jedi Tocantins;

III – Expressar suas opiniões sempre que achar necessário, respeitando o estipulado no artigo anterior;

IV – Ser respeitado por todos os integrantes do Conselho Jedi Tocantins em suas atitudes e opiniões.

V – Usufruir de benefícios advindo de parcerias e/ou atividades organizadas pelo Conselho Jedi Tocantins*.

*Desde que associado.

DO MEMBRO OFICIAL

Art. 6º Membro Oficial é aquele integrante do Conselho Jedi que a convite ou por solicitação, após a demonstração de interesse em participar do Conselho Jedi Tocantins cumulado com a presença em pelo menos três eventos oficiais do Conselho passará a integrar os quadros do Conselho Jedi Tocantins.

§1º O membro associado que no prazo de seis meses não comparecer, após o seu ingresso nos quadros do Conselho Jedi Tocantins, a pelo menos um evento oficial do Conselho Jedi, será desligado do Conselho.

§2º Para os fins do parágrafo anterior, a presença apenas em reunião convocada pelos coordenadores não atende o requisito de presença em evento oficial.

DO MEMBRO ASSOCIADO

Art. 7º O Membro Associado é aquele que em razão do pagamento de sua anuidade ou mensalidade, passará a integrar os quadros de sócios e usufruir de benefícios advindo de parcerias e/ou atividades organizadas pelo Conselho Jedi Tocantins.

DOS COORDENADORES

Art. 8º Coordenador é aquele integrante que pertence aos quadros dos membros executivos, escolhido em reunião de membros executivos para ocupar algum dos cargos de coordenadores.

§1º Compete aos coordenadores as funções de direção e orientação dos demais integrantes do Conselho Jedi Tocantins.

§2º O mandato dos coordenadores é de 01 ano, sendo sempre marcado no início do ano reunião para a escolha dos coordenadores. Não existe limite para a recondução dos coordenadores (reeleição).

§3º Os cargos de coordenadores são estes:

I – Presidência (Presidente e Vice): Exercem primordialmente a função de direção e representação do Conselho Jedi Tocantins, cabendo a ambos, ou a um na ausência do outro, orientar os demais integrantes do Conselho sempre que necessário, prestar auxílio aos demais coordenadores em suas áreas específicas, convocar reuniões da coordenação ou gerais, organizar e planejar o calendário do Conselho, manter aberto diálogo com outros Conselhos ou Fã Clubes e zelar pela correta observância do respeito e cordialidade entre os integrantes do Conselho.

II – Coordenador de Eventos: Exerce a função de contato entre o Conselho Jedi e organizadores/parceiros em eventos oficiais, cabendo sozinho e/ou com apoio dos coordenadores gerais, apresentar propostas de eventos, organizar os eventos do Conselho e orientar os demais integrantes nos eventos oficiais do Conselho.

III – Coordenador de Mídias: Exerce a função de organizar e administrar sozinho e/ou com apoio dos coordenadores gerais, o material de exposição das atividades do Conselho Jedi em seus canais oficiais de divulgação (redes sociais, site, qualquer outro meio utilizado), zelando pela fiel veracidade das informações expostas pelo Conselho Jedi.

IV – Coordenador de Produtos: Exerce a função de planejar e organizar sozinho e/ou com apoio dos coordenadores gerais, a confecção e produção de produtos oficiais do Conselho Jedi Tocantins que possam custear gastos do Conselho nos eventos que organiza ou participa.

V – Coordenador de Cosplay: Integrantes do Conselho com experiência na confecção de cosplays que exercem a função de orientadores, principalmente de novos integrantes, na criação de novos cosplays.

VI – Coordenador Saberplay/Swordplay: Exerce a função de organizar arenas de batalha de simulação de duelos com sabres de luz feitos de espuma, bem como a confecção dos mesmos.

§4º Sempre que necessário os coordenadores podem solicitar auxílio dos demais integrantes do Conselho Jedi Tocantins.

§5º Caso antes do prazo de um ano o cargo de coordenador fique vago, será convocada reunião dos membros associados para preenchimento do cargo vago.

§6º No caso do parágrafo anterior, o mandato terá apenas o prazo restante do mandato já em curso.

Art. 9º Ao coordenador estão sujeitas as mesmas condições impostas aos demais membros do Conselho. Aquele se mostrar omissos, ausente ou desinteressado em colaborar com ações ou eventos lhe será feito questionamento (advertência) e não sendo justificada a displicência para com o Conselho Jedi Tocantins, os demais coordenadores decidirão pela permanência ou não deste nos quadros de diretoria.

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 10 A reunião para escolha dos novos coordenadores ou recondução dos atuais acontecerá preferencialmente no mês de fevereiro.

Art. 11 As decisões do Conselho Jedi em reuniões serão tomadas por maioria simples dos presentes na reunião.

Art. 12 Ao final de cada semestre haverá uma confraternização do Conselho Jedi Tocantins.

Art. 13 Tendo sempre em mente o bom-senso e a boa-fé, visando primordialmente a diversão e o respeito dos integrantes do Conselho Jedi Tocantins, os casos excepcionais que possam surgir serão analisados pela Coordenação.

Art. 14 Os dias 4 de maio (May the 4th bewithyou), 25 de maio (Dia da toalha ou Dia do orgulho nerd) e 19 de agosto (Aniversário do CJTO) integrarão sempre o calendário oficial do Conselho Jedi Tocantins.

Art. 15 A JEDICON, evento exclusivo, realizado pelo Conselho Jedi, será realizada bianualmente.

Art. 16 A Batalha de Sagas, evento exclusivo, realizado pelo Conselho Jedi, será realizado bianualmente quando não houver JEDICON.

Art. 15 Fica registrado que o Conselho Jedi Tocantins foi criado em 19 de Agosto de 2016.

Araguaína, 15 de Junho de 2017.

(1ª: Modificação de redação: 04/01/2019)

Victória Feitosa Sampaio

Presidenta do Conselho Jedi Tocantins

ANEXO B – ATA REUNIÃO DE FUNDAÇÃO DO CONSELHO JEDI DO ESTADO DO TOCANTINS

1. DA MOTIVAÇÃO

No estado do Tocantins o público geek tem ganhado mais espaço e adeptos, isso dado ao crescimento do número de eventos de anime e cultura nerd. Assim, a cada ano que passa, mais pessoas se reúnem para interagir, discutir e debater sobre aquilo que mais gostam. Sejam animes, HQs, jogos, RPG, quests, cosplays, cinema, literatura entre outros.

Atualmente possuímos dois grandes eventos no estado, quais sejam: AnimeSun e Animanara, ambos sediados em Araguaína, embora com edições em outros lugares como é o caso da capital, Palmas.

Fã de HQs, animes, e especialmente pela saga Star Wars, Victória Feitosa, que já acompanha as páginas de outros Conselhos Jedi, passou a ter um contato próximo com os conselhos Jedi de São Paulo (Anime Friends) e da Bahia (AniBahia), sentindo-se assim, bastante motivada a fundar um CJ no seu estado. Isso, em razão de ter usado em ambos eventos, o cosplay de Rey e ter sido bastante questionada sobre a existência de um CJ aí demora.

2. DA INICIATIVA

Após entrar em contato com diversos conselhos do país e conversar com vários membros, através de redes sociais, houve um despertar... Victória convidou alguns amigos de confiança e também fãs da Saga para integrarem e coordenarem o clube de Star Wars no estado do Tocantins, denominado Conselho Jedi Tocantins.

3. DA REUNIÃO

O grupo então decidiu convocar uma reunião com mais fãs e amigos, a fim de explicar a forma de atuação e definição sobre o que é um Conselho Jedi.

Assim, no dia 19 de Agosto de 2016, às 18h, na sala 19F da Faculdade Católica Dom Orione em Araguaína, foi realizada a reunião de fundação do Conselho Jedi Tocantins.

Na ocasião também foi apresentado o grupo de coordenadores e suas atribuições

no Conselho Jedi Tocantins:

- Victória Feitosa – *Presidenta*
- Iago Thales – *Vice Presidente*
- Fernanda Aquino e Fagner Brito – *Coordenadores Gerais (Palmas)*
- Rafael Gomes – *Coordenação de Mídias*
- Jeremy Lucas Bringel – *Coordenação de Eventos*
- Alan Parrudo e Luiz Fernando – *Coordenação de Cosplay*
- Rayrton Jonh De Souza – *Coordenação de Oficinas de Sabres*

4. FOTOS









4. DOBRASÃO



Obrasão do Conselho Jedi Tocantins possui elementos de referência a obrasão do estado do Tocantins, com padrão de cores, sol de ouro e estrela no topo integrado como símbolo da Ordem Jedi.

5. DASEDE

Na presente ata, solicita-se aos demais Conselhos Jedi, que sejam reconhecidos e autorizados que o CJTO seja sediado em Araguaína, segunda maior cidade do estado em dimensão e maior economia do estado.

No estado do Tocantins, os eventos de natureza nerd/geek são realizados em Araguaína, atraindo público de outras cidades, inclusive Palmas. Além disso, a coordenação do presente conselho está distribuída de forma com que haja quatro coordenadores residentes em Palmas capital, a fim de que as atividades sejam

realizadas de maneira conjunta e agregando todo o espaço territorial do estado (região Sudeste).

6. MISSÃO

O Conselho Jedi do Tocantins tem como missão reunir, interagir e promover encontro entre os fãs da Saga no estado, realizando mesas redondas, debates, eventos, participando de eventos com as temáticas, exibindo filmes, desempenhando ações sociais, levando os ensinamentos da força, ouvido por nos predecessores pela primeira vez no Núcleo Profundo, no planeta Tython.

Pretendemos integrar o quadro de Conselhos Jedi do Brasil, com propósito de fortalecermos laços, criar novas amizades e promover a organização, diversão e muitas aventuras discutindo teorias.

Que a força esteja sempre, sempre com vocês.

Victório Louisa Simões

Joseph Thales Siqueira da Silva
Jeremy Anderson

Fagner Brito da Costa

Fernanda de Sousa Aquino

Rayssa Letícia de Souza Barbosa Rodrigues

Lucas Alves Bringel

Alan D.J.P.B.

Kevin Bernardo Janches Pires

Rafael Gomes da Cruz