



8

**“O que aconteceu com o Star Wars
que eu conhecia?”
O remix e a cultura participativa como
forma de expressão dos fãs**

*“What happened to the Star Wars that I used
to know?” Remix and participatory culture as
means of expression among fans*

**Pedro P. Curi¹
Lucas Waltenberg²**

RESUMO O presente artigo busca discutir produtos da cultura de fãs tendo como estudo de caso o vídeo “The Star Wars that I used to know”, paródia do *hit* “Somebody that I used to know”, do músico australiano Gotye. O vídeo articula a lógica dos *fan films* e coloca em questão a circulação de música e da cultura de fãs na internet, as fronteiras entre produção e consumo e a articulação entre *fandoms* de música e *fandoms* de cinema.

PALAVRAS-CHAVE fan films; cultura participativa; Star Wars; Gotye

ABSTRACT The paper aims to discuss products from fan culture through the case study of “The Star Wars that I used to know”, a music video parody from Gotye’s hit “Somebody that I used to know”. The *fan films’* logic enunciated in the video puts into question the circulation of music and fan cultures on the internet, the boundaries between production and consumption of cultural goods, and the connections between music and movie *fandoms*.

KEYWORDS fan films; participatory culture; Star Wars; Gotye

1 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense – PPG-COM-UFF. E-mail: pedrocuri@gmail.com.

2 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense – PPG-COM-UFF. E-mail: lwaltenberg@gmail.com



O público sempre se apropriou das tecnologias disponíveis para resignificar produtos culturais. Podemos dizer que o acesso e o uso facilitado das novas mídias no arranjo da web 2.0³ tornaram essas interpretações mais públicas e complexas, trazendo algumas questões. Quais as consequências nas imbricações entre produção e consumo? É possível estabelecer limites claros entre essas duas esferas?

Para pensar nesses problemas, propomos fazer uma análise da paródia “The Star Wars that I used to know”, iluminada por questões como o confronto da cultura “Read/Only” com a “Read/Write” (LESSIG, 2008) e os direitos autorais na produção dos fãs (TUSHNET, 2007), além das reflexões sobre a produção textual de fãs (FISKE, 1992) e seus produtos, como o *filking* (JENKINS, 1992) e os *fan films* (CURI, 2010).

O objeto escolhido para a análise justifica-se pelas seguintes razões. Em primeiro lugar, trata-se de uma paródia da canção “Somebody that I used to know”, do australiano Gotye, que vendeu milhões de cópias ao redor do mundo, recebeu críticas positivas em diversos veículos de comunicação, prêmios prestigiosos como o Grammy e contabiliza centenas de milhões de visualizações no YouTube. A versão que abordaremos na terceira seção do artigo é uma paródia que traz outra letra para a canção mundialmente conhecida. Na apropriação, a música fala sobre a decepção de fãs de Star Wars com o rumo dado à saga na segunda trilogia, composta pelos episódios I, II e III.

3 Para Primo (2006), a web 2.0 é entendida como a “segunda geração de serviços *online*”, tendo como características uma expansão nas ferramentas de publicação, compartilhamento, organização de informações e interação.

A paródia aponta também para dois aspectos que denotam a complexidade das reinterpretações dos fãs. Em primeiro lugar, elas articulam diferentes linguagens midiáticas em suas produções, como músicas, textos e vídeos. Em segundo, apontam para a relação entre a indústria fonográfica e a cinematográfica, confrontando em um mesmo conteúdo dois universos - o da música e o do cinema - que se destacam frente à exorbitante oferta de produtos culturais em circulação atualmente, trazendo para o jogo da interpretação diferentes comunidades de fãs.

Perspectivas da cultura “Read/Only” e da cultura “Read/Write”

Pensando a cultura remix, e as implicações desse tipo de prática na sociedade em âmbitos como o cultural, o jurídico e o econômico, Lessig (2008), propõe uma discussão a partir da disputa entre uma cultura do tipo “Read/Only” (RO) e uma do tipo “Read/Write” (RW).

A primeira perspectiva seria marcada por práticas de consumo de bens culturais com uma intervenção mínima do consumidor, um consumo “simples” - ainda que seja preciso reconhecer que não há nada simples no ato de consumir, como veremos na discussão sobre a cultura de fãs adiante. Já a cultura RW seria o lugar onde cidadãos “comuns” consomem os bens culturais, mas somente sua leitura não basta. “Eles incorporam coisas à cultura que leem quando criam e recriam a cultura ao seu redor” (LESSIG, 2008, p. 28).

Ao longo de quase todo o século XX, antes da intensa digitalização e popularização das ferramentas midiáticas entre os consumidores, boa parte dos bens culturais produzidos traziam em si

certos limites, impedindo que o público interferisse neles mais concretamente. O disco de vinil, por exemplo, não permitia que esse consumidor comum realizasse intervenções diretas de manipulação sonora. Uma cultura do tipo RW só vai poder prosperar quando determinadas ferramentas são desenvolvidas e circulam também na esfera do público consumidor, com um conjunto de protocolos de uso facilitados. Mas qual é esse conteúdo que é manipulado e recriado? Lessig comenta que a maior parte da informação hoje é reunida pelas pessoas por outras mídias além do texto, como a televisão, filmes, músicas e vídeos, ou seja, outras “formas de escrita” (LESSIG, 2008, p. 68).

Por isso, não é surpreendente que essas outras formas de criação estejam se transformando numa forma dominante de “escrita”. A internet não fez dessas outras formas de “escrita” algo significativo. Mas a internet e as tecnologias digitais abriram essas mídias para as massas. Usando ferramentas da tecnologia digital - mesmo as mais simples, incorporadas aos mais inovadores e modernos sistemas operacionais - qualquer um pode começar a “escrever” utilizando imagens, música ou vídeo. E usando as facilidades da rede digital livre, qualquer um pode compartilhar essa escrita com os outros (ibid., p. 69).

No entanto, esse tipo de criação que se apropria de uma obra pré-existente, torna necessária a discussão também em torno dos direitos de autor. Ainda que esse não seja o nosso foco, uma vez que estamos interessados mais na apropriação em si, trazemos a discussão de Tushnet (2007) sobre direitos autorais na produção de fãs. Em sua pesquisa sobre *fan fics*, a autora aponta que ainda falta o campo jurídico reconhecer que os signifi-

cados de um texto não podem ser sempre impostos pelos criadores ao público, pois, em vez disso, “são negociados entre textos, autores e público” (TUSHNET, 2007, p. 62).

Ainda seguindo a reflexão da autora, textos são convidativos à interpretação. Quando determinado trabalho é levado a público, há necessariamente uma perda de controle quanto às apropriações que serão feitas - e a legislação de direitos autorais tem demonstrado certa dificuldade em lidar com esse fato. Afinal, “geralmente há uma divergência entre o que um autor intenciona produzir e o que os outros entendem de sua produção” (ibid., p. 70).

Star Wars é um caminho interessante para entender como as relações entre produtores e consumidores pode ser conflituosa na cultura de fãs. Jenkins (2008, p. 184) divide as indústrias midiáticas através de posturas proibicionistas e cooperativistas. O primeiro grupo seria representado por empresas que buscam reafirmar sua legitimidade econômica e criativa ao perseguir fãs que criam produtos derivados de sua propriedade intelectual. Já o grupo das empresas cooperativistas considera os fãs potenciais colaboradores não somente na produção de conteúdo, mas também como “intermediários alternativos”, ajudando na circulação de seus produtos. Segundo o autor, a franquia de Star Wars tenta encontrar um meio termo entre esses dois extremos. Num primeiro momento, houve a tentativa de proibição da fan fiction. Em seguida, passaram a promover produções audiovisuais de fãs, mas limitando o tipo de filme que poderia ser feito.

No início da década de 80, bem antes da circulação de conteúdos pela internet, ciente de que



os fãs estariam produzindo novos objetos a partir dos existentes no mercado, a indústria começou a se preocupar com os direitos autorais e com uma possível competição. Alguns produtores, no entanto, perceberam que a melhor forma de lidar com essa cultura emergente seria mantendo-a sob sua supervisão sem, no entanto, proibir. A *Lucasfilm*, por exemplo, pensou inicialmente em controlar as publicações baseadas em *Star Wars*, temendo que se tornassem rivais. O que fizeram depois, foi tentar controlar o conteúdo das produções, para que não denegrissem a marca, como as que tinham conteúdo erótico, os *slash* (JENKINS, 1992, p. 28-36; 2008, p. 200-208; JANCOVICH & LYONS, 2003, p. 168).

Em 1981, Maureen Garrett, diretora do fã-clubes oficial de *Star Wars* pôs em circulação o ponto de vista da empresa de Lucas na seguinte carta direcionada aos produtores de *fanzines*:

A *Lucasfilms* Ltda. detém todos os direitos sobre os personagens de *Star Wars* e vamos insistir para que não façam uso de pornografia. Isso quer dizer que não haverá mais *fanzines* se essa medida for necessária para deter produções que denigrem a reputação da empresa da qual tanto nos orgulhamos (...) Se a saga tem uma determinada classificação, todas as produções nela baseadas devem seguir a mesma classificação. A *Lucasfilms* não produz nenhum episódio de *Star Wars* com conteúdo voltado para adultos e cuja temática é o sexo, então por que deveríamos fazer isso? (...) Vocês não são os donos desses personagens e não podem produzir nada sobre eles sem permissão (JENKINS, 1992, p. 31).⁴

4 No original, retirado de Jenkins (1992, p. 31-32), a carta está em inglês, tendo sido traduzida com algumas adaptações.

Alguns *fanzines* continuaram veiculando clandestinamente materiais com conteúdo adulto e a atitude da *Lucasfilms* encontrou forte resistência por parte dos fãs. Eles consideraram a ação do diretor como uma interferência ditatorial em seus processos criativos. Como é possível ver em uma carta escrita por outra fã da saga criada por Lucas, Barbara Tenninson, em resposta às tentativas da indústria de controlar a produção dos fãs:

Eu ainda não concordo com o conceito de propriedade de direitos sobre uma obra de ficção, como *Star Wars*, incluindo os direitos que o autor/produtor tem de determinar como os leitores irão compreender o que lhes é oferecido. Neste sentido, não acredito que os fãs tirem dos produtores algo que lhes pertence. (...) Qualquer produtor ou autor que quer se assegurar legalmente de que os leitores tenham a mesma experiência, sentimentos e ideias que ele colocou em seu texto, fez uma leitura errada tanto das normas de reprodução, quanto da Declaração da Independência. (...) A atividade mental dos fãs não diz respeito aos produtores (JENKINS, 1992, p. 31).⁵

Nesta carta podemos perceber que o próprio fã tem a noção de que o texto é aberto e aquilo que ele compreende não é necessariamente o que o autor quis dizer. Essa atitude mostra que ele é consciente de sua apropriação e que se sente dono dos sentidos que cria a partir da leitura de um texto. A produção por meio do texto é uma forma de exercer a liberdade e a criatividade.

Para Fiske (1992, p. 37-40), a produção e participação cultural dos fãs acontecem em diferentes níveis: produção semiótica, enunciativa e textual. Essas produções têm origem na relação que o fã

5 Idem.

estabelece, em seu dia a dia, com os produtos que consome. A produção semiótica é característica da cultura popular como um todo e não algo específico da cultura dos fãs. Ela consiste em produzir sentidos de identidade e experiência sociais a partir da leitura de um texto e dos recursos disponíveis nos produtos culturais. É uma produção interna.

Quando os sentidos produzidos são discutidos e divididos com outras pessoas, tomando forma pública, transforma-se na produção enunciativa. A enunciação é o uso de um sistema semiótico – geralmente verbal – específico de um determinado grupo e contexto sociocultural. A maneira de se vestir e de se comportar também são formas de produção enunciativa, pois coloca os sentidos desenvolvidos em circulação e os tornam públicos. Grande parte do prazer contido no *fandom* está no ato de discutir os sentidos criados pelo consumo em comunidade.

A produção semiótica, ao tornar-se pública, passa a ser enunciativa e, quando registrada, é chamada de textual. O fã recebe um texto, cria novos sentidos a partir do que leu, modifica seus hábitos e incorpora alguns deles à sua vida. Troca, com outros fãs, as ideias que teve e, mais tarde, registra aquilo que imaginou, criando novos textos.

A internet, ao mesmo tempo que facilita a exposição da produção dos fãs, cria um problema para essa comunidade de novos produtores. Como suas criações circulam em abundância e também para além dos *fandoms*, os detentores dos direitos autorais de determinada obra podem encontrar mais facilmente versões não autorizadas para empreender medidas legais cabíveis.

Em geral, ainda de acordo com Tushnet (2007), os fãs tendem a reconhecer os direitos de autor da obra original. Ou seja, eles reconhecem a legitimidade do interesse econômico dos detentores dos direitos. E mesmo que suas criações não possuam avisos (*disclaimers*)⁶, é relativamente fácil perceber que elas não são criações autorizadas ao levarmos em conta o contexto.

A autora ainda enfatiza uma das características centrais dos textos⁷ dos fãs. Eles não são “nem cópias puras do trabalho de um outro autor, nem adições autorizadas ao original. Os autores fãs são geralmente explícitos quanto à sua relação com os textos verdadeiros, canônicos: as criações dos fãs não possuem a autoridade dos textos oficiais” (TUSHNET, 2007, p. 67).

Tushnet (2007), assim como Lessig (2008) – ainda que este não esteja analisando a produção dos fãs diretamente –, menciona a diversidade de linguagens midiáticas exploradas pelos fãs em suas produções. Como os navegadores da web deixaram de ser essencialmente textuais há um bom tempo, é possível colocar em circulação produções dos mais diversos tipos, como imagens, vídeos, vídeos musicais, entre outros.

6 Consistem em termos de responsabilidade utilizados com bastante frequência em *sites* na internet, de forma a informar os leitores e os detentores da propriedade intelectual de determinada obra como ela é usada. Por exemplo, é comum que *sites* de fãs publiquem esses avisos de forma a deixar claro que o uso das obras não possui intenção de infringir direitos autorais, nem tem como fim direto a obtenção de lucro.

7 Mesmo que a autora esteja se referindo especificamente às *fan fics*, aqui, podemos estender o entendimento de “textos” para a diversidade de mídias utilizadas pelos fãs em seus produtos.



Seguindo a mesma linha de raciocínio, Jenkins (2008, p. 186) aponta as possibilidades de apropriação e recirculação de conteúdo midiático à medida que o público se apodera das ferramentas de produção. O videocassete, por exemplo, talvez seja o ponto de partida desse movimento, que tem o seu auge na internet. Como argumenta o autor:

O processo de criação é muito mais divertido e significativo se você puder compartilhar sua criação com outros, e a web, desenvolvida para fins de cooperação dentro da comunidade científica, fornece uma infraestrutura para o compartilhamento das coisas que o americano médio vem criando em casa (JENKINS, 2008, p. 186).

O limite da produção cultural dos fãs é técnica e eles sempre expressaram suas ideias utilizando os instrumentos e as interfaces disponíveis. Cada produto feito por fãs traz consigo suas limitações. A tecnologia foi responsável por diminuí-las, permitindo a criação de obras cada vez mais complexas e próximas do produto oficial.

Ao dispor apenas de lápis, canetas e papel, um fã produz desenhos, pinturas ou colagens que mostram os personagens das séries, filmes ou revistas em quadrinhos em situações inéditas. Produtos desse tipo ficaram conhecidos como *fan art*, representação pictórica da ideia original que um fã tem ao consumir determinado objeto, capaz de ir até onde a criatividade do fã e o seu talento permitirem. A história da cultura participativa sofre um grande impacto com a popularização da fotocopiadora, uma vez que o artefato possibilita a reprodução doméstica em larga escala. Era possível criar um *fanzine* e distribuir um número grande de cópias para outros fãs.

Diferente da *fan art*, a *fan fic*, abreviação de *fan fiction*, é textual. Escreve-se uma nova história baseada em um objeto. A trama pode contar um evento passado, que nunca fora abordado com profundidade, ou prever um futuro que vai além do fim proposto pelo autor oficial. É possível criar um novo final, assim como reescrever trechos que não agradam. O limite, neste caso, é apenas a criatividade.

O videocassete teve, de fato, um papel fundamental na complexificação dos produtos de fãs. Além de gravar os programas que gostavam, os fãs passaram a reeditá-los de um modo diferente, criando novos sentidos e novos textos. Quando o fã tem acesso a diferentes formas de edição de imagem e som surgem os *fan videos*, clipes feitos com trechos de uma série de televisão ou filme, utilizando uma música qualquer ou a reedição de um produto audiovisual em que seu sentido original é alterado. Com a popularização de programas de edição não linear, os fãs puderam aperfeiçoar suas criações e abrir espaço para o que viria depois: os *fan films*, sobre os quais falaremos mais adiante.

No entanto, outro produto da cultura dos fãs se mostra bastante relevante para nossa discussão e deve ser destacado agora: o *filking*. *Filks* são composições musicais feitas por fãs a partir de melodias já existentes ou não. As letras contam fatos já retratados, mostram o ponto de vista de um determinado personagem sobre a história ou procuram preencher o que os fãs consideram como lacunas deixadas pelos autores. Com o acesso a programas de mixagem e gravação de CDs no computador de casa, a produção de *filk* se aproxima, cada vez mais, dos produtos musicais da indústria ofi-

cial e chegam a fãs de diversas partes do mundo. Para Jenkins (1992, p. 216), o *filking* tem um papel importante na cultura dos fãs e apresenta diferenças significantes em relação a *fan arts* e *fan fics*. Em primeiro lugar, enquanto *fan fics* tendem a se basear principalmente em um único produto, *filkers* pegam referências de um leque bem maior de produtos midiáticos. Junto a isso, se a escrita do fã valoriza a criatividade individual, o *filk* tende a promover um conceito comunal de produção cultural. Além desses pontos, se a criação textual do fã ainda pode ser compreendida em termos de interpretação e apropriação textual, o *filking* tende a falar mais diretamente sobre o *fandom* como uma comunidade social distinta, a celebrar valores e atividades características e articular uma perspectiva mais ampla desse consumo coletivo.

Em “The Star Wars that I used to know”, a música de Gotye serve de base para o *filking*, mas a estrutura do clipe também é aproveitada pelos realizadores para criar um diálogo entre George Lucas e sua obra pelo ponto de vista do fã. A crítica também se utiliza do humor para discutir como os fãs, que se consideram, em parte, donos do universo Star Wars, se sentem diante dos rumos dados à história.

Eixos narrativos dos *fan films* e apropriações na cultura de fãs

Em uma pesquisa para investigar de que forma se estabelece a sensação de propriedade emocional do fã em relação à obra fonte e como ela se manifesta em *fan fictions*, Aynur Akpınar e Martin Wennerström (2006), destacam obras que vão contra a narrativa original e tentaram classificar quais seriam os perfis de escritores e a forma

como se apropriariam das histórias, levando em conta suas motivações e a relação com a obra fonte. A análise foi, então, feita em cima de dois grupos de fãs: os que contradizem o texto original e aqueles que tentam se manter fiéis a ele.

Usando a terminologia criada por Dean MacCannel para definir turistas (1976),⁸ Akpınar e Wennerström (2006, p. 47) delimitam dois grupos de fãs que escrevem *fan fiction*: os não irônicos e os irônicos, com base no conteúdo de suas obras e no investimento emocional e conhecimento do texto fonte.⁹

Os fãs podem ser considerados, usando o termo escolhido pelos autores, irônicos ou não irônicos na hora de produzir, mas o limite entre a homenagem e a paródia também é tênue e muitas vezes fica difícil saber onde uma começa e a outra termina. Além disso, nada determina que os fãs não possam alterar essa postura, pois vai depender da forma como decidirem se apropriar da obra fonte.

Um tipo muito popular de paródia que circula na internet são os *spoofs*. Na análise de Felinto (2008), *spoofs* são paródias ou imitações de vídeos. Para o autor, a quantidade de paródias que determinado vídeo gera, indicaria a popularidade do trabalho original. Nesse processo, há um jogo de proximidade e distância na paródia, pois ao mesmo tempo em que ela homenageia o original, há uma desqualificação que opera no humor, na crítica etc. Entretanto, por apresentar esse tipo de produção como um exemplo de “lixo digital”, “caracterizados por sua temporalidade sensível, por sua ‘descartabilidade’ e trivialidade” (FELINTO,

8 “The Tourist: A New Theory of the Leisure Class”, editado pela Schocken Books.

9 Para saber mais, ver Curi, 2010.



2008, *online*), optamos por tratar “The Star Wars that I used to know” como um *fan film*, não como um *spoof*. Afinal muitos desses produtos “triviais” circulam por comunidades fechadas e nichos nos quais são valorizados e não descartados. Ao apresentar os *spoofs* como sendo unicamente “paródias diretas de um original” ou “paródias de paródias”, o autor trata mais da forma do texto do que necessariamente seu conteúdo e tira de questão os diferentes públicos que podem receber e reinterpretar esses vídeos, assim como conteúdos que são compreendidos apenas por esses grupos.

Apesar de seguir a mesma estrutura do clipe de Gotye, o conteúdo de “The Star Wars that I used to know” se destaca mais do que sua forma. O caráter paródico neste caso, diz respeito mais à saga de George Lucas do que necessariamente ao clipe musical usado como suporte.

Nessa direção, Barbara Klinger, propõe o conceito de *Web Shorts*, curtas feitos para a internet dentro do que chama de e-cinema, que teriam a paródia como um dos principais recursos (2006, p. 209). Ela usa o conceito de *paródias híbridas* para definir uma variação desse tipo de produção que mesclam fontes diferentes e fazem referência a outros produtos, personagens e personalidades da cultura pop, parodiando a própria indústria e suas características. No entanto, mesmo a apropriação mais irreverente carregaria afeto, fascínio e admiração em relação ao objeto que serviu de inspiração (ibid., p. 224-226).

Mais uma vez, a paródia aparece mais como conceito genérico do que como recurso narrativo. Nesse sentido, seguimos na direção apresentada em Curi (2010), destacando que as características que constituem o caráter autorreferencial da pa-

ródia está adaptado ao contexto em que ela é produzida, sem definir essas produções pelo gênero, mas considerando a paródia como parte constituinte da narrativa de determinados *fan films*.

Os *fan films* modernos podem ser definidos como produtos audiovisuais independentes feitos a partir da apropriação de objetos da cultura pop, de forma amadora ou semiprofissional, sem necessidade de autorização de uso de personagens e histórias protegidas por lei, realizados por um fã e tendo outros fãs como principal público-alvo, sem intenção de ter lucro com sua comercialização direta (CURI, 2010, p. 52).

Além disso, ao escrever um *fan film*, o fã escolhe, de acordo com seu objetivo e público-alvo, se será fiel ao tom da obra original ou se prefere subvertê-lo, adotando uma postura crítica em relação ao texto original a partir da decisão por um dos eixos narrativos a seguir (ibid., p. 118-121):

a) *Parafrástico*: o fã mantém o tom do texto original. Geralmente usado por fãs que querem ser aceitos em uma nova comunidade ou por aqueles que pretendem ganhar visibilidade no mercado, os *fan films* que seguem esse eixo são mais fiéis ao texto original.

b) *Paródico*: fãs conhecidos e respeitados dentro da comunidade da qual fazem parte tendem a usar este eixo para mostrar seu ponto de vista em relação a determinado produto ou fazer algum tipo de crítica. Diferente do *eixo parafrástico*, que aproxima o novo texto do original pela busca de maior verossimilhança, o *eixo paródico* se caracteriza mais pela diferença, pela transformação do texto de forma crítica e irônica.

“You didn’t have to change it all”: o caso de “The Star Wars that I used to know”

Na música original¹⁰, de acordo com nossa interpretação, Gotye e Kimbra discutem sobre as razões que levaram um casal a terminar um relacionamento. O lugar de fala de Gotye é o do homem que acreditou nos planos que o casal construía, mas decepcionou-se quando sua companheira passou a agir de maneira diferente, até transformar-se numa pessoa que ele “costumava conhecer”, mas não reconhece mais. O eu-lírico assumido por Kimbra não ouve todas as críticas de maneira impassível e procura rebatê-las através de versos como “de vez em quando penso em todas as vezes que você me sacaneou/mas me fez acreditar que era sempre algo que eu havia feito.” Trazendo os dois lados - ainda que o homem tenha mais destaque que a mulher - o público consegue formar sua própria opinião na história do casal.

Essa explicação é importante, pois existe sempre a possibilidade do nosso leitor não conhecer a música e a temática “vamos discutir a relação” vai inspirar a versão “The Star Wars that I used to know”.¹¹ Esta é composta por Eddie King, Jeremy Warner e Joseph Winter. O videoclipe foi produzido pela Teddie Films, empreendimento formado por Tyler Marshall e Eddie King. Segundo a própria descrição em seu canal no YouTube,¹² a produção da Teddie Films consiste em “vídeos musicais paródicos e outras coisas nerds e en-

graçadas”. Na paródia, também temos dois personagens. Anakin Skywalker/Darth Vader, clássico personagem da saga cinematográfica, inicia a fala criticando o trabalho do criador, George Lucas, ao emular o discurso dos fãs em relação à primeira trilogia. Nos versos, destacam-se referências ao uso exagerado de efeitos gráficos, personagens mal-construídos, argumentos falhos e o descaso do diretor com o público cativo da série. Num segundo momento, é o personagem George Lucas quem assume o microfone e confronta o *fandom* de Star Wars: “mas Star Wars será feito do meu jeito/eu não me importo com o que vocês têm a dizer/acho que eles devem deixar isso de lado/e eles não terão o Blu-Ray do Star Wars que vocês costumavam conhecer”.

A relação dos fãs com George Lucas mudou drasticamente nos últimos anos e já foi tema de diversas manifestações, discussões na internet e até mesmo *fan films*, mas *The People vs. George Lucas*¹³ talvez seja o produto que melhor sintetiza essa relação. O documentário de 2011, dirigido por Alexandre O. Philippe, conta como George Lucas passou de herói a vilão para a maior parte dos fãs. Logo no início do *trailer*,¹⁴ o seguinte texto aparece na tela:

Eles lhe deram amor... eles lhe deram dinheiro... e paródias feitas para a internet. Ele lhes deu... os *prequels*.¹⁵

Na sequência, dois jovens cantam a música “George Lucas rapped my childhood”, mostran-

10 Vídeo disponível em: <<http://youtu.be/8UVNT4wvIGY>>. Acesso em: 05/03/2013.

11 Vídeo disponível em: <<http://youtu.be/qJlbPXZEPRE>>. Acesso em: 05/03/2013.

12 Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/teddiefilms>>. Acesso em: 05/03/2013.

13 Mais informações sobre o filme no *site* <http://peoplevsgeorge.com/about/>. Acesso em: 07/04/2013.

14 Disponível em: <<http://vimeo.com/14623364>>. Acesso em: 07/04/2013.

15 Tradução livre.



do de forma bastante dramática como se sentem diante dos rumos dados ao universo que adoravam quando crianças.

No *site* do filme, a descrição do documentário dá algumas pistas sobre o que causou essa mudança na relação entre Lucas e seus fãs:

Reverenciado por alguns, temido e demonizado por outros, George Lucas é, sem dúvidas, o mais falado e criticado realizador cinematográfico da história do cinema.

Por que tantos fãs de Star Wars se viraram contra ele para condenar o lançamento das edições especiais e a segunda trilogia? Por que George Lucas é alvo constante de blogueiros, críticos e pessoas que se declaram devotos? E por que milhões de outras pessoas estão prontas para defendê-lo com veemência diante de inúmeras acusações?

“The people vs. George Lucas” busca responder essas perguntas e desconstruir de forma imparcial o legado cultural de um homem cuja vida, e também os sentimentos e impulsos criativos continuam blindados por mistério.¹⁶

Por mais que estivessem sempre atrás de novos produtos ligados à saga, os fãs de Star Wars passaram a questionar George Lucas quando ele começou a criar histórias e personagens que, para os fãs, estariam corrompendo o universo adorado, ao qual estavam acostumados e onde se sentiam, também, proprietários. As críticas são em relação à última trilogia, localizada cronologicamente antes do filme lançado em 1977. Para os fãs, George Lucas abusou dos efeitos especiais e criou personagens medíocres, como o odiado Jar Jar Binks,

alvo de um enorme número de piadas e produções críticas de fãs.

O descontentamento com “Episode I - The Phantom Menace” foi materializada em “The Phantom Edit”, uma reedição do filme original feita por um fã, removendo 18 minutos do original. Segundo o autor, Mike J. Nichols, sua intenção era fazer uma versão mais forte do filme ao se basear na execução e na filosofia dos filmes anteriores em relação à edição e à narrativa. Para chegar a esse objetivo, retirou quase todas as cenas de Jar Jar Binks, cortou alguns diálogos, excessos de atores e a justificativa biológica para a presença da Força.¹⁷ Esse episódio é importante também para pontuar a discussão de Lessig (2008), levantada acima. A relação dos fãs de Star Wars com a saga é permeada constantemente por práticas de “remix”. Uma cultura do tipo RW permite que pessoas envolvam-se de maneira engajada com seus objetos de admiração, de modo a modificá-los e apontar materialmente nas reinterpretações suas visões, desejos e opiniões.

Voltando à análise, os videoclipes para ambas as músicas também merecem ser comentados. No vídeo original, Gotye está nu quando começa a cantar “Somebody that I used to know” na frente de uma parede lisa. À medida que a música avança, desenhos geométricos são formados e pintados na parede e em seu corpo, até que ambos estejam completamente cobertos e Gotye, ligeiramente camuflado frente à parede. Em momento seguinte, Kimbra aparece ao seu lado, também pintada no mesmo padrão. Quando chega

16 Tradução livre.

17 “Mystery of Star Wars Phantom Edit”. Disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/1375742.stm>>. Acesso em: 07/04/2013.



Figura 1: 44s do vídeo de Gotye e da paródia

a sua parte, aproxima-se de Gotye para cantá-la em direção a seu ouvido, como se aquele recado estivesse sendo dado diretamente para ele.

“The Star Wars that I used to know” parodia o videoclipe original quase quadro a quadro (figuras 1 e 2). O *fan film* começa com um ator representando Anakin Skywalker, nu, frente a uma parede lisa, contando a história de seu personagem e ecoando o desgosto dos fãs em relação à trilogia mais recente da série. Quando os desenhos geométricos começam a se formar na parede e em seu corpo (incluindo referências pictóricas à saga de George Lucas, como a Estrela da Morte que é desenhada na parede), dá-se início a sua transformação em Darth Vader. Logo em seguida, é um ator representando George Lucas, o criador da série, quem aparece para cantar ao pé do ouvido do grande vilão de Star Wars.

“The Star Wars that I used to know” é um bom exemplo que nos ajuda a compreender aquilo que Lessig (2008) chama de cultura “*Read/Write*” e como Jenkins (2008) vê as apropriações feitas pelo público na internet, no contexto da cultura da convergência. Como vimos, a cultura RW é marcada pelo processo de consumir produtos culturais e usá-los como fonte para incorporar outras questões e interpretações em novos produtos criados a partir do primeiro. A música de Gotye teve um alcance global em questão de poucos meses - seus milhões de acessos só no YouTube demonstram a repercussão. Para os produtores da paródia, ela transformou-se no veículo ideal para passar a mensagem dos fãs no universo de Star Wars. E é importante perceber que a popularidade da música não é o único fator relevante nessa história. A letra e o videoclipe de “Somebody that I used to know” também serviram de inspiração

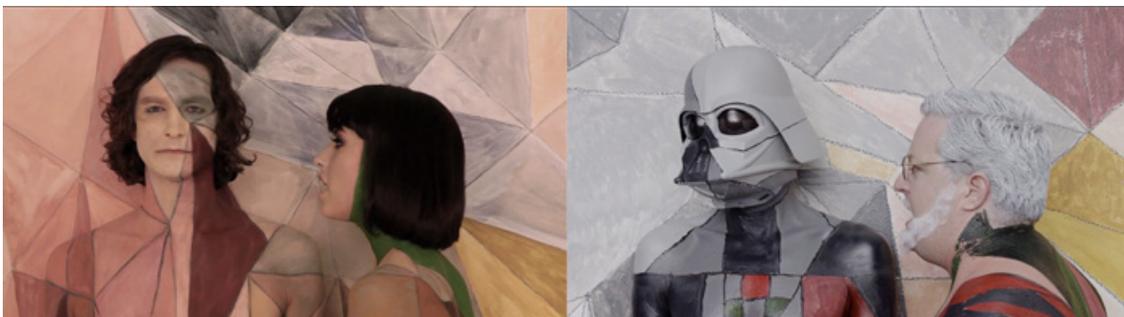


Figura 2: 2m51s do vídeo de Gotye e da paródia



para esse novo produto. A nova letra também usa o desentendimento como tema para colocar os cantores em diálogo, ainda que a tônica das relações seja diferente. A música original trata de desentendimentos em uma relação amorosa. No *fan film*, nos deparamos com os conflitos em uma relação entre criador, produto e público consumidor. Outro aspecto importante de reinterpretação é o uso da estrutura narrativa do videoclipe original para contar a história da saga cinematográfica. Em “The Star Wars that I used to know”, vemos a transformação de Anakin Skywalker em Darth Vader, principal tema da nova trilogia, a partir dos elementos gráficos criados para o vídeo original. Esses mesmos padrões geométricos também carregam a crítica quando, no fim do vídeo, o fundo por trás de Lucas está todo verde, uma referência ao *chroma key* usado para fazer os efeitos visuais tão criticados pelos fãs e pelo próprio Darth Vader no clipe.

Considerações finais

Muitas podem ser as motivações de um fã para criar novos textos. Ele pode querer se opor à narrativa base, por exemplo, porque está decepcionado ou não concorda com algum aspecto dela. Por outro lado, os fãs podem escrever apenas por prazer ou por quererem dividir aquela ideia com outros fãs.

Por contar com uma infinidade de recursos, os *fan films* representam o produto mais complexo da cultura dos fãs e o ponto mais alto que ela alcançou até hoje, apresentando características comuns a todos os objetos dessa cultura. A produção de imagens, típica da *fan art*, é utilizada para a composição dos quadros e desenvolvimento dos

storyboards. A *fan fic* serve como base para os roteiros dos filmes, assim como o *filking* pode ser utilizado para compor uma trilha ou como fonte para um videoclipe.

Como os *fan films* são baseados em produtos consagrados e voltados para um público bastante especializado, a paródia parece ser uma das melhores formas de transformar um texto de forma crítica. Como estão acostumados ao consumo repetido e excessivo de determinadas obras, os fãs acabam identificando as marcas daquele texto, pequenos defeitos que passam a incomodar, como características de uma pessoa com a qual se convive por muitos anos.

Por fim, o caso discutido acima incorpora de maneira exemplar a relação de complementaridade entre os setores da indústria cultural, pois articula em uma mesma peça a música e o cinema. E vai além. A música de Gotye não é usada somente para contar a história de Star Wars. Ela também serve como matéria-prima para representar a fala das comunidades de fãs da saga.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AKPINAR, Aynur; WENNERSTRÖM, Martin. *Emotional Ownership and the Fan Fiction Community*. Department of Business Administration of Lund University School of Economics and Management, 2006.

CURI, Pedro P.. *Fan films: da produção caseira a um cinema especializado*. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, 2010.

FELINTO, Erick. “Videotrash: o YouTube e a cultura do ‘spoof’ na internet”. *Galáxia*. v. 8, n. 16, 2008.

Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/gaxia/article/view/1911/1173>>. Acesso em: 19/03/2013.

FISKE, John. "The cultual economy of fandom". In: LEWIS, Lisa A. (org.). *The adoring audience: fan culture and popular media*, p. 30-49. Londres: Routledge, 1992.

JANCOVICH, Mark; LYONS, James (orgs.). *Quality Popular Television*. London: British Film Institute, 2003.

JENKINS, Henry. "Strangers No More, We Sing": Filking and the science fiction fan community. In: LEWIS, Lisa A. (org.). *The adoring audience: fan culture and popular media*, p. 208-233. Londres: Routledge, 1992.

_____. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

KLINGER, Barbara. *Beyond the Multiplex: cinema, new technologies, and the home*. Los Angeles: University of California Press, 2006.

LESSIG, Lawrence. *Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy*. London: Bloomsbury Academic, 2008. Disponível em: <<http://remix.lessig.org/remix.php>>. Acesso em: 05/03/2013.

PRIMO, Alex. "O aspecto relacional das interações na web 2.0". *E-Compós (Brasília)*, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/153/154>>. Acesso em: 05/03/2013

TUSHNET, Rebecca. "Copyright law, fan practices and the rights of the author". In: GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel & HARRINGTON, C. Lee. *Fandom: identities and communities in a mediated world*. New York and London: New York University Press, 2007.

"O que aconteceu com o Star Wars que eu conhecia?" O remix e a cultura participativa como forma de expressão dos fãs

Pedro P. Curi
Lucas Waltenberg

Data do Envio: 08 de abril de 2013.
Data do aceite: 18 de junho de 2013.

