

## Os circuitos e os campos sociais no processo de elaboração do Universo Expandido de *Star Wars*

Nathalia Braga de Almeida<sup>1</sup>  
Flávio Salcedo Rodrigues Moreira<sup>2</sup>  
Laíza Fernanda dos Santos Hoffman<sup>3</sup>

**Resumo:** O presente artigo objetiva a análise das teorias de circuitos e campos sociais de José Luiz Braga e de Cultura da Conexão de Henry Jenkins que tratam de termos como circulação, mediação, apropriação e propagação aplicados ao Universo Expandido corroborado por fãs da saga multibilionária transmidiática *Star Wars*, fãs estes que tem comportamentos diferenciados de outros públicos *fandom*, pois integram a saga como parte ativa de sua cultura, por essa razão se tornaram objeto desse estudo. Como embasamento teórico para estudo de caso referente à própria saga, foram utilizados o livro o Herói de Mil Faces de Campbell, que originou o processo criativo do autor George Lucas, detalhado no livro Como *Star Wars* conquistou o universo que também será pertinente ao estudo de caso. Aborda-se como conclusão que os circuitos e campos sociais auxiliam o processo de fãs para o Universo Expandido de *Star Wars*.

**Palavras-chave:** Circuitos e Campos Sociais. Cultura Participativa. *Star Wars*. Universo Expandido.

**Abstract:** This article has the objective of analyzing the theories of circuits and social fields of José Luiz Braga and of Henry Jenkins Connection Culture, which deals with terms such as circulation, mediation, appropriation and propagation applied to the Expanded Universe corroborated by fans of the transmissible *Star Wars* multibillion saga - which has different behaviors from other public fandom, because they integrate the saga as an active part of their culture, for that reason they became object of this study. As a theoretical background to the case study of the saga itself, the book *The Hero with a Thousand Faces* by Campbell was used, which originated the creative process of author George Lucas, detailed in the book *How Star Wars conquered the universe* that will also be pertinent to the study of case. It is approached as a conclusion that circuits and social fields assist the fan process for the Expanded *Star Wars* Universe

**Keywords:** Circuits and Social Fields. Participatory Culture. *Star Wars*. Expanded Universe.

### 1.Introdução

#### “Sempre em movimento está o futuro” Yoda

---

<sup>1</sup> Graduanda do 4º semestre em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda no UNASP Campus Hortolândia.

<sup>2</sup> Orientador do artigo, professor e coordenador do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do UNASP Campus São Paulo, pós-graduando na ESPM Campinas

<sup>3</sup> Orientadora do artigo, professora do UNASP Campus São Paulo.

---

A saga *Star Wars* é uma ópera espacial criada por George Lucas, o gênero cinematográfico Ópera Espacial caracteriza-se por ficção científica com ênfase no romance da narrativa que se passa no espaço, contendo conflitos entre bem e mal (SILVEIRA, 2010, p.101). O primeiro filme da saga de *Star Wars* foi lançado em 1977, arrecadando 8 mil dólares por sala em que foi exibido em seu dia de estreia, 255 mil dólares no total, valor que equivalia a uma semana de transmissão de outros filmes, sendo uma franquia transmídia desde seu início (TAYLOR, 2015). Chris Taylor menciona em seu livro *Como Star Wars Conquistou o Universo* (2015) que foi criado um termo específico para abordar os 260 romances, dezenas de contos, 180 videogames, mais de mil revistas em quadrinhos e mais de 120 escritores conectados sejam com continuação ou com novas produções da saga *Star Wars*, o Universo Expandido, como é chamado, conta com produções de seu *fandom*, personas extremamente importantes para a constante circulação de conteúdos nas redes sociais conectadas e fora delas.

Aborda-se então como questão principal a ser respondida: como os circuitos e campos sociais auxiliam o processo de elaboração do universo expandido de *Star Wars*? E para desenvolvimento mais fluído desta questão, estabelecem-se os objetivos de investigar como os circuitos e campos sociais auxiliam o processo de elaboração do Universo Expandido, investigar o processo criativo de George Lucas, estudar a contribuição cultural de fãs para o Universo Expandido e conhecer os circuitos e campos sociais que auxiliam o processo de criação entre os fãs da saga *Star Wars*. Propôs-se que os circuitos sociais normalmente são locais de circulação que anteriormente eram vistos apenas como uma passagem do emissor ao receptor, entretanto, atualmente os receptores integram esse ciclo, criando outros, transformando a linha antes conhecida como conexão social em, literalmente, um círculo que se repete, se reinventa e contribui para a integração daquele conteúdo.

Os estudos pertinentes a campos e circuitos sociais remetem a Henry Jenkins (2015) e José Luiz Braga (2012), ambos demonstraram que é crucial criar ligações entre a apropriação cultural de fãs de determinado conteúdo, neste estudo de caso especificamente da saga *Star Wars*, considerada mercadologicamente e academicamente relevante, pois é um estudo denso e profundo das teorias da comunicação que se iniciaram em 1977 (lançamento do primeiro filme *Star Wars*) até os dias de hoje, sendo que o último filme foi lançado em dezembro de 2017 e o próximo será lançado no dia

24 de Maio (Solo: Uma história Star Wars), e para alcançar estas ligações constituiu-se levantamentos bibliográficos teóricos.

## **2. Mediação, midiatização, campos, circuitos e circulação**

### **“O seu foco determina a sua realidade” Yoda**

#### *2.1 Midiatização e Mediação*

A Cultura midiática é um dos termos mais utilizados em estudos científicos com temas pertinentes à comunicação atual, abordada principalmente por José Luiz Braga, trata-se da cultura do ser humano juntamente com as mídias, e como isso afeta a vivência. As mediações se caracterizam como o “relacionamento do ser humano com a realidade que o circunda, que inclui o mundo natural e a sociedade” (BRAGA, 2012). Como exemplos de mediações são citados “a linguagem, a história de vida, a inserção de classe, as experiências práticas e o ‘mundo local’, o trabalho, a educação formal recebida, os campos sociais de inserção” (BRAGA, 2012, p.32). Antes da Indústria Cultural, não existia a percepção de relevância dos consumidores para as mediações, Jesús Martín Barbero (1980) percebeu neste cenário e adicionou o receptor a figura, por isso as mediações comunicativas de cultura passaram a dar prioridade não aos meios, e sim a transformação do comunicativo em protagonista (BRAGA, 2012).

Em complemento, insere-se outro conceito também crucial para a assimilação e aplicação: a midiatização, fator que afeta a sociedade, pois se torna referência sócio técnica- discursiva, entretanto ainda depende da oralidade e escrita como padrões de comunicação, apenas avança níveis, alterando a complexidade de tais interações, Braga também considera a midiatização como a ampliação ou o predomínio da indústria cultural sobre a sociedade, contudo, as mediações e os meios não são suficientes, é necessário um fator social, descobre-se um denominador comum: com o surgimento de novas tecnologias, como novos aplicativos, novos meios de comunicação, frequentemente ocorrem desvios de seu propósito original para um propósito social (BRAGA, 2012).

#### *2.2 Campos Sociais, circuitos e circulação*

Os campos sociais podem ser considerados grupos onde seus elementos trocam o mesmo fluxo de informação entre si, podem interagir com outros campos e quanto

---

maior sua capacidade de desviar e transfigurar as demandas externas que recebem mais autônomos são considerados (BRAGA, 2012).

Os campos sociais moldam as tecnologias para seus objetivos, ao experimentarem práticas nos meios, ao darem sentidos específicos ao que recebem e transformam e repõem em circulação, agem sobre os processos, inventam, redirecionam ou participam da estabilização de procedimentos da mediação, essa ação repercute sobre o próprio perfil do campo (BRAGA, 2012, p.45)

Contudo, esses campos têm frequentemente sido atravessados por circuitos sociais, circuitos esses que enfraquecem sua autonomia e poder sobre os indivíduos, pois oferecem alternativas substitutivas àquelas que são oferecidas pelos campos sociais, mesmo esses circuitos sendo dispersos, variados e esquivos. Com essas influências circuitais sobre os campos, tendem estes a se modificarem progressivamente, mudanças essas de sentido, modo e de interações entre eles, frequentemente criando outros campos. A partir destes conceitos é possível compreender a circulação, pois ocorre por meio das mediações, os valores simbólicos são as variáveis importantes para acontecimento da circulação, tornando-se assim os espaços de circulação em cenário para diversas interações entre produtores e receptores de conteúdo, os receptores podem se tornar frutos ou produtores de novos significados simbólicos. Os receptores em macro-ambientes compõem uma espécie de fluxo através da circulação, um fluxo que se move em apenas uma direção e não retorna, isso ocorre porque o receptor foi apresentado ao mesmo produto em diferentes ambientes e de diferentes formas, o que pode-se denominar de produto transmediático, pois não é o produto que circula – mas encontra um sistema de circulação no qual se viabiliza e ao qual alimenta (BRAGA, 2012).

### **3. Star Wars: Produtos, Fandom e Produções** **“Ensine sempre o que você aprendeu” Yoda**

O primeiro filme da saga de Star Wars foi lançado em 1977, mas o período precursor a sua criação foi denso e extenso, como mencionado anteriormente, George Lucas contou com diversas referências que moldaram sua cosmovisão para a criação do primeiro roteiro da saga, Ostrower (1977) qualifica a memória como ponto importante

para que um processo criativo ocorra, sendo que através dela são possíveis as associações, “correspondências, conjeturas convocadas à base de semelhanças, ressonâncias íntimas (...) com experiências anteriores e com todo um sentimento de vida.” Ostrower (1977, p.20). Pode-se ressaltar que George Lucas, o autor da saga Star Wars, fez uso de sua memória para criar tais associações, desde sua infância, partindo da série de ficção científica espacial Flash Gordon e chegando até o impacto da Segunda Guerra Mundial que estava em andamento naquele período, também são mencionadas diversas revistas em quadrinhos que estavam em alta na época, dando enfoque a uma específica: Guerra nos Mundos de H.G Wells, segundo Taylor (2015) muita coisa de Star Wars saiu daquela revista em quadrinhos. Um exemplo que evidencia ainda mais o poder da memória para um processo de criação, foi mencionado durante a narrativa de Taylor (2015) que enquanto nas filmagens de outro filme, passaram por rolos marcados com números tanto de Rolos (R ) como de diálogos (D), então em algum momento um dos colegas de Lucas solicitou um R2D2, como o nome lhe interessou, ele anotou em seu caderno (TAYLOR, 2015).

R2D2 é um dos personagens mais conhecidos em Star Wars, conquistou imediatamente a atenção do público em sua primeira aparição nas telas de cinema. O Herói de Mil Faces, obra de Joseph Campbell, foi crucial para o desenvolvimento deste. Ao comparar as duas obras, tornam-se nítidas semelhanças entre os mitos e conselhos apontados no Herói de Mil Faces com os personagens e muitas vezes, a escolha da ordem dos fatos em Star Wars: Uma Nova Esperança (1977).

Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes. (CAMPBELL, 1997, p.20)

A jornada do personagem principal Luke Skywalker é muito similar a essa descrição feita por Campbell. Também se identifica no decorrer das narrativas de Campbell algumas semelhanças entre ordem, roteiro e personagens.

O objetivo de George Lucas ao escrever o primeiro roteiro de Star Wars era criar uma narrativa que estava em falta nos anos 1970, uma obra cinematográfica que transmitisse bons valores e vida saudável aos jovens da época, próprio para a família, mas com enfoque nos jovens, por isso o filme é veloz do início ao fim (SILVEIRA,

2010). Um dos pontos principais do roteiro redigido por George Lucas concerne A Força, conceito que é pouco detalhado na saga inteira, existe apenas uma descrição feita em 28 palavras pelo personagem Obi Wan Kenobi a Luke Skywalker: “A Força é o que dá poder a um Jedi. É um campo de Força criado por todos os seres vivos. Ela nos cerca, nos penetra. Une a galáxia” (TAYLOR, 2015, p. 98) essa definição generalizada e vaga compara-se ao capítulo Centro do Mundo no livro de Joseph Campbell, onde ele diz:

Graça, substância alimentar, energia: esses elementos se precipitam sobre o mundo vivo e, sempre que falham, a vida se decompõe em morte. (CAMPBELL, 1997, p.22)

Após essas conexões límbicas por parte de Lucas que formaram seu processo criativo, em 1977, *Star Wars IV: Uma Nova Esperança* chegou aos cinemas, o primeiro filme da saga arrecadou 255 mil dólares em seu dia de estreia, valor que equivalia a uma semana de transmissão de outros filmes (TAYLOR, 2015). O engajamento por parte do público alcançou proporções inimagináveis, e conquistou uma legião de fãs fiéis e completamente dedicados a esse universo ficcional. Os fãs são explanados por Henry Jenkins (2006) como membros de uma subcultura que agem de forma participativa com relação aos seus produtos de adoração e contestam taticamente o formato tradicional de consumo cultural, e o espaço que esses elementos têm para expor, armazenar e distribuir as produções amadoras tem sido ampliado com a internet. Em outra definição que diz respeito às funções desses fãs, Jenkins os denomina de “intermediários autenticamente populares”, canais não oficiais que moldam o fluxo de mensagens através de sua comunidade e que podem se tornar fortes defensores de marcas ou franquias. Partindo para os fãs da saga *Star Wars*, temos a seguinte explanação de Brooker (2002):

*Star Wars* não é apenas um filme, ou uma trilogia, ou uma trilogia e duas sequências. Para muitas pessoas, incluindo a mim, é o texto cultural mais importante de suas vidas (...) é uma cultura: uma mitologia extensa e detalhada da qual eles podem retirar de olhos fechados, um grupo de personagens que podem ter sido modelos mais importantes do que seus amigos ou familiares, e um conjunto de códigos – citações, piadas internas, referências obscuras – que constitui um terreno comum instantâneo para fãs que se encontram pela primeira vez e que liga as comunidades estabelecidas em conjunto (BROOKER, 2002, p.12)

---

George Lucas optou por todos os direitos autorais de qualquer conteúdo ou material referente a *Star Wars* para sua própria empresa, *LucasFilm.inc*, uma produção do Universo Expandido precisa antes da autorização do cineasta. A grande maioria delas é licenciada pela *Lucasfilm* contanto que não modifique a história dos personagens centrais e mantenham a continuidade do trabalho envolvido, alguns dos elementos criados inclusive foram incorporados por Lucas. Essa benignidade do criador para com os fãs é amplamente demonstrada no concurso oficial de *Fan Films* de *Star Wars* que ocorre desde 2002 (SILVEIRA, 2010). Para Jenkins (2006), os *fan films* feitos sobre *Star Wars* representam a interseção de dois movimentos: a convergência da indústria de mídia e a abertura de ferramentas que permitem aos consumidores arquivar, modificar, recriar e recircular o conteúdo midiático. Silveira (2010) complementa esse pensamento ao dizer que os fãs criam muito conteúdo em formato de homenagem ao produto original, eles estão fortemente ligados à saga de uma maneira cultural fazendo com que o mesmo exerça grande influência em suas vidas e faça parte do cotidiano dessas pessoas (SILVEIRA, 2010).

Os fãs podem produzir diversos conteúdos a partir da apropriação cultural de seu objeto de adoração, para melhor compreensão de seu envolvimento, exemplificaremos alguns desses conteúdos. Em primeiro lugar temos as *fanzines*, revistas produzidas por fãs podendo ser tanto impressas quanto digitais, atualmente assumem em sua maioria o formato digital, e isso facilita o acesso. Então temos as *fanfictions*, as mais conhecidas entre fãs e mais produzidas também, juntamente com os *fan films*, antigamente essas narrativas dos fãs eram inseridas nas *fanzines*, entretanto no cenário atual existem sites próprios para a inserção desse material, já os *fan filmes* são filmes criados por fãs que podem tanto expandir a narrativa do produto original quanto se manter na mesma narrativa. Esses três tipos de divulgação de conteúdo apropriado são os mais comuns entre *fandons*, mas também existem outros tipos como: *fan art* (arte de fã), *fansubbing* (legendas feitas por fãs), *spoilling* (ato de propagar informações ainda não reveladas sobre futuros acontecimentos do produto original) e clipes musicais (SILVEIRA, 2010).

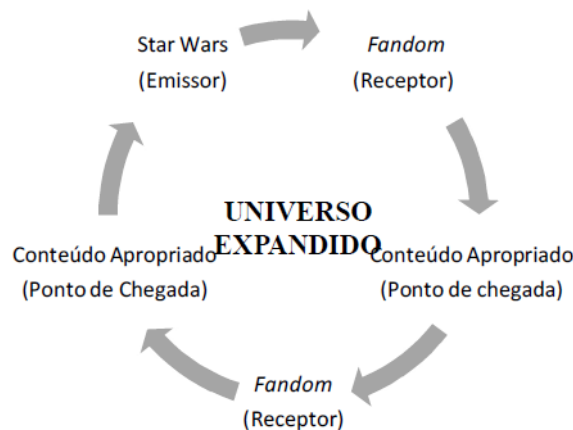
O Universo Expandido de *Star Wars* trata dos produtos licenciados oficialmente além dos seis longa-metragens, podem expandir a narrativa contada nos filmes trazendo histórias de acontecimentos pré e pós-filmes (SILVEIRA, 2010). Este universo é tão vasto porque a *Lucasfilms* foi uma das primeiras empresas a divulgar seus filmes diretamente ao *fandom* por meio da internet.

Em 1998, na mesma tarde em que o trailer chegou às salas de exibição, fãs da saga gravaram o material, digitalizaram e disponibilizaram para download na Internet, muito antes de existirem sites de compartilhamento para download na Internet, muito antes de existirem sites de compartilhamento de vídeos como o *You Tube*. (SILVEIRA, 2010, p.110)

Após esse acontecimento detalhado por Johnston, a Lucasfilms liberou o trailer online, o que aqueceu a circulação por meio de fãs. Tiezman (2003) cita seis modelos mais comuns de produções de fan films: duelos de sabres de luz, paródias, trailers falsos, conflito entre bem e mal, criação de personagens novos e histórias “a sério”. A partir desse esclarecimento acerca da saga de Star Wars e seu *fandom*, é conveniente analisar os circuitos e a circulação que ocorrem e auxiliam os processos de corroboração de fãs para o Universo Expandido, a circulação é, então, “transformada em lugar no quais produtores e receptores se encontram em jogos complexos de oferta e reconhecimento” (NETO, 2010, p. 11).

#### 4. Star Wars e o Processo de Circulação “Faça ou não faça. A tentativa não existe” Yoda

Para o universo expandido de Star Wars pode-se considerar o seguinte organograma mediático:



**Figura 1. Organograma mediático de circulação no universo expandido de *fandom***

Fonte: Criada pelos autores

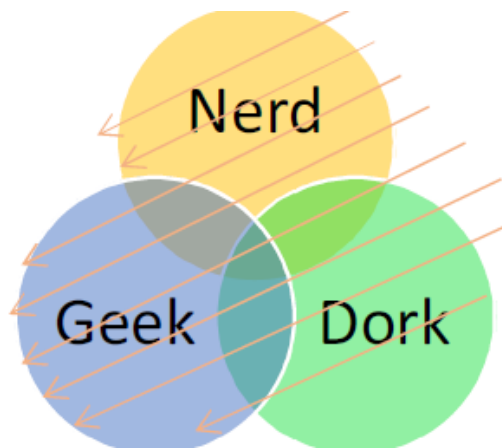
Sendo o filme Star Wars o emissor, e seu *fandom* receptores que formam novos pontos de chegadas para que o fluxo seja contínuo e ininterrupto, se repetindo, formando o Universo Expandido por parte do *fandom* de Star Wars. Braga (2012),



afirma que com a inserção do receptor na figura na mediação, criam-se blocos de resistência, entretanto Silveira (2010) contrapõe esse pensamento ao dizer que o *fandom* de Star Wars, que se caracteriza como receptor, não oferece resistência por não enxergar a mídia como uma força dominadora, mas sim como a fonte de seu divertimento e entretenimento, como a força citada anteriormente em 28 palavras por Obi-wan Kenobi, força que une todos os elementos, os penetrando, a produtora das apropriações do *fandom* em novos pontos de chegada, e ao mesmo tempo em que se alimenta dessa força, estas personas procuram brechas para sua participação e estabelecem às empresas a sua presença e sua nova forma de consumir (SILVEIRA, 2010).

O componente social que auxilia essas mídiatizações é a propagabilidade citada por Jenkins (2012) em *Cultura da Conexão*, o fato desses receptores compartilharem o conteúdo recebido pelo emissor por motivos próprios compõe o sistema de circulação interacional, no qual a circulação se torna o espaço de reconhecimento e desvio decorrente da apropriação. E são múltiplas as possibilidades de circulação, levando em consideração que o fluxo de circulação Star Wars é resultado do mesmo produto divulgado e fornecido em diferentes ambientes e de diversas formas, por ser um produto transmidiático.

Para melhor visualização foram escolhidos campos sociais específicos, organizados da seguinte maneira:



**Figura 2 – Circuitos do Universo Expandido atravessando campos sociais**

Fonte: criada pelos autores

Os três campos sociais acima são muito similares um ao outro, muitas vezes se integrando e trocando informações, entretanto tem suas diferenças sociais pré-estabelecidas por campos externos, segundo Matos (2011, p.4):

O termo “geek” aparece como sinônimo de nerd, mas sem a conotação pejorativa, e também como uma espécie de subgrupo. É usado mais frequentemente para designar jovens avidamente interessados em tecnologia, computadores, gadgets, etc (...) o termo “dork” também é utilizado, mas de maneira bem mais pejorativa, designando apenas os nerds mais anti-sociais, beirando a misantropia.

As linhas que os cortam são os circuitos sociais, circuitos de conteúdo criado pelo *fandom* de Star Wars que provém de um campo social próprio do Universo Expandido. O Universo Expandido pode ser considerado então um campo dos media, cuja legitimidade expressiva é cedida de outros campos sociais, como os descritos acima, e que está estruturado e funciona segundo os princípios da estratégia de composição dos objetivos e interesses destes campos, estão disseminados ao invés de delimitados a espaços ou momentos separados. O campo dos media pode utilizar informações antigas inesgotáveis e abre espaço ao público, frequentemente até criando serviços especiais para esses públicos (BRAGA, 2012).

#### **4. Considerações Finais**

##### **“Que a força esteja com você!” Yoda**

Os processos criativos são responsáveis por incitar a propagabilidade por meio de *fandoms*, esses processos que necessitam de sensibilidade, memória e associações para ocorrer, e em alguns momentos conflitos pessoais (OSTROWER, 1997). A circulação de um produto entre emissor e receptor depende desses processos criativos, frequentemente o receptor se apropria do conteúdo recebido pelo emissor e o transforma, recria, ou cria algo novo para lançar novamente para a circulação.

Em Star Wars, o processo criativo foi de suma importância e de grande extensão, utilizou o ser sensível, a memória, realizou associações e foi finalizado em um momento de conflito da vida de George Lucas, portanto a teoria de Criatividade e Processos de Criação de Ostrower (1997) se aplica a esse estudo. Uma das bases utilizadas por George Lucas para a criação do primeiro roteiro de Star Wars, foi o livro O Herói de Mil Faces de Joseph Campbell, o livro retrata os maiores mitos e arquétipos da história

da humanidade, oferecendo uma espécie de roteiro para a jornada de um herói, ao analisar ambas as obras, *Star Wars* e o *Herói de Mil Faces* (1977), percebe-se semelhanças claras entre artifícios utilizados por Lucas e os mitos esclarecidos por Campbell, principalmente na criação dos personagens principais e da Força, elemento que rege todo o universo criado pelo autor.

O *fandom* atual de *Star Wars*, considera a saga como uma cultura, uma variável ativa em suas vidas e demonstra isso diariamente, agindo de modo participativo, e seu objeto de adoração permite esse tipo de participação contanto que sigam algumas regras especificadas criadas por George Lucas e pela *LucasFilm.inc*. Partindo desse pressuposto a figura de circulação se altera, se tornando o espaço de reconhecimento e desvio por conta das apropriações realizadas.

O Universo Expandido de *Star Wars* é considerado um campo dos media, pois suas características são cedidas de outros campos sociais, é um campo disseminado e não delimitado, os circuitos sociais realizados por apropriações culturais desse Universo Expandido atravessam diversos campos sociais e a circulação decorrente da saga *Star Wars* obtém seu próprio campo.

Logo, George Lucas, como emissor ou ponto de partida, seu *fandom* como receptor e a partir daí a apropriação e criação de novos conteúdos é considerada um ponto de chegada ou um novo emissor, que repete o circuito infinitamente dando origem ao campo social do Universo Expandido. Torna-se importante a partir deste estudo, o aprofundamento das teorias de campos sociais que o Universo Expandido de *Star Wars* atinge com seu *fandom*, explicitando a importância do receptor para a nova figura de circulação de conteúdos entre campos sociais.

## REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. **Mediação & Mdiatização. Salvador: EDUFBA**, p. 31-52, 2012.

BROOKER, Will. **Using the force: creativity, community and *Star Wars* fans**. New York: Continuum, 2002.

CAMPBELL, Joseph. **Herói de Mil Faces, O**. Cholsamaj Fundacion, 2004.

CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990

---

FISKE, J. The Cultural Economy of Fandom. In: LEWIS, L. **The adoring audience:** fan culture and popular media. London: Routledge, 1992

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** Aleph, 2015.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação.** 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1977. 187 p. Disponível em: <[http://www.mariosantiago.net/textos\\_em\\_pdf/criatividade\\_e\\_processos\\_de\\_criacao.pdf](http://www.mariosantiago.net/textos_em_pdf/criatividade_e_processos_de_criacao.pdf)>. Acesso em: 01 out. 2017.

SILVEIRA, Stefanie Carlan da. **A Cultura de Convergência e os Fãs Star Wars: Um Estudo Sobre o Conselho JEDI RS.** 2010. 205 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25129/000752300.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 03 out. 2017.

TAYLOR, Chris. **Como Star Wars Conquistou o Universo: O passado, o presente e o futuro da franquia multibilionária.** São Paulo: Aleph, 2015. 596 p.

TIETZMANN, Roberto. Dois caras numa garage: o cinema alternative dos fãs de Guerra nas Estrelas. **Sessões do Imaginário.** Porto Alegre: Famecos/ PUC-RS, maio de 2003.