

#ReleaseTheSnydercut: Uma cartografia sobre o ativismo dos fãs de "Liga da Justiça" de Zack Snyder

Isabella Ladislau Placeres¹

Resumo:

Este artigo analisa o movimento #ReleaseTheSnydercut, iniciado em 2017, por fãs do diretor Zack Snyder e da DC Comics, e suas implicações sob a ótica do estudo da cultura de fãs. Utilizando o método cartográfico, foi possível mapear o comportamento dos fãs que levou ao lançamento da versão do cineasta em 2021. Ao longo do processo, foram consultados sites de notícias e de fãs, redes sociais e entrevistados que fizeram parte da mobilização. A partir dos caminhos seguidos, foi possível perceber que a fanbase se engajou por diferentes motivos e em diferentes intensidades: (1) pela materialidade das ações; (2) pelo ativismo em prol da luta pela prevenção ao suicídio; (3) e pela identificação com a visão artística de Zack Snyder.

Palavras-chave: cultura de fãs; ativismo de fãs; movimento de fãs; Zack Snyder; Liga da Justiça

Introdução

Em 2017, dois eventos marcaram a vida do diretor de cinema estadunidense Zack Snyder: o suicídio de sua filha mais velha, Autumn Snyder, de 20 anos, e seu afastamento da produção de *Liga da Justiça* para lidar com a perda. A pós-produção do filme ficou sob a supervisão de Joss Whedon, responsável, dentre outros, pelos filmes *Vingadores* e *Vingadores: A Era de Ultron*, colocado como um “apoio” a Snyder. No entanto, no processo, realizou refilmagens e mudanças no roteiro após a saída do primeiro diretor.

¹Isabella Ladislau Placeres é estudante do curso de Jornalismo e pesquisadora do Centro Interdisciplinar de Pesquisa, CIP, da Faculdade Cáspier Líbero. Email: placeresisabella@gmail.com

O resultado das alterações foi visto nos cinemas dia 16 de novembro de 2017. O filme recebeu críticas de fãs que não reconheciam o trabalho de Snyder, anteriormente visto em *Homem de Aço* e *Batman vs Superman: A Origem da Justiça*, no filme de super heróis da DC Comics. Enquanto a produtora Warner Bros. esperava uma arrecadação de, pelo menos, US\$ 750 milhões² para cobrir os gastos de orçamento e marketing, o filme obteve US\$ 278 milhões em seu primeiro fim de semana em cartaz. Além disso, a avaliação da crítica no site Rotten Tomatoes³ ficou em 39%, contra 67% de aprovação da audiência.

O longa-metragem foi desaprovado por quem simpatizava com o universo criado por Snyder. Poucos dias após o lançamento de *Liga da Justiça*, espectadores começaram a pedir a exibição da versão do diretor nas redes sociais, em especial o Twitter, em sites e até protestos. Uma petição em prol do lançamento foi criada em 11 de novembro de 2017 e rodou a internet, obtendo 178.937 assinaturas⁴. Deste modo, surgiu um movimento de fãs descentralizado reunidos ao redor da hashtag #ReleaseTheSnydercut.

O movimento carregou consigo duas bandeiras: o lançamento da versão do diretor e a luta na prevenção ao suicídio. Ambas foram alcançadas: a Warner Bros. estreou o *Zack Snyder's Justice League* em maio de 2021 através da plataforma HBO Max, enquanto os membros do movimento arrecadaram mais de 600 mil dólares para a American Foundation for Suicide Prevention (AFSP)⁵, de acordo com a organização.

Este artigo estuda as movimentações realizadas pelos fãs tanto em prol da versão do diretor, quanto na contribuição para a luta contra o suicídio, desde seu surgimento, em 2017, até o lançamento do filme, em 2021.

O objetivo da pesquisa é delinear o ativismo dos fãs do *Liga da Justiça* de Zack Snyder dentro do movimento. Diferente de outras mobilizações de grupos de fãs, a "fanbase", que reivindicam a renovação de séries, o *reboot* ou *remake* de histórias já existentes, ou novas produções dentro de universos fictícios, o *Release The Snydercut* obteve sucesso em dois propósitos, tornando-o um movimento particularmente interessante na pesquisa sobre cultura de fãs.

² Informação do jornal The Independent publicada em: <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/liga-da-justica-por-que-bilheteria-de-us-278-milhoes-considerada-um-fracasso-22093457>

³ https://www.google.com/url?q=https://www.rottentomatoes.com/m/justice_league_2017&sa=D&source=docs&ust=1701999363562180&usg=AOvVaw0jiXAVS7knpN9YuDAF5EE1

⁴ <https://www.google.com/url?q=https://www.change.org/p/warner-bros-zack-snyder-s-director-s-and-tom-holkenborg-s-score-for-home-release-e90fef07-11c6-4a9a-9ae8-375c7717dafa&sa=D&source=docs&ust=1701999363564812&usg=AOvVaw3sjbUmYzGjnnqt16iZN0oo>

⁵ <https://www.google.com/url?q=https://www.nbcnews.com/pop-culture/movies/how-unprecedented-fan-campaign-powered-zack-snyder-s-cut-justice-n1261216&sa=D&source=docs&ust=1701999556335275&usg=AOvVaw3lp2E-bCjT04xePrbGgzW4>

Foi utilizado o método cartográfico a fim de mapear as principais movimentações do *Release The Snydercut* de 2017 até 2021. Desta forma, foram identificadas algumas das estratégias utilizadas pela fanbase para que tais eventos ocorressem, considerando que o movimento se deu por várias iniciativas com objetivos comuns. Como salienta Virgínia Kastrup (2008, p. 469), o método cartográfico serviu para “acompanhar um processo, e não representar um objeto”. A escolha desta metodologia será desenvolvida na primeira parte deste texto.

Nesse mapeamento, foram realizadas entrevistas com fãs, análise de páginas da *fanbase*, perfis e publicações em redes sociais e informações de sites de notícias. A partir disso, montou-se um mapa com os momentos mais proeminentes do movimento: “tuitaços”, *watch parties*, aluguel de outdoors e aviões e doações em massa, entre outros. Na sequência, foi feita uma análise qualitativa dos itens que caracterizaram a mobilização a partir das categorias de materialidade, engajamento identitário e cultura de fãs.

Este texto se divide em cinco partes: a primeira aborda a metodologia escolhida para a realização da pesquisa; a segunda conta a história do movimento; a terceira explica o conceito de materialidade inserido na mobilização de fãs do *Release the Snydercut*; a quarta relaciona o engajamento identitário à luta de prevenção ao suicídio; e a quinta explora a figura do fã como um ser participativo dentro deste movimento.

Metodologia

A metodologia escolhida para este artigo é a cartografia, que propõe seguir diferentes pistas a fim de mapear o objeto. O *Release The Snydercut* foi um movimento descentralizado que se deu por diversas iniciativas ao redor do mundo. Esta característica se relaciona com o conceito de rizoma de Deleuze e Guattari exposto no texto de Nísia Rosário e Adriana Coca (2018), que tem como um de seus princípios a cartografia. Assim, a pesquisa acompanha o movimento de fãs em diferentes linhas rizomáticas, configurando um mapa das mobilizações.

A dinâmica proposta pelo método permite a análise do objeto através de diferentes fontes de informações. Aqui foram utilizados sites de fãs, entrevistas com fãs, redes sociais e sites de notícias. Desta forma, foi possível atingir uma visão mais generalizada do que ocorreu, obtendo um panorama do *Release The Snydercut* e um mapa aberto e conectável em suas dimensões (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 22).

A pesquisa começou com o acesso a sites de notícias focados no universo geek e na cultura pop, como Omelete, Jovem Nerd, Insider e Variety. Este primeiro contato traçou uma

linha do tempo da sequência de acontecimentos, permitindo identificar pessoas, sites e mutirões relacionados ao *Release The Snydercut*. Os links inseridos nas publicações consultadas traçaram o caminho para as redes sociais, onde foi possível encontrar contas de fãs envolvidos na mobilização.

A busca concentrou-se no Twitter (atual X), plataforma que os apoiadores de Zack Snyder utilizaram no período entre 2017 e 2022 para se mobilizar e cobrar uma resposta da Warner Bros. Vale destacar que o diretor de cinema é embaixador de outra rede, Vero, na qual possui forte presença e mantém uma comunicação constante com os fãs. Apesar disso, a fanbase foi ativa na rede social de Elon Musk pela possibilidade de alcançar mais pessoas, funcionando para a convergência entre os agentes ao redor do mundo durante o *Release The Snydercut*.

Foram encontrados perfis ativos durante o movimento, como o @RTSnyderCut, que credita 13 pessoas em seu tuíte fixado pelas ações em prol do lançamento do filme. Além disso, nesta conta foi possível encontrar o site <https://www.forsnydercut.com/>, que ressalta alguns dos momentos da mobilização e agradece aos “pilares do movimento” em uma “parede de heróis”. Nele, foi possível entender o que impulsionou o comportamento da fanbase e porque insistiram no lançamento do filme, com fanarts, artigos de opinião e relatos de fãs.

Buscou-se seguir as quatro variedades da atenção do cartógrafo descritas por Virgínia Kastrup (2007) como forma de garantir o rigor da análise: o rastreio, que promove o primeiro contato e abertura para com o objeto; o toque, que identifica os pontos sobressalentes, aprimorando a seleção; o pouso, que percebe os pontos de intensidade, rupturas, repetições e desvios identificados; e o reconhecimento atento, na qual é preciso traçar um paralelo entre as evidências da pesquisa e os aspectos teóricos. Desta última fase, Rosário e Coca (2018) concluem que:

Para um estudo chegar ao patamar do reconhecimento atento, com a criação dos platôs ganhando forma e movimento, significa que o caminho teórico também está sendo traçado e que no trajeto o cartógrafo-pesquisador direcionou o funcionamento da atenção à teoria e ao empírico.

Após um rastreio nas redes sociais e em sites, algumas pessoas encontradas na página de fãs e na pesquisa preliminar nos sítios de notícias foram ouvidas para este texto. No total, foram cinco entrevistas, que contribuíram para a construção de uma linha do tempo do *Release The Snydercut*, bem como relataram sua vivência e opinaram sobre o movimento.

As entrevistas têm ligação direta com o método cartográfico, que propõe “construir um conhecimento com os participantes e não o conhecimento a partir deles” (ROSÁRIO; COCA, 2018, p. 39). Desta forma, buscou-se incluir pessoas com diferentes participações e contribuições na fanbase, de maneira a representar este grupo de fãs descentralizado, identificar as semelhanças e as diferenças nas experiências individuais.

A escolha das fontes foi fruto de encontros com pistas no decorrer do percurso metodológico, conforme as ideias de Costa (2014) explicitadas por Márcia Sousa e Guilherme Oliveira (2022, p. 11). Todas elas têm uma contribuição para a pesquisa, mas acompanhando a natureza do método cartográfico, foi necessário seguir pistas, mesmo que ao acaso, para formar o presente mapa.

O cartógrafo não deve se preocupar em entender, explicar ou revelar a realidade que pesquisa, mas em participar dela, “embarcar“ em seus territórios existenciais, o que exige dele sensibilidade para acolher o fluxo de intensidades que produzem sentidos, mas que também podem desconstruí-los (SOUSA; OLIVEIRA, 2022, p. 11)

Este fator se acentua no *Release The Snydercut*, visto que a mobilização de fãs foi organizada, majoritariamente, em redes sociais. O ambiente digital compartilha com o método cartográfico o aspecto de “encontro inesperado”, pois está em constante mudança. Não à toa, uma matéria de jornal com quatro parágrafos possui links, vídeos, fotos e posts embedados - ou seja, uma informação leva a outra, criando um fluxo intenso de dados. A experiência da hiperconectividade envolve múltiplas conexões e bifurcações (ALBUQUERQUE; HENNIGEN; FONSECA, 2017, p. 5) e a cartografia busca acompanhar estes processos.

Outra característica do método cartográfico é sua aproximação com a subjetividade. Questiona-se a separação entre objetividade e subjetividade, visto que a heterogeneidade presente nele é incompatível com generalizações, e a experimentação se faz necessária (BARROS; BARROS, 2013).

O agenciamento nesta mobilização se faz presente pelas ações de fãs, seja arrecadando fundos para a luta contra o suicídio ou apoiando o diretor em seus projetos, entre outras ações que serão descritas mais adiante. O objeto - aqui representado pela figura de Zack Snyder e sua versão do *Liga da Justiça* - recebe o envolvimento direto dos sujeitos, que se articulam estrategicamente para alcançar seus objetivos, conforme descrevem Prado Filho e Teti em seus conceitos expostos no texto de Márcia Sousa e Guilherme Oliveira (2022, p. 6).

Dado este contexto, a cartografia possibilita o acompanhamento destas jornadas individuais e subjetivas como forma de construir uma visão mais generalizada do objeto. Como concluem Sousa e Oliveira:

A Cartografia por sua vez, seria uma estratégia do pensamento rizomático capaz de reconhecer as dimensões e alcances dos agenciamentos na produção de subjetividades e de inventar – pelas vias da sutileza e da organicidade dessas mesmas estruturas e relações – caminhos e trajetos capazes de produzir rupturas, desterritorializações e reversões em seus modos de operação (SOUSA; OLIVEIRA, 2022, p. 7).

Por tratar-se de um movimento complexo e nichado, seria impossível entendê-lo plenamente sem uma descrição detalhada do ocorrido. Antes de entender os motivos pelos quais os fãs se envolveram no *Release The Snydercut*, é importante conhecer a história de bastidores que originou a mobilização.

Cronologia

Zack Snyder foi escolhido pela Warner Bros. para arquitetar o Universo Cinematográfico da DC diante do sucesso da Marvel nos cinemas. Após dirigir os filmes *Homem de Aço* e *Batman vs Superman: A Origem da Justiça*, era o momento de levar a equipe de super heróis mais famosa dos quadrinhos para as telonas: *A Liga da Justiça*.

Batman vs Superman e *Esquadrão Suicida* (dirigido por David Ayer) dividiram opiniões: o segundo, pelo “resultado decepcionante de uma história atrapalhada, personagens superficiais e uma direção desconjuntada”, como descrito no site Rotten Tomatoes⁶; já o primeiro foi criticado pelo “tom sério e escuro”, diferente dos filmes da concorrência, apesar dos fãs discordarem da crítica.

Isso fez com que o quadrinista Geoff Johns, presidente da DC Films, e o executivo Jon Berg supervisionassem o projeto do *Liga da Justiça*, buscando um meio-termo entre a versão do diretor e as demandas do estúdio. Neste contexto, mais uma pessoa foi inserida na produção pela Warner Bros.: Joss Whedon, diretor de *Vingadores* e *Vingadores: A Era de Ultron*, da Marvel Studios⁷.

⁶https://www.google.com/url?q=https://www.rottentomatoes.com/m/suicide_squad_2016&sa=D&source=docs&ust=1701999363568778&usg=AOvVaw2lwbX1aFollRmjCAGrFiXn

⁷ <https://www.google.com/url?q=https://www.omelete.com.br/dc-comics/zack-snyder-jornada-snyder-cut-liga-da-justica&sa=D&source=docs&ust=1701999363568560&usg=AOvVaw0eDLA0aY6WFoY-xwSBMeU8>

Em março de 2017, Autumn Snyder, filha mais velha do diretor, cometeu suicídio após uma batalha contra a depressão. Apesar disso, Zack e Deborah Snyder, sua esposa e produtora do *Liga da Justiça*, seguiram trabalhando. Ao *The Hollywood Reporter*, ele explicou, ao lado da companheira: "Na minha cabeça, pensei que seria algo catártico voltar ao trabalho, para me enterrar e ver se havia uma maneira de continuar".

No entanto, dois meses depois, em 22 de maio de 2017, foi anunciada a saída de Snyder do projeto. Whedon assumiu a cadeira de diretor e, segundo a reportagem do jornal estadunidense, faria a “pós-produção e gravação de eventuais cenas adicionais”. Ele refilmou cerca de 70% do filme e alterou o roteiro. O resultado financeiro, como indicado no início deste texto, foi decepcionante. As críticas também foram negativas, com 67% de aprovação da audiência no Rotten Tomatoes e 6.1 pontos no Metacritic⁸.

Em 21 de novembro, o perfil do Twitter *MoviesThatMaher* publicou, pela primeira vez, a hashtag #releasethesnydercut - "liberem o corte do Snyder", em tradução livre. No mesmo mês, um grupo de apoiadores elaborou uma petição para o lançamento e, em dezembro, foi anunciada a criação do site *ForSnyderCut.org*. Era o começo da mobilização de fãs em prol do lançamento do *Zack Snyder's Justice League*.

Treze pessoas se reuniram em frente aos estúdios da Warner Bros. como forma de protesto em favor da liberação do corte do diretor em janeiro de 2018. Neste mesmo ano, Snyder começou a se envolver no movimento, publicando artes de seus personagens cortados da versão de 2017 e trechos de sua versão. Jason Momoa, ator que interpreta Aquaman no filme, disse à MTV que gostaria de ver o Snydercut em uma entrevista de dezembro de 2018.

Em março de 2019, foi fundada a conta @RTSnyderCut no Twitter, dedicada à mobilização. Neste mesmo ano, fãs do diretor promoveram tuitaços: em julho, planejaram um envio de cartas massivo à CEO da Warner Bros., Ann Sarnoff; em 17 de novembro, realizaram 500 mil tuítes em menos de 24 horas, obtendo o apoio de Gal Gadot, Ben Affleck e Ray Fisher, respectivamente Mulher Maravilha, Batman e Ciborgue no filme. Além disso, fãs angariaram fundos para divulgar o movimento na Times Square durante a New York Comic-com, mostrar a hashtag “*Release The Snydercut*” na FA Cup – e doaram metade do dinheiro para a *American Foundation for Suicide Prevention (AFSP)*.

Durante a San Diego Comic-Con (SDCC) de 2019, membros do movimento conseguiram arrecadar dinheiro para alugar um avião que voou ao redor do centro de

⁸ <https://www.google.com/url?q=https://www.metacritic.com/movie/justice-league/?ftag%3DMCD-06-10aaa1c&sa=D&source=docs&ust=1701999363568220&usg=AOvVaw3j08Wf-mcCR8e5T3JB0Vd7>

convenções por duas horas com um banner, além de um outdoor na estrada para San Diego; um anúncio no The Hollywood Reporter da semana e um mural publicitário em uma parada de ônibus do outro lado da rua do Tribunal de Justiça.

Em maio de 2020, Henry Cavill, ator do Superman, anunciou que o *Snydercut* seria estreado. O filme seria disponibilizado na HBO Max, plataforma de streaming da Warner Bros., lançada neste mesmo mês nos Estados Unidos. O projeto foi detalhado durante o DC Fandome, evento da DC Comics que contou com a presença dos protagonistas e do diretor. Em junho, o mundo pôde ver o primeiro teaser do filme - dedicado à Autumn.

Neste período, a imagem do estúdio, que já estava manchada por tentar boicotar Snyder, ficou ainda pior: Ray Fisher e Gal Gadot denunciaram Joss Whedon por comportamentos abusivos⁹ e racistas¹⁰ no set de *Liga da Justiça*. Michelle Trachtenberg¹¹ e Sarah Michelle Gellar, atrizes da série *Buffy - A Caça Vampiros* apoiaram as vítimas e endossaram as denúncias feitas ao diretor escolhido pela Warner Bros.

Apesar da imagem fragilizada do estúdio, o *Zack Snyder's Justice League* foi um sucesso: lançado em 18 de março de 2021, ele foi o quarto filme mais transmitido em 2021, segundo a Diesel Labs¹². Dados da Home Brew Agency indicaram que o longa acumulou 34,7 bilhões de impressões nas redes sociais¹³. Além disso, um balanço do Twitter mostrou que ele foi o filme mais comentado no Brasil em 2021¹⁴.

A partir de agora, começaremos a análise de alguns dos pontos encontrados no artigo.

Materialidade

Nos cinco anos até que a versão de Zack Snyder do *Liga da Justiça* fosse lançada, a fanbase realizou diversas movimentações para chamar atenção para a causa. A partir das entrevistas realizadas, pôde-se perceber alguns aspectos da materialidade nesta mobilização, discutida por Adriana Amaral e Giovana Santana Carlos (2016).

⁹ <https://www.google.com/url?q=https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2020/12/18/liga-da-justica-gal-gadot-diz-que-denunciou-whedon-a-chefes-da-warner.htm&sa=D&source=docs&ust=1701999363569733&usg=AOvVaw0VhWRweWbKT62P1wqYJqvU>

¹⁰ <https://www.google.com/url?q=https://www.uol.com.br/splash/noticias/2020/10/29/ray-fisher-conversas-racistas-liga-da-justica.htm&sa=D&source=docs&ust=1701999363569158&usg=AOvVaw3ipf1zoX8GzcpNSHEGV36B>

¹¹ <https://www.google.com/url?q=https://www.uol.com.br/splash/noticias/2021/02/12/atriz-de-buffy-acusa-joss-whedon-de-comportamento-nao-apropriado-no-set.htm&sa=D&source=docs&ust=1701999363570403&usg=AOvVaw1VxFVhuanzJddjf7SS4y3t>

¹² <https://snydercutbr.com/liga-da-justica-de-zack-snyder-liderou-o-streaming-de-2021/>

¹³ <https://snydercutbr.com/os-verdadeiros-numeros-do-snyderverse/>

¹⁴ <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/12/09/twitter-divulga-assuntos-mais-comentados-no-brasil-em-2021.ghtml>

A princípio, os fãs elaboraram um site pedindo pela liberação do *Snydercut*, enquanto um grupo de 13 pessoas realizou um protesto pacífico na frente da Warner Bros. Burbank, em Los Angeles. Depois, a pluralidade de iniciativas expandiu o movimento de caráter global, não sendo possível atribuir a apenas um grupo o crédito pelos feitos.

Eric Blake, criador de histórias em quadrinhos entrevistado para a pesquisa, destacou sua atuação no *Project Comic-Con* (Projeto Comic Con):

Foi durante a San Diego Comic Con. Nós arrecadamos recursos para: 1) um avião com banner que sobrevoou o centro de convenções por duas horas seguidas; 2) um outdoor na estrada para San Diego; 3) um anúncio no *The Hollywood Reporter* daquela semana; e 4) um mural de publicidade cobrindo a parada de ônibus do outro lado da rua do Tribunal de Justiça de San Diego. 50% de toda a arrecadação foi para a AFSP.

Por sua parte, a ilustradora Szilvia (@MekareMadness, no Twitter), entrevistada, comentou sua participação em um evento seriado que incluía *watchparties* dos filmes *Homem de Aço*, *Batman vs Superman*, *Esquadrão Suicida* e *Mulher Maravilha*. Para a exibição do último longa-metragem, ela teve a ideia de criar a campanha “5for5”, na qual internautas mostraram suas cinco cenas favoritas da heroína da DC Comics e doaram 5 dólares para a *American Foundation for Suicide Prevention*.

Esses fatos podem ser interpretados a partir do que Amaral e Carlos (2016, p. 7) falam sobre a importância dos objetos dentro de movimentos de fãs. As autoras apontam que “o aspecto físico, tangível, desses objetos em geral é esquecido ou aparece apenas como pano de fundo ou como caráter ilustrativo”, quando, na realidade, podem servir como uma importante ferramenta para compreender a construção da identidade dos fãs. Ou seja, a materialidade é colocada em destaque.

No caso do *Release The Snydercut*, pode-se considerar os feitos dos fãs como objetos construtores, de modo que “possibilita uma forma específica e reveladora de estudar fandoms em suas dimensões performáticas”. As conquistas enumeradas por Blake caracterizam a mobilização gerada pelos apoiadores e a diferenciam das demais, ou seja, a materialidade é central para a identificação. Os objetos são os produtores de sentido. Como explicam as autoras, a relação “também se concentra na relação entre humano e objetos, mas não parte do humano, porém do próprio objeto para pensar sentidos e significados e, conseqüentemente, cultura (AMARAL; CARLOS; 2016; p. 8)

Em relação à questão performática abordada por Amaral e Carlos, cabe destacar as proporções dos eventos – um avião, uma parada de ônibus e um outdoor, por exemplo. Isto

mostra este aspecto nos atos do fandome, que busca, justamente, chamar a atenção para sua causa. Outro exemplo disso é a exibição da hashtag durante uma partida entre Middlesbrough e Tottenham na *The Football Association Challenge Cup*, mais conhecida como FA Cup, a competição de futebol nacional mais antiga do mundo.

É significativo ressaltar que essa performance do gosto torna-se um objeto na cultura digital. Amaral e Carlos destacam a importância deste ambiente na questão da materialidade, indicando que isso acontece de duas formas: por meio da apresentação do gosto tecnologicamente mediado e em relação à cultura pop. As autoras abordam o papel da segunda como mediadora do gosto, na medida em que promove uma “intensa disseminação de materialidades do gosto nos sites de redes sociais e sua ampla viralização por meio dos conteúdos produzidos por fãs”.

Sobre a viralização, cabe mencionar que o *Release The Snydercut* esteve, por mais de uma vez, entre os Assuntos do Momento do Twitter. Os tuitos foram comuns durante o movimento e eram outra forma de trazer luz às causas que defendiam. André Guilherme, fundador do site Snydercut BR e entrevistado para esta pesquisa, indica que conforme recebiam novas informações sobre o corte de Zack Snyder, os fãs organizavam estas manifestações online: “Todas as dicas que ele [o diretor] dava, os fãs começaram a usar. Por exemplo: se o tempo do filme é de 214 minutos [na versão que iria ao cinema em 2017], então começaremos a subir a tag mundialmente às 2h14 no horário local. A gente tinha uma organização assim”.

Além disso, em 17 de novembro de 2019. Naquele dia, a hashtag alcançou a marca de 500 mil tuítes, contando com a publicação de atores do filme, como Ben Affleck, Gal Gadot e Ray Fisher, além do próprio Zack Snyder. Diane Nelson, presidente da DC Entertainment de 2009 a 2018, também tuitou em apoio à causa - inclusive, pela influência de um fã do universo criado pelo diretor. O tuitos, ou a viralização, parece atuar como um objeto construtor da identidade desta fanbase.

Por fim, vale caracterizar as doações como mais uma materialidade dos fãs, visto que um dos objetivos do *Release The Snydercut* era apoiar a questão da prevenção ao suicídio. Szilvia teve a iniciativa de incluir o ativismo em um evento de *watchparties* do universo DC. Já Eric Blake indica que, depois do *Project Comic-Con*, tornou-se uma regra que qualquer esforço de arrecadação dos fãs doaria 50% do montante para a AFSP.

Um segundo aspecto é a construção de identidades, como veremos no próximo item.

Engajamento identitário

A luta pela prevenção ao suicídio foi uma das principais bandeiras carregadas pelo movimento e, para além da questão das materialidades, constrói a identidade dos fãs do *Snydercut* através do engajamento relativo à causa social. Com base no pensamento de Stuart Hall, Andressa Souza e Helena Martins (2012; p. 2) argumentam que “na perspectiva de que os fãs produzem cultura, é possível afirmar que eles também geram identidades”.

As experiências narradas por Szilvia e Blake sobre as doações para a AFSP têm como origem o cerne do movimento, explica Guilherme:

Ele [Zack Snyder] não recebeu nenhum apoio do estúdio depois de perder uma filha que batalhava contra a depressão e se afastou da pós-produção. Depois, chamaram outro diretor e o filme saiu totalmente diferente. Os fãs começaram a tomar essa dor e decidiram usar o *Release The Snydercut* em prol disso, já que tudo aconteceu por causa do falecimento de Autumn. As campanhas de arrecadação e a hashtag andaram muito juntas.

Ou seja, a inserção dentro da mobilização atravessa a questão da luta pela prevenção ao suicídio. Souza e Martins abordam a ideia de Tiago Monteiro (2007) relacionada às três etapas da ação dos fãs: a produção, que tem relação com a subjetividade; o consumo, isto é, o relacionamento do fã com o produto; e o reinvestimento, que é a produção de conteúdos amadores como é o exemplo das *fanarts* e *fanfics*.

As autoras explicam sobre a primeira etapa: “Simboliza o investimento emocional e subjetivo do fã para com o objeto, aqui visto como elaborador de sentidos e representante de um sistema de valores”. (SOUZA; MARTINS; 2012; p. 7)

Levando este conceito para a esfera da comunidade, pode-se interpretar que o valor da fanbase do *Snydercut* estava intrinsecamente relacionado à causa mencionada. O engajamento se manifesta como uma construção da identidade por meio da questão subjetiva, principalmente pela proximidade ao próprio objeto de adoração, Zack Snyder.

Ademais, em sua definição de fã, Cornel Sandvoss (2013) já pressupõe a questão do engajamento como peça chave para a identificação como tal. Para ele, o fã possui “engajamento regular e [é] emocionalmente comprometido com uma determinada narrativa ou texto”. Desta forma, um membro do *Release The Snydercut* é caracterizado pela luta à prevenção ao suicídio e se entende parcialmente por meio dela, no que pode-se denominar engajamento identitário.

Ainda é possível mencionar a questão da participação dos fãs e os impactos de suas ações no contexto social, de acordo com as ideias de Clay Shirky (2011) expostas por Mayara Barros (2017). No objeto deste artigo, um exemplo é a arrecadação de mais de 600 mil de dólares para a *American Foundation for Suicide Prevention*, segundo a instituição.

Na cultura de participação, atos sociais são potencializados e têm grande capacidade transformadora na sociedade contemporânea. O amador, neste caso, o fã, tem o poder de contribuir socialmente por fora do “circuito tradicional de produção”.

Shirky (2011) aponta casos em que a participação pode envolver esses amadores com projetos como, por exemplo, campanhas de caridade, compartilhamento de informações e relatos acerca de um determinado serviço (BARROS, 2017, p. 5).

Este ato participativo é, ao mesmo tempo, fonte e fruto de um engajamento identitário. O caso da campanha “5for5” desenvolvida por Szilvia é um exemplo: como fã, criou esse esforço em direção à prevenção ao suicídio, sendo a campanha fruto do engajamento. Por outra parte, ela é fonte na medida em que as pessoas que doaram sentiram-se incluídas no fandom. Em resumo, a questão desta luta social gera e engaja como identidade, é circular dentro do *Release The Snydercut*.

Neste sentido, Aianne Amado (2019) aborda a questão do poder da multidão organizada e do engajamento identitário ao considerar a atividade dos fãs comunitária. Ao entender “o fã como figura social e o fandom como espaço político”, a autora defende que a atividade do fã cria um sentido de comunidade com suas próprias regras, estruturas organizacionais e maneiras de identificação, além dos valores relacionados a pautas sociais. Para a autora, todas essas questões perpassam o alvo de adoração do fandom. “As posições assumidas pelos fãs a partir de seu conhecimento sobre o objeto idolatrado”, explica Amado (2019, p. 13), geram “debate, visibilidade e mudança para certas causas sociais”.

Um terceiro aspecto é a atividade do fandom e os motivos pelos quais os fãs se envolveram na causa.

Fandom/fãs de heróis

Como mencionado por Guilherme, algumas pessoas se envolveram no *Release The Snydercut* por empatia com o diretor após o suicídio de sua filha. No entanto, este não foi o único motivo pelo qual os fãs se envolveram no movimento. Como explica Mayara Barros: “Não existe uma única forma de ser fã, o fandom deve ser entendido como um espectro de engajamento formado pelo conjunto do investimento emocional individual e do envolvimento participativo com a comunidade”. (BARROS, 2017, p. 4)

Um exemplo disso é Geraldo Côrtes, compositor que fez parte do *Team Pro Zack*, um grupo de fãs que mantinha um contato estreito com Zack Snyder e tomava iniciativas em prol do lançamento de sua versão do *Liga da Justiça*. Assim como Guilherme, a situação que levou ao afastamento do diretor da produção deixou uma “sensação de indignação diante de tudo o que tinha acontecido”.

Por outro lado, ressalta que, pessoalmente, sua inquietação tinha a ver com o trabalho executado pelo estadunidense:

Houve um movimento muito bem orquestrado da crítica especializada e dos bastidores de ‘boicotar’ *Batman vs Superman*. Depois, o estúdio correu para corrigir o que ele [o diretor] estava fazendo em *Liga da Justiça*, o que foi super problemático. E eu comecei a ter uma preocupação maior com o homem Zack Snyder, porque ele tinha um trabalho tão árduo de ter uma visão consistente e bem feita, mas colocaram [o produtor] Geoff Johns para sobrevoar a produção (CÔRTEZ, entrevista em 26 de abril de 2023).

Côrtes ratifica o que diz Cornel Sandvoss (2013) sobre os fãs criarem um “valor emocional particular” em cima do produto midiático e sobre a identificação ser chave para estabelecer essa relação entre fã e objeto de adoração.

Vale destacar a importância da versão de diretor no caso do *Release The Snydercut*. Como menciona o compositor, a afinidade com os filmes de Snyder se deu pelas características incluídas por ele em seus longa-metragens da DC Comics. Apesar de utilizar os mesmos personagens da versão de Whedon, o filme de Snyder foi executado de outra forma. Neste sentido, cabe a afirmação de Mark Cousins (2004), para quem o diretor é uma figura essencial para dar vida ao roteiro:

Diretores são aqueles que juntam os pedaços criativos e supervisionam a alquimia através da qual as palavras do roteiro ganham vida. O termo francês *realisateur* – realizador – descreve bem este processo, e o que se segue é uma descrição de como as ideias fílmicas são percebidas (COUSINS; 2004; p.10; tradução nossa)¹⁵

Assim, a interpretação “séria, com um grau de verossimilhança e pegada meio sci-fi, de se aprofundar na mitologia e ter uma carga emocional” atraiu Côrtes para o universo de Snyder. Sandvoss destaca que a identificação é imprescindível nas relações dos fãs com o texto, ao passo que Souza e Martins (2012) indicam as práticas do *fandom* como “manifestações de uma subcultura” orientada, segundo a autora, a partir de uma “identificação

¹⁵ Directors are the people who pull the creative bits together and who oversee the alchemy whereby the word of the screenplay to come alive. The French term *realisateur* - realizer - describes this process well, and what follows is an account of how filmic ideas are realized (COUSINS; 2004; p.10)

estética” e a importância da “aproximação dos conteúdos de suas experiências pessoais” - neste caso, pelo fato do Superman ser o herói favorito de Geraldo desde pequeno.

Na medida em que as experiências individuais influenciam no coletivo e o poder está distribuído entre os fãs (SANDVOSS; 2013; p. 21), é importante destacar o alinhamento nos objetivos do *Release The Snydercut*: lançar o filme e obter doações para a causa da prevenção ao suicídio. Toda esta fanbase tem aspectos críticos, participativos e engajados pois, como explica Barros (2017), “o fandom é essencialmente interativo”. Mesmo não sendo homogêneo, os indivíduos compartilham o mesmo coletivo e criam laços em torno disso.

Outro entrevistado para o artigo, Tim Yoko, que manteve um podcast relacionado ao universo DC, o “DC Films Squadcast”, mostrou o envolvimento da comunidade em porcentagens. No detalhamento de métricas dos episódios relacionados aos filmes de heróis da Warner Bros., ele recordou que o número de downloads nos primeiros 10 dias caiu em 71% após o lançamento do *Liga da Justiça* de Joss Whedon em 2017. De acordo com ele, a fanbase da DC ficou “desmoralizada” com a versão do estúdio pelo envolvimento com o universo criado por Zack Snyder e, por consequência, seu podcast sofreu com uma queda de audiência.

Em contrapartida, os downloads aumentaram em 245% no episódio que ele e seu parceiro comentaram sobre o *Zack Snyder’s Justice League* em 2021. “O entusiasmo [com o lançamento da versão de Snyder] é inegável e não pode ser ignorado”, tuitou ele.

Vale destacar as horas dedicadas para o movimento de fãs. Yoko relatou que cada episódio do podcast tomava em torno de quatro ou cinco horas de pré-produção - o que precisava conciliar com o tempo em família e seu trabalho. Já Geraldo contou que “virou quase um trabalho” e “tinha dias que eram exaustivos”. Tanto que ele, junto com o *Team Pro Zack*, chegou a dar um “xeque mate” em Snyder perguntando se havia chance do filme ser lançado.

Na ocasião, a resposta foi positiva. Este é outro ponto importante no *Release The Snydercut*: apesar do diretor não ter tomado para si a responsabilidade de organizar as mobilizações dos fãs, atuou de forma indireta dando dicas para o fandom. Um exemplo disso é o tuitaço de 17 de novembro de 2019 já mencionado neste texto. Geraldo Côrtes relatou que, na ocasião, Zack Snyder chegou a instruir os fãs:

Ele mandou uma mensagem para a gente falando: ‘Agora é para ir para a rede social sentar o dedo na hashtag [*Release The Snydercut*]’. E eu me lembro que ele falou especificamente: ‘Tem que ser hoje’. Foi o que ele fez, tanto que ele conseguiu reunir todo mundo que podia, e foi um estouro. Aí o negócio começou a se mexer de fato (CÔRTEZ, 2023).

Isso se relaciona com uma característica do fã exposta por Barros: de interagir com sua fonte de adoração. Côrtes contou que esta foi a única instrução direta de Zack Snyder para o *fandom*, mas houve outras ocasiões nas quais os fãs coordenaram ações por conta própria com base nas dicas do diretor - o que dialoga com as materialidades supramencionadas, como os tuítes feitos às 2:14 no horário local de cada fã.

Barros (2017; p. 10) explica que os fãs “criam informações novas – teorias, histórias, cenas – a partir das informações que já existem no contexto em que se veem inseridos”. No caso do *Release The Snydercut*, essas informações foram importantes para defender a própria existência do filme. Tim Yoko contou que, logo após o lançamento da versão de 2017, uma fonte enviou prints de uma conversa que deixava claro que o *Snydercut* era real. Apesar da desconfiança de alguns ouvintes, Yoko disse que “tinha créditos” com a audiência e, desta forma, contribuiu para o fortalecimento do movimento.

O podcaster contou que sustentou a afirmação ao longo dos cinco anos, mesmo sem revelar sua fonte, até que os rumores começaram a ganhar força. Isso aconteceu depois que o próprio diretor passou a compartilhar fotos de sua versão - especialmente do vilão Darkseid, interpretado por Ray Porter, que não apareceu no longa-metragem de 2017.

Considerações finais

Ao longo deste texto, observou-se que o ativismo desta *fanbase* descentralizada fez com que ela alcançasse seus dois objetivos: lançar o *Zack Snyder's Justice League* e fazer doações em prol da causa da prevenção ao suicídio. O caso destoa de outros grupos de fãs tanto pelo resultado final quanto pela magnitude da mobilização. Utilizando o método cartográfico, foram realizadas entrevistas, pesquisas em sites de fãs e de notícias e navegação em redes sociais a fim de seguir as diferentes linhas que compuseram o movimento. Assim, foi possível encontrar perspectivas e interpretações distintas dentro do *fandom*.

Vale destacar, como um último aspecto, que mesmo o *Release The Snydercut* tendo criticado a Warner Bros. e seus produtores pelas atitudes em relação a Zack Snyder, “as atividades do *fandom* existem em constante diálogo com a indústria do entretenimento” (BARROS; 2017; p. 8). Para a autora, ao mesmo tempo que os *fandoms* negam a lógica das indústrias culturais, eles nascem justamente pela vinculação afetiva com seus produtos.

Embora não seja o aspecto discutido neste texto, é necessário, de saída, não perder de vista que o interesse dos fãs pode ser aproveitado e capitalizado. Henry Jenkins (2006; p. 30) aponta o “comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase

qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”. Levando isso em consideração, a produtora hollywoodiana aproveitou o engajamento em torno do filme para a divulgação de sua plataforma de streaming, a HBO Max. O anúncio de que o longa-metragem seria lançado na plataforma foi feito em 20 de maio de 2020 - mês de lançamento do serviço.

Jenkins analisa a atitude da Warner Bros. como uma “solução de seus problemas atuais” ao readequar “o relacionamento com seus consumidores”. Já Aianna Amado critica o comunicólogo, afirmando que ele “deixa de empreender um aprofundamento crítico em como estas novas estratégias sofisticam o poder do grande capital no contexto midiático”. De qualquer forma, pode-se concluir que a Warner Bros. cooptou o interesse de uma parte significativa do fandom da DC em benefício próprio.

Além disso, a pesquisa cartográfica sugere, como resultado, que houve diferentes motivos pelos quais os fãs se engajaram e se identificaram com a causa. A questão das materialidades ressalta a performance dos membros do *Release The Snydercut* na arrecadação de fundos e tuitaços. O engajamento identitário mostra a importância da causa social de prevenção ao suicídio - centralizada na figura de Autumn Snyder e da American Foundation for Suicide Prevention. E os próprios fãs reforçam a identificação com a versão de Zack Snyder do filme *Liga da Justiça*, como ilustrado nas figuras de Geraldo Côrtes e Tim Yoko. Todas estas questões chamaram a atenção do estúdio hollywoodiano para o público que buscava suprir esta demanda - e conseguiu. A síntese pode ser relacionada com o que Côrtes lembrou de uma conversa com o diretor, na qual ele disse: “Você nunca teve um clamor tão grande por um filme”.

Para pesquisas futuras, seria possível observar outros aspectos do caso, como, por exemplo, as diferentes iniciativas ao redor do mundo e seu impacto no lançamento do filme - especialmente nas regiões que ainda não tinham acesso à HBO Max em março de 2021. Outra possibilidade seria analisar as interseccionalidades com classe, etnia e gênero, a fim de identificar se há algum perfil predominante no movimento, especialmente considerando a necessidade de ter tempo disponível para atuação nas mobilizações. Por fim, seria interessante estudar se, dentro de cada grupo que compôs o *Release The Snydercut*, houve a reprodução de algum tipo de relações de poder e hierarquias sociais, como analisa Sandvoss.

Referências

ALVES-MAZZOTTI, A. “A ciência e outras formas de conhecimento”. In. ALVES-MAZZOTTI, A. e GEWANDSZNAJDER, F. *O Método nas Ciências Sociais e Naturais*. 2a. Edição, São Paulo, Thomson, 2001, pp. 85-105.

ALVES-MAZZOTTI, A. “As ciências sociais são ciências?”. In. ALVES-MAZZOTTI, A. e GEWANDSZNAJDER, F. *O Método nas Ciências Sociais e Naturais*. 2a. Edição, São Paulo, Thomson, 2001, pp. 111-118.

AMADO, A. (2019). Tendências e Lacunas dos Estudos de Fãs no Brasil e no Mundo: uma Revisão do Campo.

AMARAL, A. e CARLOS, G. “Fãs, Objetos e Materialidades: Apontamentos Iniciais para Pensar os Fandoms na Cultura Digital”, 2016.

BARROS, M. (2017). Fandom e Criatividade: formas de produção e consumo dentro do fandom.

BARTHES, R. “Jovens pesquisadores”. In. BARTHES, R. *O rumor da língua*. Editora Brasiliense, 1988, pp. 96-102

BONIN, J. A. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. *Revista FAMECOS*, v. 15, n. 37, p. 121–127, 2008.

BRAGA, J. L. (2005). Para começar um projeto de pesquisa. *Comunicação & Educação*, 10(3), 288-296.

BRAGA, J. L. A prática da pesquisa em comunicação - abordagem metodológica como tomada de decisões. *E-Compós*, v. 14, n. 1, 26 set. 2011.

COELHO, Marcelo. **Como se faz uma tese**. Publicado em 16 de março de 1997.

FRANÇA, V. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê? Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, n. 05 (2001): Edição especial.

JENKINS, H. “Cultura da Convergência”, *Le Livros*, p. 1- 51, 2006.

MARTINO, Luiz Claudio. *Cepticismo e inteligibilidade do pensamento comunicacional*. 5. ed. Brasília: Galáxia, 2003. 53-67 p.

PERINOTTO, André Riani Costa. Mapeando imagens turísticas: o método cartográfico em pesquisa de turismo. *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)*, Mossoró/RN, vol. 3, n. 2, p. 93-126, jul./dez. 2014.

RUIZ, T. “Cultura de geração de vínculos entre fãs e artistas: Um estudo das interações em redes sociais do grupo Now United”. Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero, 2022.

SANDVOSS, C. “Quando estrutura e agência se encontram: os fãs e o poder”. *Fan: The Mirror of Consumption*, p. 8 – 41, 2013.

SOUZA, A. e MARTINS, H. “A Majestade Do Fandom: A Cultura E a Identidade Dos Fãs”. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 2012.

Entrevista realizada com Geraldo Côrtes em 26 de abril de 2023.

Entrevista realizada com Tim Yoko em 1 de maio de 2023.

Entrevista realizada com André Guilherme em 15 de abril de 2023.

Entrevista realizada com Szilvia (MekareMadness) em 25 de abril de 2023.

Entrevista realizada com Eric Black entre 25 de abril e 1 de maio de 2023.

<https://www.insider.com/justice-league-director-zach-snyder-joss-whedon-2017-5>

<https://www.insider.com/justice-league-reshoots-2017-7>

<https://twitter.com/MoviesThatMaher/status/932917620537479169>

<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/liga-da-justica-fas-criam-site-pedindo-pela-versao-de-zack-snyder/>

<https://twitter.com/RTSnyderCut>

<https://twitter.com/RTSnyderCut/status/137262223744376836>

<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/liga-da-justica-protesto-de-fas-da-dc-pela-versao-de-zack-snyder-reune-13-pessoas/>

<https://www.omelete.com.br/dc-comics/liga-da-justica-zack-snyder-publica-nova-arte-de-darkseid>

<https://www.omelete.com.br/dc-comics/liga-da-justica-jason-momoa-revela-que-gostaria-de-ver-o-corte-de-zack-snyder>

<https://www.insider.com/justice-league-fans-want-warner-bros-ceo-release-snyder-cut-2019-6>

<https://www.insider.com/snyder-cut-letter-writing-campaign-for-justice-league-details-2019-7>

https://www.businessinsider.com/how-justice-league-snyder-cut-movement-got-momentum-joker-momoa-2019-10?_gl=1*_pjzjt2*_ga*Njg4MDQyMjI1LjE2Nzk0MDk1MjY.*_ga_E21CV80ZCZ*MTY4MTc1NDQ5Ni4zLjEuMTY4MTc1NDcxOS42MC4wLjA

<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/elenco-de-liga-da-justica-snyder-cut/>

<https://cinepop.com.br/roteirista-de-liga-da-justica-da-a-entender-que-o-snyder-cut-realmente-existe-231530/>

<https://www.omelete.com.br/dc-comics/liga-da-justica-zack-snyder-confirma-snyder-cut-com-foto>

<https://cinebuzz.uol.com.br/noticias/cinema/gal-gadot-comenta-sobre-o-snyder-cut-pela-primeira-vez-eu-espero-que-algum-dia-possamos-ve-lo.phtml>

<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/liga-da-justica-o-snyder-cut-e-real-e-sera-lancado-em-2021/>

<https://www.insider.com/zack-snyder-justice-league-fan-reactions-2020-5>

<https://www.supermanhomepage.com/release-the-snyder-cut-advertisements-spotted-in-san-diego/>

<https://www.ign.com/articles/2019/10/06/release-the-snyder-cut-fans-buy-times-square-billboards-during-nycc-justice-league-dc-zack-snyder-superman-batman>

<https://screenrant.com/justice-league-snyder-cut-fa-cup-soccer-football-match/>

<https://www.nbcnews.com/pop-culture/movies/how-unprecedented-fan-campaign-powered-zack-snyder-s-cut-justice-n1261216>

<https://www.forsnydercut.com/>

<https://snydercutbr.com/os-verdadeiros-numeros-do-snyderverse/>

<https://snydercutbr.com/liga-da-justica-de-zack-snyder-liderou-o-streaming-de-2021/>