

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

Ana Carolina Almeida Souza

**JOGOS DE (IR)REALIDADE:
os entre-espacos distópicos no aplicativo “Nosso Líder o Tordo”/ “O Tordo” e o
tensionamento de realidade/ficção na sua dinâmica transmidiática de expansão de
universos.**

Belo Horizonte
2017

Ana Carolina Almeida Souza

JOGOS DE (IR)REALIDADE:

**os entre-espacos distópicos no aplicativo “Nosso Líder o Tordo”/ “O Tordo” e o
tensionamento de realidade/ficção na sua dinâmica transmidiática de expansão de
universos**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, em cumprimento dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Interações Midiáticas.

Linha de pesquisa: Linguagem e Mediação Sociotécnica.

Orientador: Professor Doutor Eduardo Antonio de Jesus.

Bolsista CAPES (Coordenação de Pessoal de Aperfeiçoamento de Nível Superior)

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

S729j Souza, Ana Carolina Almeida
Jogos de (ir)realidade: os entre-espacos distópicos no aplicativo “Nosso Líder o Tordo”/ “O Tordo” e o tensionamento de realidade/ficção na sua dinâmica transmidiática de expansão de universos / Ana Carolina Almeida Souza. Belo Horizonte, 2017.
147 f.: il.

Orientador: Eduardo Antonio de Jesus
Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

1. Jogos eletrônicos. 2. Distopias. 3. Aplicativos móveis. 4. Comunicação – Inovações tecnológicas. I. Jesus, Eduardo Antonio de. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. III. Título.

Ana Carolina Almeida Souza

**JOGOS DE (IR)REALIDADE:
os entre-espacos distópicos no aplicativo “Nosso Líder o Tordo”/ “O Tordo” e o
tensionamento de realidade/ficção na sua dinâmica transmidiática de expansão de
universos**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, em cumprimento dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Interações Midiáticas.

Linha de pesquisa: Linguagem e Mediação Sociotécnica.

Professor Doutor Eduardo Antonio de Jesus – PUC Minas (Orientador)

Professora Doutora Geane Carvalho Alzamora - UFMG (Banca Examinadora)

Professora Doutora Maria Ângela Mattos - PUC Minas (Banca Examinadora)

Belo Horizonte, 10 de março de 2017.

*Às histórias que nos constituem como gente e
narram nossa visão de mundo.*

AGRADECIMENTOS

Espaço é uma palavra engraçada, porque cabe dentro dela tantos significados que, como é possível ver nessa dissertação, ainda estamos tentando entender o que a deixa mais próxima do que realmente é (se é que existe algo que o defina).

Inspirada pelo *Espaço*, eis que a minha carta de agradecimento não poderia ser escrita de outra forma se não ressaltando todos os espaços que cabem nesse espaço aqui:

Ao *Espaço Familiar*, recheado de amor e incentivo em que fui embalada a minha vida inteira,

Ao *Espaço de Lá*, onde amigos eu deixei e um passado que me fez quem sou,

Ao *Espaço de Cá*, onde amigos eu fiz e meu coração se atrelou,

Ao *Espaço Desconhecido*, cheio de um futuro que não sei qual,

Ao *Espaço Urbano*, que é dúvida, pesquisa, observação da rua, desenho de muros grafitados e vai e vem interacional,

Ao *Espaço da Bolsa*, que me permitiu ficar e me dedicar,

Ao *Espaço Comunicacional*, inspiração que transcende a própria percepção,

Ao *Espaço Geográfico*, que me separou da cidade a qual nasci, mas que me trouxe até aqui,

Ao *Espaço Crítico*, através das aulas, do programa, das orientações e das trocas de razões,

Ao *Espaço de Tempo*, dedicado a adquirir conhecimentos, buscar informações e se atrelar tudo junto até o “fim” dessa dissertação,

Ao *Espaço Vazio*, do papel em branco, que precisou de todo o resto para se construir.

O meu Muito Obrigada!

[...] Uma criatura tão inextinguível quanto o sol. Sou o pássaro de Cinna, inflamado, voando freneticamente para escapar de algo inescapável. As penas flamejantes que crescem do meu corpo. O bater das asas apenas faz com que as chamas se movam. Estou me consumindo, porém indefinidamente. (COLLINS, 2012, p. 374).

RESUMO

A partir da observação da expansão do universo narrativo de franquias transmidiáticas ficcionais para o mundo real, essa pesquisa procura discutir, com um método proposto e baseado nas ideias de David Harvey e Carlos Alberto Scolari, as maneiras como esse extravasamento tem se dado na contemporaneidade, usando como objeto empírico o aplicativo “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”, que faz parte da divulgação de lançamentos dos filmes da franquia ‘Jogos Vorazes’. A discussão se dá levando em conta o caráter narrativo distópico de ‘Jogos Vorazes’ a fim de perceber o espaço como categoria analítica, tomando por base as ideias de Andre Jansson e Jesper Falkheimer sobre a Geografia da Comunicação, bem como as teorias de espaço de Edward Soja e Lucrecia Ferrara. Além disso, articulamos à análise uma proposta de virada espacial na linguagem transmídia, a partir da reconfiguração do papel da cultura fã e dos usos de mídias móveis, apoiados pelos trabalhos de Henry Jenkins, Frank Rose e Luiz Adolfo de Andrade.

Palavras-chave: Jogos Vorazes. Distopia. Transmídia. Espaço. *Fandom*. Geografia da Comunicação

ABSTRACT

From the observation of the universe narrative expansion of fictional transmedia franchises to the real world, this research aims to discuss, with its own method, based upon the ideas of Carlos Alberto Scolari and David Harvey, the ways that this extravasation has occurred in the contemporaneity, using as empirical object the app "Our Leader the Mockingjay"/"The Mockingjay", that it is a part of the movie's release campaign, from the franchise 'The Hunger Games'. The discussion takes place considering the dystopic narrative character of 'The Hunger Games' in order to perceive space as an analytical category, aligned with the ideas of Andre Jansson and Jesper Falkheimer about the Geography of Communication, as well as space theories by Edward Soja and Lucrecia Ferrara. In addition, we articulate to the analysis a proposal of a spatial shift in the transmedia language, based on the reconfiguration of the fan culture's role and the uses of mobile media, supported by the works of Henry Jenkins, Frank Rose and Luiz Adolfo de Andrade.

Key-Words: The Hunger Games. Dystopia. Transmedia. Space. Fandom. Geography of Communication

LISTA DE COLAGENS E ESQUEMAS

Colagem 1	13
Colagem 2	20
Colagem 3	49
Colagem 4	50
Colagem 5	50
Colagem 6	60
Colagem 7	61
Colagem 8	62
Colagem 9	64
Colagem 10	67
Colagem 11	70
Colagem 12	71
Colagem 13	73
Colagem 14	75
Colagem 15	76
Colagem 16	78
Colagem 17	79
Colagem 18	79
Colagem 19	80
Colagem 20	81
Esquema 1	44
Esquema 2	97

SUMÁRIO

1. QUE OS JOGOS COMECEM!	11
2. DA GAIOLA DE PAPEL, PARA O CÉU DE <i>PIXELS</i>	18
2.1 O Universo do Tordo	18
2.2 <i>Panem et Circenses</i>	25
2.3 O voo transmidiático do Tordo	30
2.4 Transmídia Voraz	43
3. VOCIFERANDO CONTRA A CAPITAL NO MEIO DA FLORESTA	54
3.1 O Show deve continuar	55
3.2 Distritos Rebeldes e o direito à Panem	64
3.2.1 <i>Por um espaço distópico</i>	65
3.2.2 <i>#NossoLíderOTordo</i>	75
3.3 Virando Espaços	85
4. DE DENTRO DO NINHO DO TORDO	91
4.1 Estratégias de Revolução: questões metodológicas	92
4.2 Jogos de (IR)Realidade	100
5. O MOMENTO EM QUE UM TRIBUTO SE TORNA VITORIOSO	112
REFERÊNCIAS	117
ANEXOS	121
IMAGENS AMPLIADAS	127

Quando completou o download, Helena ficou radiante. "Nosso Lider o Tordo", o novo aplicativo gratuito de 'Jogos Vorazes' estava pronto para ser usado.

Apertou o botão do app, aguardou enquanto uma tela se iniciava explicando como ele funcionava. "Clique aqui e deixe a sua marca", "deixe comentários nas marcas de outros revolucionários", "veja a sua cidade através do celular".

Helena mal podia disfarçar a vontade de deixar marcas de 'Jogos Vorazes' pela cidade, então pegou o smartphone e partiu em busca do que veria pela pequena tela. Partiu em busca do que o Tordo lhe guardaria.

Vestiu seu casaco com o bordado do Tordo, tomando cuidado para que não prendesse na sua, já gasta, pulseira do pomo de ouro de Harry Potter e finalizou com os óculos escuros que replicavam o estilo de Neo, em Matrix. Sem perceber, Helena foi para o mundo com uma porção de mensagens ligadas a ela. Mensagens de outros mundos e que invadiam cada vez mais o que ela fazia parte. Mas como assim? Helena fazia parte de todos esses mundos e tinha orgulho disso, porque não se sentia refém de um lugar só. Sentia-se pertencente a todos eles, tendo portas secretas de acesso que só se abriam pra ela, ou para alguém como ela.

E a verdade tinha que ser dita, Helena, assim como tantos outros adolescentes, se envolveu nas grandes narrativas e mergulhou profundamente. Era assim que ela se sentia. Parte integrante de uma história que não tinha escrito, mas que colaborava, fosse pela sua surrada camiseta com o desenho do tordo, com a sua ida ao cinema, mais de cinco vezes, por filme, em cada um dos capítulos da saga. Por vontade própria, curiosidade e claro, muita paixão pelos sentimentos que a história de 'Jogos Vorazes' suscitava, Helena é uma fã e por definição, fanática por esse mundo.

1. QUE OS JOGOS COMECEM!

Em 2014, às vésperas do lançamento do terceiro filme da franquia multicomunicacional ‘Jogos Vorazes’¹, a Lionsgate – produtora de audiovisual canadense, que atualmente tem quatro divisões específicas (cinema, TV, música e distribuição) e detém os direitos sobre marcas como ‘Jogos Vorazes’, ‘Divergente’ e ‘Jogos Mortais’. – lançou o aplicativo para celulares “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”. Com uma premissa ligada à experiência de se comunicar diretamente com outros fãs da franquia, bem como de participar da revolução que acontecia na narrativa fílmica de ‘Jogos Vorazes’ e de propor um caminhar na urbe ligado ao aplicativo, “Nosso Líder o Tordo”/ “O Tordo” nos deixou intrigados, buscando por formas de compreender do que se tratava essa tendência de entrelaçamento do mundo ficcional de uma franquia com o mundo real, onde os fãs estão inseridos. Nos perguntávamos, também, de que maneira era possível perceber a sensação de realidade através de dispositivos como esses..

Com o tempo essas indagações foram se tornando mais substanciais e também cada vez mais evidentes, de modo que fomos encontrando vários outros casos, como “*Can you see me now?*”² (2003) e o recente “*Pokémon Go!*” (2016), demonstrando que pesquisar aplicativos com esse tipo de proposta se tornou ainda mais necessário, principalmente inseridos em um contexto de franquias de entretenimento, bem como da transmídia.

Logo, nossa pergunta passou a procurar entender como essas construções de universos de uma franquia, agem num movimento de extravasamento, em que o mundo ficcional se entrelaça com o real, criando pontes de duplo acesso, como o aplicativo “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”, ao ponto de até estabelecer um espaço novo, que nem é totalmente o ficcional onde a história ocorre e tampouco o real onde os fãs acessam.

Desse modo, a seguinte dissertação parte da ideia de que é necessário dividir e categorizar as partes que compõem o mundo de franquias multicomunicacionais, elegendo o caso de ‘Jogos Vorazes’ e destacando o *app*, que compreendemos ser potente o suficiente para demonstrar a diluição das fronteiras entre ficção e realidade, ao mesmo tempo em que é capaz

¹ Nesta dissertação, sempre que falarmos da franquia de Jogos Vorazes, usaremos as aspas simples ‘ e sempre que falarmos do primeiro livro e/ou do primeiro filme, usaremos as aspas duplas “.

² Uma obra/game onde jogadores online competem com membros do grupo *Blast Theory* (criador do jogo) nas ruas. Monitorados por satélite, os corredores aparecem online em um mapa da cidade, enquanto outros jogadores são monitorados por satélite e tem por objetivo escapar dos corredores. Ao lado de “*Botfingers*”, “*Can You See Me Now?*” foi um dos primeiros games baseados em localização. Para mais: <http://www.blasttheory.co.uk/projects/can-you-see-me-now/>

de nos ativar em uma construção de espaços, mas desta vez ligados tanto à narrativa de ‘Jogos Vorazes’, quanto ao mundo real.

Para começarmos, é importante afirmar que aplicativos para celulares, ou *apps*, vêm se popularizando entre as grandes empresas de comunicação, especialmente as de amplo capital intelectual, uma vez que, desde 2009, essas ferramentas, inicialmente focadas apenas em produtividade, como calendários, agendas e informações meteorológicas; foram se expandindo para outras categorias bem mais diversas, como jogos, serviços de GPS, bancos, redes sociais, relacionamento e até de imitação de maquiagem, além de inúmeros aplicativos de entretenimento e lazer. Esse avanço foi estimulado pela expansão da rede móvel de acesso à internet (como o 3G e o 4G) e ganhou fôlego com a popularização dos *smartphones*.

Segundo Luiz Adolfo de Andrade (2015) as iniciativas mais contundentes acerca do uso de aplicativos e tecnologia *mobile* para fins de entretenimento, estão intimamente ligadas à cultura fã e aos Jogos de Realidade Alternativa (ARG), porque exigiam um alto grau de comprometimento daqueles que se aventuram, porém, com o uso cada vez mais amplo de *smartphones* as possibilidades foram aumentando, o que tem incitado de modo significativo a criação de *softwares* para *mobile* como práticas de marketing, publicidade e *branding*. Principalmente aqueles que envolvem grandes eventos da cultura pop, como o lançamento de filmes, séries, livros e moda. Sendo o exemplo mais recente (2016) o “Pokémon Go!”³, um aplicativo de jogo que permite capturar Pokémons espalhados pela cidade.

Além das iniciativas voltadas ao mercado, os *apps* ganharam espaço e notabilidade no circuito da arte, como podemos ver no *APP Award*, um prêmio dado pela ZKM, *Center for Art and Media Karlsruhe*⁴, que premia aplicativos inovadores e ao mesmo tempo questionadores, como o ganhador da categoria de jogos de 2015, “*Sometimes you die*”⁵, ou o vencedor da categoria de inovação, também de 2015, “EDMT”⁶. Apesar de ser ligado ao

³ Pokémon começou como um desenho animado japonês (anime) criado em 1995, por Satoshi Tajiri e ganhou fama mundial com a história de um mundo onde seres ficcionais, chamados pokémons, são passíveis de captura e treinamento, como se fosse um esporte. Atualmente é uma franquia multimídia, que envolve videogame, jogos de cartas, mangás, filmes e mais recentemente teve um aumento de 10% nas suas ações pelo sucesso do aplicativo Pokémon Go! Fonte: <http://migre.me/uo2rh>

⁴ Um centro cultural de arte e mídia, único no mundo e dedicado a compreender e olhar para as tecnologias e como elas alteram o mundo social. Além do prêmio, o ZKM também tem institutos, museus e cursos. Mais em: <http://on1.zkm.de/zkm/e/about>

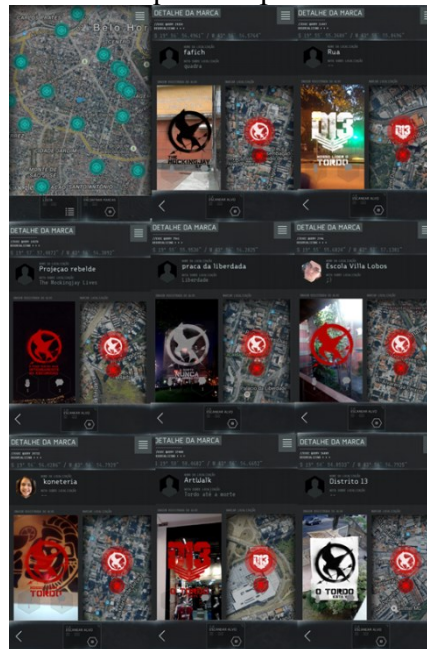
⁵ Sometimes you die é um jogo/proposta artística, que visa usar um formato básico de jogos digitais (o famoso 'jump-and-run', ou pulo e corra, ao estilo de Mario Bros, Sonic, entre outros), mas ao contrário de vidas limitadas, você tem vidas ilimitadas e em algumas fases precisa realmente morrer para alcançar o seu objetivo, seja ele qual for. Criado por Philipp Stollenmayer, o jogo está disponível para plataforma iOS. Fonte: <http://www.app-art-award.org/aaa2015/?lang=en>

⁶ O aplicativo EDMT, criação de Mandy Mozart, Fader, Gabriel Fioretti, Janik Hotz e Ali Chibli, mistura gráficos e sons de um modo a criar diversos cenários. A proposta é estar ligado aos sons e suas ondas. Fonte: <http://www.app-art-award.org/aaa2015/?lang=en>

mundo das artes, o que percebemos em comum entre os aplicativos de entretenimento e os de arte, é que eles têm usado princípios muito parecidos, sejam eles ligados à mobilidade (a partir dos usos de mapas online para serem personalizados e o próprio conectados ao GPS do aparelho), ou interação (ao ser ligado às redes sociais digitais e com o componente de compartilhamento).

No caso do *app* “Nosso Líder o Tordo”, o *software* funciona aliando certas ferramentas que trazem características típicas do ambiente tecnológico, como a geolocalização, o compartilhamento de informações em redes sociais digitais e a captura de imagens, com um *design* e uma proposta bastante específicos, ligados ao mote da narrativa criada por Suzanne Collins, mas conectado ao universo visual desenvolvido nos filmes da franquia. A proposta do aplicativo é permitir ao sujeito acessar a cidade pelo *smartphone*, para criar grafites digitais com os símbolos da franquia. Esses símbolos, que remetem ao universo simbólico de ‘Jogos Vorazes’, podem ser de várias cores, tamanhos e em diversas superfícies (como paredes, janelas, prédios e até a linha do horizonte). Uma vez feita, a marcação passa a ser parte integrante de uma camada informacional que recobre a cidade.

Colagem 1 (Veja ampliada na página 127) – alguns símbolos feitos em Belo Horizonte. A primeira imagem mostra os pontos onde existem marcações na capital mineira e a partir da segunda vemos as diversas formas com que os símbolos foram colocados na cidade, bem como quem os produziu.



Fonte: SOUZA, Ana Carolina A. – captura no aplicativo Nosso Líder o Tordo em 2015.

Compreendemos que estudar um aplicativo é uma temática contemporânea ainda com poucas referências estabelecidas e justamente por esta razão interpretamos que seja necessário

nos debruçarmos sobre, ressaltando que o aplicativo não é só um texto complementar, mas é capaz de trazer informações novas acerca do núcleo narrativo e expandir os conhecimentos tratados inicialmente, sendo no caso de ‘Jogos Vorazes’, os livros e os filmes.

Além de ativarem intensamente a comunidade fã desta franquia, o “Nosso Líder o Tordo”/ “O Tordo” também ressalta um aspecto que vem crescendo dentro da cultura pop, que é quando os prolongamentos transmidiáticos da sua história se tornam tão notórios quanto o seu centro, sendo que muitas vezes esses prolongamentos são propostos e mantidos pelos fãs. Assim, observamos cada vez mais aplicativos de celulares ganharem espaço nas práticas comunicacionais contemporâneas, no caso desse aplicativo, houve uma mobilização entre 100.000 e 500.00 *downloads* apenas no Google Play Brasil⁷, fazendo do ambiente urbano palco de interações entre sujeitos e espaços, reais e ficcionais, enlaçados pela narrativa de uma obra distópica.

Propomos assim, compreender como as passagens narrativas da franquia de uma mídia a outra, na dinâmica transmidiática de 'Jogos Vorazes', corroboram para borrar a dissolução espacial das linhas entre o espaço real e o ficcional, uma vez que a expansão de universo narrativo dessa franquia conta com as relações interacionas criadas entre ‘Jogos Vorazes’ e seus fãs, os Tributos⁸, ativando-os fortemente e criando redes de contato direto, antes impensados na comunicação de massa, e ainda como isso pode ser observado no aplicativo “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”, sob a perspectiva da sua inserção neste universo.

Outra questão que amplia ainda mais nossas inquietações é a natureza distópica da história nuclear, que, como veremos no desenvolvimento desta pesquisa, parte de uma observação crítica da realidade contemporânea, para criar uma realidade ficcional, onde esses traços são hiperbolizados, mas ainda assim se mantêm como uma espécie de espelho social, implicando dizer que essas histórias têm um forte grau de verismo, ou seja, de traços que demonstrem gestos, atitudes e situações ligadas ao caráter e à ética humanas, algo que influencia também nos espaços criados na e pela narrativa.

Para desenvolver as reflexões em torno do objetivo central, usamos referenciais como Russel Jacoby e Carolina Figueiredo, que nos esclarece questões acerca da distopia; Henry Jenkins, Frank Rose e Carlos Aberto Scolari, que nos deram subsídios para discutir as noções

⁷ Fonte: <http://migre.me/seJkr>

⁸ Tributos é o termo utilizado pela autora de ‘Jogos Vorazes’, Suzanne Collins, para se referir aos habitantes que são sorteados para representarem seus distritos na arena dos Jogos, segundo Jill Olthouse (2013): “Tributo se referia ao pagamento feito por um Estado menos poderoso a um de seus vizinhos mais forte. (...) Os imperadores romanos viam o pagamento de tributo como sinal de respeito e contribuição para o bem-estar do Estado, algo entre um presente e um imposto” (p. 57). Já os fãs da franquia utilizam o termo para falarem de si, como integrantes da história. Esse tipo de nomenclatura relacionado aos fanáticos é muito comum entre as comunidades fãs, inclusive servindo para distinguir uma comunidade da outra.

de transmídia, cultura fã e de construção de universos ficcionais; traremos para o centro da pesquisa as ideias de David Harvey e Edward Soja, em torno do espaço; assim como Jesper Falkheimer e Andre Jansson que nos ajudam a pensar em uma comunicação que concebe o espaço também como mídia e produtor de conteúdo, juntamente com Luiz Adolfo de Andrade e sua tese de doutoramento sobre a questão espacial em Jogos de Realidade Alternativa. Todos eles serão aproximados por questões do contemporâneo, de modo que possamos esclarecer e nos aprofundarmos em um caso de provável comportamento midiático e interacional da sociedade atual.

Além disto, propomos uma metodologia de análise da construção de universos ficcionais, baseada na metodologia de Carlos Alberto Scolari (2015) sobre o seriado de TV “24 Horas”, fazendo as modificações adequadas a cerca do caso específico de ‘Jogos Vorazes’ e a entrelaçamos à tripartição espacial de David Harvey, propondo uma nova forma de olhar para a construção de universos de franquias transmidiáticas, justamente ligadas à ideia de um extravasamento da narrativa ficcional e considerando o espaço como uma categoria de análise.

Assim, seguimos na construção de um trabalho que busca, não só discutir academicamente uma ferramenta e um caso específico da cultura pop, da comunicação e da contemporaneidade, mas também busca uma libertação de fronteiras pré-definidas, ao incluir literatura e *literacidade* ao seu desenvolvimento, com o objetivo secundário de montar uma espécie de narrativa-dissertação, em que os enlacs da própria história de ‘Jogos Vorazes’, originalmente escrita por Suzanne Collins⁹ e sua passagem para cinema¹⁰, sejam assunto de conversa entre nós e os autores, assim como Helena, nossa personagem literária, que acompanhará o desenvolvimento das ideias aqui apresentadas.

Para seguirmos adiante nesta pesquisa, dedicamos o capítulo seguinte à entrada no mundo de ‘Jogos Vorazes’, ou como chamaremos aqui: Mundo do Tordo. Assim, descreveremos o mote narrativo desse mundo, dividindo-o a partir da sua estrutura primária (os livros), passando pela secundária (os filmes), até chegarmos à questão mais ampla, que é a da dinâmica midiática de divulgação ao redor dos filmes, o que inclui o aplicativo que é nosso objeto empírico, propriamente dito. Para a compreensão da complexidade da narrativa-base,

⁹ A trilogia de ‘Jogos Vorazes’ escrita por Suzanne Collins é composta pelos títulos: “Jogos Vorazes” (2010), “Em Chamas” (2011) e “A Esperança” (2012). Traduzidas para o Brasil pela Editora Rocco, tendo, até o final de 2014 os três títulos que fazem parte da série de livros de ‘Jogos Vorazes’ já tinha vendido cerca de 85 milhões de cópias.

¹⁰ A trilogia foi adaptada para as telas de cinema em quatro longas-metragens, produzidos pela Lionsgate, e a quadrilogia de filmes é composta pelos títulos: “Jogos Vorazes” (2012), “Em Chamas” (2013), “A Esperança – parte I” (2014) e “A Esperança – o final” (2015).

consideramos de importância significativa apresentá-la de modo detalhado, bem como a sua relação com o gênero distópico. Em seguida, abordaremos a passagem dos livros para o cinema, pontuando o início da campanha transmidiática em torno da franquia, para enfim chegarmos ao aplicativo em si.

No capítulo três, buscamos entender como o mundo transmidiático de ‘Jogos Vorazes’ traz uma mensagem de apropriação do espaço urbano, em toda a sua construção. Passaremos por dentro da arquitetura cinematográfica da Capital de Panem, pelos prolongamentos ligados à propaganda da guerra civil interna da narrativa e também pelo aplicativo em si. Esse passeio será importante, porque queremos esmiuçar a profundidade do Mundo do Tordo, esclarecendo também, em que contexto o aplicativo se insere, uma vez que carrega amplos e diversos braços.

Depois de esclarecermos como o aplicativo funciona, apresentaremos a ideia de uma “virada espacial da linguagem em transmídia” (ANDRADE, 2015; p. 263), a qual estará embasada na metodologia do nosso trabalho e também da análise acerca das noções de espaço, distopia e transmídia, anteriormente já citadas, discutindo a Geografia da Comunicação como subcampo fértil para o pensamento contemporâneo de ações de franquias transmidiáticas, que se baseiam e/ou utilizam-se dos espaços para a construção e expansão dos universos narrativos, sejam eles espaços tangíveis, digitais, metafóricos e efetivos.

Helena teve seu primeiro contato com 'Jogos Vorazes' como muitos adolescentes, através do primeiro livro da série. Recém-saída de uma paixão avassaladora por 'Harry Potter' e 'Crepúsculo', seus primeiros livros e filmes favoritos "de todo o universo", tudo o que ela mais queria era se envolver em outra grande história. Foi assim que ela descobriu Panem e acabou se tornando irremediavelmente fã. Especialmente do filho do padeiro...

Apaixonar-se por Peeta foi um dos motivos que a fez ficar completamente atenta em tudo que pudesse sair de novidades sobre o mundo criado por Suzanne Collins. No começo dos anos 2010 era um pouco difícil, os livros estavam sendo traduzidos gradativamente e poucos eram os leitores que ela conhecia pessoalmente. O contrário, no entanto, acontecia quando ela entrava em contato com os famosos Leitores Vorazes comunidade online em forma de fórum, inteirinha dedicada a discutir as três obras literárias, inclusive disponibilizando traduções excelentes d' A Esperança, que ainda não tinha sido lançado em terras brasileiras. Helena se orgulha até hoje de ter sido uma das primeiras brasileiras a ler A Esperança, já que se aventurou em traduzir o livro que ganhou de uma prima, que passou seu aniversário de quinze anos na Disney..

Depois tudo foi se tornando um exercício mais simples, com novas informações que foram sendo divulgadas e sem depender de fontes nos Estados Unidos, em Londres, na Austrália ou no Japão para se inteirar do quanto 'Jogos Vorazes' ganhava o mundo. Na verdade, com o passar do tempo ela mesma criou um site para colocar todos os detalhes que encontrava nas muitas pesquisas e interações com outros fãs de todo o mundo via web, inclusive dedicando parte do seu tempo para colocar as suas próprias criações inspiradas no universo de 'Jogos Vorazes', compartilhando tudo com uma fiel comunidade de uns 100mil seguidores. Helena foi se tornando uma "fanfiqueira" de primeira e suas histórias baseadas nos eventos de 'Jogos Vorazes' eram uma das mais compartilhadas e comentadas no <http://fanfiction.com.br>.

Mesmo que a sua paixão pelo padeiro estivesse quase superada (lá por 2014 ela criou uma irremediável queda pelo príncipe Maxon, da franquia 'Seleção'), Helena fazia questão de continuar garimpando as melhores novidades e fanfictions. Afinal de contas, manter mais de 100k seguidores, não é para qualquer um. Helena criara o seu próprio Panem Wonderland.

2. DA GAIOLA DE PAPEL PARA O CÉU DE *PIXELS*

É um mundo “emocionalmente violento”, chamou William Irwin (2013, p. 9), professor da Universidade da Pensilvânia e editor da série “Cultura Pop e a Filosofia”, a qual ‘Jogos Vorazes’ foi um dos protagonistas. A série de Irwin procura fazer aproximações filosóficas acerca de obras da cultura pop que vêm fazendo enorme sucesso na contemporaneidade. O autor compreende que essas obras são capazes de sinalizar aspectos da vida social atual e em suas palavras, deixar-nos à frente de uma narrativa que apresenta “um mundo fantástico, grotesco e ainda assim perturbadoramente familiar” (IRWIN, 2013, p. 12).

Familiar de fato, de modo que queremos ir além dele, por ele mesmo, refletindo como os princípios utópicos e distópicos estão tão próximos de nossos entornos, especialmente entre os jovens, que são os principais difusores de franquias como ‘Jogos Vorazes’, motivados, também, pelas reconfigurações midiáticas de interação global.

Inseridos em um contexto marcado por um forte remodelamento midiático, passamos a perceber que as questões interacionais ligadas às franquias de entretenimento envolvem muito mais do que sua narrativa inicial. As franquias influenciam (e, naturalmente, são influenciadas) pelas relações sociais, pelas infraestruturas tecnológicas e até mesmo pela própria reestruturação da cultura fã. Essa nova performance da cultura fã maneja questões ideológicas e de âmbito utópicos mais pulverizadas e que parecem estar circunscritas à questões mais específicas, ligadas aos contextos identitários desses sujeitos.

Pensando nesses fãs e nessas franquias de entretenimento, esse capítulo se debruça sobre entender a configuração da franquia de ‘Jogos Vorazes’, bem como verificar como essa franquia tem lidado com esse fã contemporâneo (e vice e versa).

2.1. O universo do Tordo

Fênix.

Pássaro da mitologia grega, que em vias de sua própria morte, entrava em autocombustão, de modo que das suas cinzas ressurgissem uma nova, forte e praticamente imortal ave. Essa ave servia de grande inspiração para os gregos, que atribuíam a ela uma força sobrenatural, a perseverança e o renascimento espiritual, por meio da queima de seu próprio corpo. Além da Fênix, a mitologia antiga está recheada de símbolos de animais alados que praticavam um autossacrifício, ou que tinham ligações com o divino, um exemplo deles é

o Benu, ave semelhante a uma garça real, que na mitologia egípcia quando pressentia a sua própria morte, voava até a pira de Rá, deus do sol e ateava fogo em si e no seu próprio ninho.

Na China, um pássaro semelhante à Fênix também existia nos contos locais, bem como na antiga Persa, Índia e países do Leste Europeu, sendo utilizada em diversos contos da cultura popular, como “O Pássaro de fogo”, de origem russa, que não dá nome ao tal pássaro, mas o caracteriza como o animal de majestosas penas flamejantes.

Não é preciso ir muito além na História para lembrar que até mesmo as religiões baseadas num deus monoteísta, como a Cristã e a Judaica possuem símbolos em forma de aves. No antigo testamento, Noé avista um pássaro com galhos no bico, que sinalizam a ele estar próximo de terra firme; além disso, a pomba branca representa o Divino Espírito Santo e se manifestou quando Jesus foi batizado por seu primo, João Batista. O mesmo pássaro é associado à paz em diversas culturas.

Todo esse imaginário talvez explique a reutilização contemporânea de símbolos alados em muitas narrativas. É possível sugerir que, por estarem tão enraizados na nossa fortuna simbólica, esses pássaros incríveis são referências compreendidas rapidamente. Assim, ao aparecerem em narrativas de grande relevância popular, são imediatamente associados e tornam-se peças fundamentais para a compreensão de um enredo. Como é de praxe na contemporaneidade, esse mesmo enredo está inserido num amplo e diversificado mundo, repleto de portas de entrada e anexos interligados, que convergem em torno de uma imagem.

Esses pássaros voam por anos e anos, até se tornarem símbolos de um momento atual, em que a Fênix se torna o Tordo e o Tordo o símbolo dos ‘Jogos Vorazes’, a imagem de um ser alado que permeia todos os processos midiáticos em torno de uma revolução fictícia, inclusive de um aplicativo. Atualmente, o pássaro pode alçar voo de qualquer lugar, como de um celular no meio da cidade.

Assim como a Fênix, o Tordo é um pássaro simbólico, criado por Suzanne Collins em sua trilogia literária presente de forma ainda mais intensa nos quatro filmes de ‘Jogos Vorazes’. Por isso, está ligado diretamente ao *app*, uma vez que era a sua imagem que estampava os clames por revolução.

Colagem 2 (Veja ampliada na página 128) – Comparação da representação da Fênix com a do Tordo nas comunicações de ‘Jogos Vorazes’, ligadas ao filme.



Fonte: Google imagens.

No livro, o Tordo é descrito da seguinte maneira:

Esses pássaros são engraçados e a ideia funciona como um tapa na cara da Capital. Durante a rebelião, a Capital criou animais geneticamente modificados para serem usados como arma. O termo usual para eles eram *bestantes*, que às vezes era substituído por *bestas*, simplesmente. Um deles era um pássaro especial, conhecido como gaio tagarela, que tinha a habilidade de memorizar e repetir conversas humanas em sua totalidade. Eram pássaros que retornavam ao lar, exclusivamente machos, e que eram lançados nas regiões em que se sabia que os inimigos da Capital estavam escondidos. (...) Demorou um tempo até que as pessoas se dessem conta do que estava acontecendo nos distritos, de como conversas particulares estavam sendo transmitidas. Aí, é claro, os rebeldes começaram a fornecer à Capital as mais diversas mentiras, e essa era a piada. Então os centros foram fechados e os pássaros foram abandonados na natureza para morrer. Só que eles não morreram. Ao contrário, os gaios tagarelas cruzaram com as fêmeas dos tordos, criando uma nova espécie que podia reproduzir não só os cantos dos pássaros, como também as melodias humanadas. (COLLINS, 2010, p. 50).

O Tordo, assim, é um pássaro que nasceu da união de duas espécies, uma orgânica e outra transgênica, criada pela Capital, durante uma guerra civil, chamada de Dias Escuros. Essa guerra aconteceu há 74 anos em Panem, uma nação ditatorial, formada por uma Capital e treze Distritos, situadas geograficamente onde hoje está a América do Norte, e temporalmente em alguma realidade pós apocalíptica. Separados por muros elétricos e grades de contenção, os distritos não convergem entre si e muito menos têm acesso direto à Capital, de modo que a população vive numa realidade tal que se manterá a mesma do nascimento ao leito de morte.

Mesmo assim, algo gerou grande comoção entre os habitantes dos distritos subjugados pela Capital e durante os Dias Escuros houve uma tentativa de um levante contra o centro de poder. Só que os rebeldes perderam. E como punição, a Capital criou os Jogos Vorazes.

Ele conta a história de Panem, um país que se ergueu das cinzas de um lugar que no passado foi chamado de América do Norte. Ele lista os desastres, as secas, as tempestades os incêndios, a elevação do nível dos mares que engoliu uma grande

quantidade de terra, a guerra brutal pelo pouco que havia restado. O resultado foi Panem, uma resplandecente Capital de treze distritos unidos que trouxe paz e prosperidade a seus cidadãos. Então, vieram os Dias Escuros, o levante dos distritos contra a Capital. Doze foram derrotados, o décimo terceiro foi obliterado. O Tratado de Traição nos deu novas leis para garantir a paz e, como uma lembrança anual de que os Dias Escuros jamais deveriam se repetir, também nos deu os Jogos Vorazes. (COLLINS, 2010, p. 24).

Desde o fim dos Dias Escuros, Panem vem sendo liderada por um homem chamado Coriolanus Snow e há 74 anos os Jogos Vorazes existem, sendo uma espécie de competição. Além de punir os distritos pelos Dias Escuros, os jogos causam grande impacto na vida dos habitantes de Panem, uma vez que todos os anos, a sua população é, literalmente, obrigada a assistir ao *reality show*, no qual 24 jovens, de nove a dezoito anos se digladiam numa arena televisionada, podendo haver apenas um vencedor. “Levar as crianças de nossos distritos, força-las a matarem uma as outras enquanto todos nós assistimos pela televisão. Essa é a maneira encontrada pela Capital de nos lembrar de como estamos totalmente subjugados a ela” (COLLINS, 2010, p. 25).

Ali, às vésperas do que Suzanne Collins denominou de Colheita – o sorteio que ocorre para escolher os representantes de cada Distrito, chamados Tributos – que conhecemos Katniss Everdeen, uma moça de dezesseis anos, que habita o Distrito 12 e que teme veementemente que sua irmã caçula, Prim, seja sorteada para representar o Distrito nos Jogos. Sendo exatamente o que acontece.

Prim é sorteada e Katniss se voluntaria para assumir o lugar da irmã. Assim, ela será a representante do Distrito 12, no 74º Jogos Vorazes e “eu fico parada enquanto eles (o Distrito 12) participam da forma mais ousada de protesto que conseguem. O silêncio. O que quer dizer que nós não concordamos. Nós não perdoamos. Tudo isso é errado.” (COLLINS, 2010, p. 31). Como tributo masculino, Peeta Mellark, o filho do padeiro, é sorteado.

É neste momento da história, ao se despedir das pessoas queridas que Katniss é presenteada com um broche do Tordo. Um broche dourado, circular, com o pássaro se preparando para voar. Na obra literária o presente é dado por Madge, filha do prefeito do Distrito 12 e esse broche segue com a personagem durante todo o processo de preparação para entrar na arena, bem como serve de inspiração para o seu estilista e principal entusiasta, Cinna, que deixa claro a sua percepção de que Katniss é muito mais do que um Tributo do Distrito 12.

No filme, Madge foi completamente obliterada e o broche ganha um simbolismo um pouco diferente, marcando a passionalidade da personagem, uma vez que Katniss o adquire no bairro mais pobre do seu distrito para dar à Prim, mas o recebe de volta em vias de entrar

na arena. Logo, o broche, nos filmes, está ligado ao amor que a personagem tem por seus vizinhos e por seus entes, muito mais do que o simbolismo político do presente de Madge.

Quem não foi esquecido, foi Cinna, que é o responsável por fazê-la ser notada desde o primeiro momento em que ela e Peeta são apresentados à “frívola e artificial Capital” (COLLINS, 2010, p. 115), até sua saída da arena dos Jogos. Ao contrário do que normalmente acontece, quando um clima de competitividade se instaura entre os Tributos, Katniss e Peeta são colocados o tempo inteiro como aliados, amantes e parceiros, principalmente por seus preparadores, estilistas e seu mentor, Haymitch Abernathy, único Vitorioso ainda vivo do Distrito 12.

O plano era o de criar no *reality show* uma narrativa midiática, na qual Katniss e Peeta se amam profundamente e, graças aos Jogos, nunca poderão ficar juntos. O plano funciona. Todos os habitantes da Capital passam a adorar a ideia de um romance entre Katniss e Peeta, chamando-os de Amantes Desafortunados, colocando-os no centro das apostas¹¹. Katniss está entre os favoritos naquele ano, se tornando a principal figura, recebendo diversos presentes de seus patrocinadores e sendo estimulada seguidas vezes por seu mentor a seguir viva na arena. Com a ideia de um romance entre Katniss e Peeta, todos (nós, inclusive) passam a criar uma enorme expectativa do que acontecerá entre os Amantes Desafortunados, quando chegar o final.

É importante notar, que apesar de estar na arena contra sua vontade e ter plena ciência de que o discurso criado por Haymitch e Cinna é falso, Katniss percebe que Peeta realmente tem sentimentos por ela, de modo que quando existe uma remota oportunidade de mudança nas regras ela se esforça para manter Peeta vivo: “Se quero manter Peeta vivo, tenho de despertar mais simpatia no público. Amantes Desafortunados desesperados por voltar para casa. Dois corações batendo como um só. Romance.” (COLLINS, 2010, p. 280). Inclusive se arriscando para conseguir um medicamento para o rapaz, Katniss segue em parceria com ele até o momento decisivo, em que um teria que matar o outro.

No entanto, Katniss se recusa a matar Peeta, que também se recusa a matá-la. Diante de um impasse, os dois preferem se suicidar e não declarar nenhum vencedor naquele ano. A atitude do casal fez com que a Capital mudasse as regras do jogo e deixasse que os dois saíssem Vitoriosos, pelo fato de haver a necessidade de um vencedor, porém a atitude de

¹¹ Nos bastidores dos jogos, os ricos habitantes da Capital podem patrocinar os seus participantes favoritos, apostando neles e oferecendo remédios, comida, armas e afins; coisas para que eles possam sobreviver por mais tempo e até vencer a competição. Katniss e Peeta, ao serem inseridos numa narrativa romântica, acabam conquistando vários apostadores e entusiastas. Inclusive fora da Capital. Os presentes dos patrocinadores são enviados em paraquedas prateados e o responsável por articular esses investimentos é o mentor, Haymitch.

Katniss é vista como rebelde por Snow, mas inspiradora e decisiva para um novo levante, logo, tornando-a “a garota que desafiou a Capital”.

Assim, durante o segundo livro, conhecemos com mais detalhes os outros distritos, ao acompanhar o casal protagonista através de uma viagem por Panem, durante a chamada Turnê de Vitória. Ao passearmos com eles pelos diferentes cantos de Panem, percebemos um clima de tensão e insatisfação, principalmente em distritos mais pobres e subjulgados, como o 10 e o 11. O clima é tão crítico, que Snow, em pessoa, faz uma visita à Katniss e diz que ela precisa provar que não agiu de má fé, na hora de propor o suicídio e sim que era uma moça tola e apaixonada.

Na Capital, diferentemente dos distritos, as amoras venenosas que Katniss e Peeta iam comer para cometer suicídio, não foram interpretadas como um sinal de rebelião e sim um ato de uma “garota desesperada tentando salvar seu namorado” (COLLINS, 2011, p. 89), de modo que os Jogos foram um verdadeiro sucesso ali e o Tordo do broche foi copiado para as mais diversas funções: fivelas de cintos, tatuagem, bordados, outros broches e por aí vai. “Todos querem usar o símbolo da vencedora”. (COLLINS, 2011, p. 89). Um verdadeiro símbolo de articulação aparecendo em todos os filmes da franquia e todas as comunicações de ‘Jogos Vorazes’, conforme veremos com mais detalhes logo mais.

É então que tomamos ciência do Massacre Quaternário. Evento que ocorre a cada 25 anos e que tem por objetivo fazer uma versão ainda mais potente dos Jogos Vorazes.

No aniversário de 25 anos, para que os rebeldes se lembrassem de que seus filhos estavam morrendo por seus pais terem escolhido iniciar a violência, cada distrito fez uma votação para escolher os tributos que o representariam (...) No aniversário de cinquenta anos, para que ninguém se esquecesse de que dois rebeldes haviam morrido para cada cidadão da Capital, cada distrito teve de enviar duas vezes o número de tributos (...) No aniversário de setenta e cinco anos, para que os rebeldes não se esqueçam de que até mesmo o mais forte entre eles não pode superar a Capital, o tributo masculino e o tributo feminino serão coletados a partir do rol dos vitoriosos vivos (COLLINS, 2011, p. 186 e 187)

Logo, Katniss e Peeta precisam voltar à arena dos Jogos. Como os preferidos na edição passada, eles estão novamente no centro das apostas, mas diferentemente do ano anterior, todos os presentes tinham sido Vitoriosos em algum momento, de forma que eles, não só conhecem o sistema de apostas, como também entendem muito bem como o jogo acontece nos bastidores. Alianças são formadas e Katniss se junta à Finnick Odair e Mags, do Distrito 4, Johanna Manson, do Distrito 7, Wiress e Beetee do Distrito 3. Com a ajuda deles, Katniss e Peeta fazem parte de um plano para derrubar a arena dos Jogos, mesmo que não saibam disso.

-Tínhamos que salvá-la porque você é o tordo, Katniss –diz Plutarch. –Enquanto você viver, a revolução vive.
O Pássaro, o broche, a canção, as amoras, o relógio, o biscoito, o vestido em chamas. Eu sou o tordo. O que sobreviveu apesar dos planos da Capital. O símbolo da Rebelião. (COLLINS, 2011, p. 408).

No terceiro livro, todos os movimentos estão na derrubada da Capital e Katniss descobriu que o Distrito 13 não foi destruído. Também que eles tem uma presidente, chamada Alma Coin, e um exército prontos para lutar. “O que eles querem é que eu assuma verdadeiramente o papel que designaram para mim. O símbolo da revolução. O Tordo. (...) Devo agora tornar-me a líder real, o rosto, a voz, o corpo da revolução.” (COLLINS, 2011, p. 17).

O Distrito 13 é caracterizado por Katniss da seguinte forma:

Do céu, o 13 parece tão alegre quanto o 12. Os destroços não estão soltando fumaça, como a Capital mostra na TV, mas praticamente não há o menor sinal de vida na superfície. Nos setenta e cinco anos que se passaram desde os Dias Escuros – quando dizem que o 13 foi bloqueado na guerra entre a Capital e os distritos –, quase todas as novas construções foram feitas abaixo da superfície da terra. (...) durante os dias Dias Escuros, os rebeldes no 13 arrancaram o controle das forças do governo, apontaram seus mísseis nucleares para a Capital e em seguida propuseram um acordo: eles se fingiriam de mortos e em troca seriam deixados em paz. (...) O governo central foi obrigado a aceitar a proposta (...) agora os cidadãos vivem quase exclusivamente no subterrâneo. Você pode sair para fazer exercícios e tomar banho de sol, mas somente em momentos bem específicos de sua programação diária. Você não pode descumprir sua programação diária. (COLLINS, 2012, p. 24 e 25).

O que mostra que, mesmo separados por moldes diferentes, o 13, assim como a Panem liderada por Snow, também vive sob uma organização totalitária e que impõe rotinas, hábitos e subserviência. Tais fatores são impostos sob a ideia de que dessa forma eles poderão sobreviver e se manterem seguros da Capital. Essa ideia está tão enraizada no Distrito 13, que em nenhum momento da narração de Katniss ela percebe algum ímpeto oposto, por parte dos habitantes dali, já acostumados com a forma que vivem. É como se eles se preparassem para o levante, na esperança de que ele seja a única saída para a sua atual forma de vida.

Planos são orquestrados, personagens são mortos e a tomada da Capital é finalmente alcançada. Mesmo assim, o final é incerto, levemente açucarado, mas literalmente propagador de um discurso de esperança. Todos esses personagens estão em busca da utopia, através de uma distopia.

2.2 *Panem et Circenses*¹²

De origem grega, ‘distopia’ é um mundo sem idealizações sociais, no qual reinam os elementos satíricos, irônicos ou da pura exposição da ação ou da alienação do sujeito. Diferente da utopia, a distopia se firma na constante tensão de que a ameaça do humano sobre o humano se torne real (em linhas ditatoriais). Neste contexto a liberdade é limitada, as formas de comunicação passam a ser controladas e a própria arquitetura da cidade é modificada, em torno da mensagem passada pelo poder.

O pesquisador norte-americano Russel Jacoby (2001) afirma que a utopia é o gênero que atravessa cinco séculos, projetando sociedades ideais cada vez mais tecnologizadas, até disseminar, no séc. XX, o gênero da distopia. Para o historiador, a distopia se torna uma realização final a ser evitada pelas utopias, sugerindo a designação de que as distopias são comumente vistas como o contrário das utopias. A distopia, também, não é apenas um subgênero da ficção científica, afirma Carolina Figueiredo (2011), apesar de ter ganhado ênfase como tal, na literatura, justamente por conta das ideias “tecnologizadas” a qual Jacoby faz referência.

Depois de sua obra em 2001, o próprio Jacoby, já em 2007 rediscutiu o assunto e trouxe uma questão bastante pertinente sobre a utopia negativa, ou distopia, noção central para entender o universo de referências criado em ‘Jogos Vorazes’: “Será a distopia o oposto da utopia, ou será que ela emerge da própria utopia?” (p. 33). Para que possamos discutir esta ideia, é preciso que delimitemos o que entendemos por utopia e o que compreendemos por distopia.

A utopia é um gênero literário, nascido no século XVI e que ganhou bastante popularidade naquele período, graças às chamadas Grandes Navegações. Uma das principais ideias geradas neste gênero é a de que seria possível encontrar um lugar virgem de intervenções negativas e mesmo assim de grande complexidade social. Os autores utópicos levantavam características que achavam estarem equivocadas ou erradas na sociedade a qual estavam inseridos e imaginavam de que maneira(s) essa(s) situação(ões) poderia(m) ser resolvidas num lugar ‘perfeito’. Para isso, esses utopistas criavam narrativas incríveis, nas quais, ao se lançar em uma viagem, o personagem principal descobria que o modo de vida que

¹² No terceiro livro da saga de ‘Jogos Vorazes’, “A Esperança”, Plutarch explica à Katniss o significado desse ditado grego. Ele diz: “*Panem et Circenses* se traduz por ‘pão e circo’. O escritor queria dizer que em retribuição à barrigas cheias e diversão, seu povo desistiria de suas responsabilidades políticas e portanto, abdicaria de seu poder”. (COLLINS, 2012, p. 241).

a sua sociedade de origem levava era errôneo e que era possível ser diferente, ajustando alguns funcionamentos sociais, especialmente os ligados à ética, moral e espírito coletivo.

É desse ensejo pelo diferente (e “melhor”) que vem, para Jacoby (2007), uma diferença crucial dentro das crenças dos utopistas. O pesquisador as separa de duas formas: os Utopistas Projetistas e os Utopistas Iconoclastas. Os Utopistas Projetistas seriam aqueles que, ao imaginar essa sociedade perfeita, também dariam a ela formas e todas as características necessárias para que ela soe perfeita. Eles descrevem o tipo de arquitetura, os alimentos, os horários e até fazem questão de deixar bastante claro o que eles discordam do lugar de onde vieram. Muitas vezes o tom dado nessas obras é o de autoritarismo, de modo que “os projetistas não apenas pareciam repressores, como também rapidamente se tornaram antiquados.” (JACOBY, 2007, p. 65).

Para o autor, essa formatação utópica foi a grande responsável pelo quase desinteresse de uma visão utópica de mundo, ao mesmo tempo em que compreende que ao assumir um discurso que soe totalitário, as linhas entre ditadura e a utopia se estreitaram, sendo visível hoje, quando “na melhor das hipóteses, ‘utópico’ é empregado como um termo abusivo, sugerindo que alguém não só não é realista, como também é favorável à violência”. (JACOBY, 2007, p. 30), ou seja, o que se acreditava por utopia foi ganhando uma relação com os discursos ditatoriais de figuras como Hitler, Stálin e Mao, que configuraram uma ideia permanente de que "nada distingue os utópicos de totalitaristas" (JACOBY, 2007, p. 31).

De fato, a descrição minuciosa do *modus operandi* social, arquitetônico e estatal costuma remeter fortemente a uma realidade totalitária, tal qual citamos nos exemplos de regimes reais espalhados pelo mundo. Mas é por isso que o autor e também nós consideramos importante trazer essa diferenciação entre os Projetistas e os Iconoclastas, pois eles defendem diferentes aspectos de uma construção utópica para a sociedade. Isto implica dizer que a generalização da utopia como sinônimo de totalitarismo não é só um engano, mas é uma espécie de deflagração do sentido original dado às obras utópicas.

É por isso que Jacoby se apoia na noção de uma Utopia Iconoclasta para o resgate das utopias, fortemente baseada na tradição judaica, onde os projetos nunca serão suficientes para descrever as características de um mundo ideal, mesmo mantendo a Utopia como indispensável.

Os projetistas tiveram o seu momento. Mas, se eles constituem uma parte maior da tradição utópica, eles não a exaurem. Uma escola menor de utopistas iconoclastas judeus resistiu a apresentar dimensões precisas para o futuro (...) Ao agradecer o hoje, os utopistas iconoclastas abrigam esperanças ardentes do amanhã, esperanças de um

mundo de vidas e paixões mais livres. Pistas, fragmentos e suspiros – não projetos – sustentam essa esperança. (JACOBY, 2007, p. 30).

A diferença primordial entre os dois tipos de utopistas é a forma como interpretam o porvir. Enquanto que o projetista se mantém refém das referências de seu tempo e as transformam em referências para essa sociedade ideal, o iconoclasta não chega a planejar e sim, literalmente, sonhar com esse futuro e propor que ele exista através do que ele não é, “ansiando pelo futuro e valorizando o presente” (JACOBY, 2007, p. 208).

É possível notar um vetor intermediário situado entre as duas formas de utopia no gênero distópico, uma vez que ele depende da visão de incredulidade e crítica à sociedade contemporânea, ao mesmo tempo em que propõe uma quebra com esse regime, através de uma revolução, a qual não sabemos o que vai se tornar. Dizendo de outra maneira, partindo do incômodo pelo contemporâneo, tal qual os Utopistas Projetistas faziam, a Distopia pretende reformulá-lo, mas ao contrário desses mesmos utopistas, ela não se valida na descrição de um mundo reformado e sim no caminho que se percorre até ele, tal como os Iconoclastas fariam.

A distopia não está para a utopia assim como a dislexia está para a leitura, ou a dispepsia está para a digestão. As outras palavras compostas a partir do prefixo "dis", derivadas de uma raiz grega que significa doença ou imperfeição, são formas distorcidas de algo saudável é desejável, mas a distopia é considerada menos uma utopia deteriorada, do que uma utopia desenvolvida, as distopias são habitualmente vistas não como o oposto das utopias, mas como o seu complemento lógico. (JACOBY, 2007, p.33).

Assim, consideramos para esse trabalho, que as distopias não são um meio de invalidar as Utopias Projetistas e Iconoclastas, mas como parte complementar de suas lógicas. É como se uma nascesse no centro de convergência das outras, utilizando o que há de mais significativo em seus formatos. Para Jacoby, então, as obras distópicas, especialmente as do início do século XX

não unem utopia e distopia. Ela (a distopia) condena a sociedade contemporânea, ao projetarem no futuro os seus piores aspectos. Aqui reside a diferença entre utopia e distopia: as utopias buscam a emancipação ao visualizar um mundo baseado em ideias novas, negligenciadas ou rejeitadas; as distopias buscam o assombro, ao acentuar tendências contemporâneas e ameaças à liberdade. (JACOBY, 2007, p. 40).

O assombro, o qual Jacoby fala está presente em ‘Jogos Vorazes’, uma vez que são inseridas em sua narrativa, séries de críticas à atual espetacularização da vida e de rituais de sofrimento em *reality shows*¹³, destacando que essas críticas são apoiadas na noção de perda

¹³ “Suzanne Collins diz que os *reality shows* contemporâneos forneceram boa parte da inspiração para a saga – e como alguns dos capítulos deste livro indicam, as semelhanças entre o nosso mundo e a distopia futurística de

da liberdade, algo que é constante nesse gênero narrativo, pois está ligado à subjugação do ser humano pelos seus próprios atos.

Diferentemente de uma utopia, no entanto, a história de ‘Jogos Vorazes’ não se firma em tentar explicar ou descrever o que acontecerá depois que o Tordo tomar a capital e sim o caminho que foi percorrido para a libertação desse povo. Outra característica que é bastante notável nas Distopias contemporâneas, também visível em ‘Jogos Vorazes’, é sua ambientação e foco ligados ao público jovem, através de personagens com faixas etárias de, no máximo vinte anos e com situações diretamente ligadas à fase de crescimento, como a busca por independência, emancipação familiar, tomada de decisões e até mesmo a ‘rebeldia’ de questionar as decisões impostas.

Esse gênero tem dominado as prateleiras das livrarias, inclusive como obras de grande circulação e venda, de modo que, sem fazer grande esforço, podemos citar exemplos de outras franquias que seguem esta mesma lógica, tais como: ‘Feios’ (2005), ‘Maze Runner’ (2009), ‘Divergente’ (2011), ‘Destino’ (2010), ‘Starters’ (2012), ‘Brilho’ (2013), entre muitos outros, que além de colocar o jovem como protagonista, o vê como vetor de mudança social e ainda traz uma série de elementos que dialogam com esse público específico, através da linguagem utilizada, expressões e até preocupações desta fase. Essas características aliam-se à uma aparente busca por uma demonstração das fragilidades contemporâneas, a partir de elementos de uma sociedade distópica, em busca da esperança.

Para Sargente (2008, p.5), "toda a ideologia contém uma utopia; contudo o problema surge quanto a utopia se transforma num sistema de crenças, em vez de, como acontece na maioria dos casos, se assumir como a crítica do real através da imaginação de uma alternativa melhor", essa ideia nos faz pensar se, afinal, ao estarmos frente a uma popularização do gênero distópico como literatura de formação, não estaríamos inseridos em uma nova configuração ideológica, baseada na distopia, mas em busca de uma utopia.

Collins não termina aí. Ao ler os horrores que Katniss e seus colegas enfrentam na arena, nos perguntamos se seria possível para seres humanos justificar atrocidades como os Jogos Vorazes.” (IRWIN, 2013, p. 13)

Era recente essa fixação por JV, como Helena passou a chamar a história de Suzanne Collins. Quando ficou sabendo que seriam feitos filmes, ficou fascinada, acompanhando cada notícia, como se fosse oxigênio. Ficou cheia de alegria, quando Jennifer Lawrence e Josh Hutcherson foram escolhidos para interpretar os seus mais novos melhores amigos. Ela foi uma das primeiras brasileiras a ter acesso a algumas notícias, justamente por ter amigos online em outros países; tanto que se aproveitou disso para criar o Panem Wonderland, site que informava todos os detalhes os quais se lembrava, feito anotações, tinham lhe informado e/ou soubera através de fontes tão fanáticas quanto ela. Por pouco mais de três anos (tempo considerável para uma adolescente), Helena mergulhou de cabeça no mundo de Katniss e companhia e teve a oportunidade de acompanhar diversas ações mundiais promovidas pela Lionsgate. Desde a libertação do Tordo em chamas, projetado em várias capitais no mundo, passando por atuações de fãs clubes (como a competição para quem fizesse o melhor tordo de post-it, que Helena fizera a cobertura no Instagram), até no famoso ConTribute, evento que aconteceu às vésperas do último filme chegar aos cinemas e que reuniu fãs aclamados do mundo inteiro.

Foi nesse evento, que Helena, finalmente, conheceu seus amigos norte-americanos, ingleses, australianos e japoneses.

Foi lá, também, que Helena conseguiu mais de um milhão de visualizações no seu vídeo entrevistando o seu padeiro favorito e Katniss, ou seja, Jennifer Lawrence e Josh Hutcherson, e olha que ela já se sentia parte daquela família.

2.3. O voo transmidiático do Tordo:

Por essa sua ligação com o público mais jovem, obras como ‘Jogos Vorazes’ cada vez mais são adquiridas por companhias que investem em diversas linguagens e nichos, tais como a Lionsgate, produtora que, em parceria com a Paris Films, adaptou ‘Jogos Vorazes’ para o cinema em quatro filmes, estrelados por Jennifer Lawrence e Josh Hutcherson nos papéis de Katniss e Peeta, respectivamente. Como qualquer passagem entre mídias, a história sofreu muitas mudanças em sua narrativa para que pudesse se adequar ao cinema, mesmo assim manteve o enredo principal e certos símbolos presentes no livro – como o próprio Tordo. Essas mudanças acabam por ser contundentes, em termos narrativos, pois dão outras perspectivas à mesma história, sendo uma das principais características das passagens filmicas contemporâneas, que não se restringem ao texto impresso já conhecido, mas vão além explorando outras nuances de um mesmo universo. Sendo esta a razão pela qual não usamos, neste trabalho, o termo “transposição”, “adaptação” e/ou “versão”.

Com o acréscimo de informações, mudanças de perspectivas, sendo esses detalhes os fios que conduzem nas passagens de uma mídia para a outra (ou outras), consideramos que o trabalho que a Lionsgate e Paris Films fizeram em ‘Jogos Vorazes’, não é o de, simplesmente, levar uma narrativa literária para o cinema, mas de tentar incorporar, a cada nova mídia, uma nova ideia acerca do todo. Indo além do movimento de criação de franquia de entretenimento para uma franquia transmidiática de entretenimento.

É possível apontar, que desde a década de 1980 existe uma movimentação por parte dessas grandes companhias de entretenimento em investir fortemente no formato de ‘franquia’, em que essas histórias, que partem de um texto-fonte, ou texto-base se alongam para as mais diversas mídias, produtos e afins. O termo ‘franquia’ vem do francês *franchir* e era usado na política, significando a liberdade de cada pessoa em ir atrás dos seus direitos e numa tradução literal estaria mais próximo da palavra “atravessar”, do que da palavra “franquia”, e o seu significado de “liberar”.

A partir dos anos 20, a palavra foi apropriada pelo mundo dos negócios, que a deu um novo significado: o de articular uma marca única em diversos segmentos e estabelecimentos locais, mas sem perder a padronização, como, por exemplo, a marca Starbucks, presente em diversos países, com culturas diferentes, mas que mantém os aspectos específicos da fonte inicial. Ou seja, por conta desse formato franquiado, é possível tomar o mesmo cappuccino que você tomaria na sua cidade, só que pagá-lo em libras e pedi-lo em inglês. Mas este é um formato tradicional de franquia, o qual não dá conta de olhar para as nossas inquietações.

Isto por que a franquia tradicional, nesse caso, possui prolongamentos extremamente conectados, que sempre reportam a uma origem e que não se diferenciam dela. O que distingue uma franquia de negócios tradicional, de uma franquia de entretenimento, como ‘Jogos vorazes’, é o fato de que os prolongamentos (ou filiais), mesmo ligados ao texto-fonte, podem ser únicos e não necessariamente, reportarem-se apenas a ele. Para Kristin Thompson (2007), a franquia ligada ao entretenimento “gera fluxos de renda adicionais, além dos que ganha com suas várias formas de distribuição no cinema, em vídeo e na televisão”. (p. 4. Tradução nossa)¹⁴, sendo um dos marcos nas franquias de entretenimento o ‘Star Wars’¹⁵, que hoje congrega os mais diversos produtos, dos mais diversos segmentos, ligados às várias partes do universo expandido da franquia. Em outras palavras, a franquia de entretenimento tem uma maior liberdade para gerar desdobramentos da marca para torná-la mais ampla.

Henry Jenkins (2009, p. 47) nota um “empenho coordenado em imprimir uma marca em um mercado a conteúdos ficcionais”, criando assim uma convergência de recursos em torno de um produto inicial, dando potência para que ele se expanda e encontre cada vez mais público e mais significado. Para isso, são acrescentados, subtraídos e até reinterpretadas mensagens e passagens do texto-base, adaptando-o às mais diversas mídias.

Assim, é importante para esse trabalho ressaltar que ao fazer a passagem do livro para o filme, a história dá uma imagem para o que antes estava em palavras, construindo uma arquitetura para Panem, uma moda para a Capital, um rosto para os personagens e ainda uma representação para o Tordo. O pássaro de bico comprido, pelugem escurecida, topete e longas asas, em nada se parece com a sua “mãe”, o *Turdus Philomelos*, ou Tordo Comum, mas remete fortemente à Fênix, quase parecendo uma versão menor da famosa ave, mais um indicativo da sua busca por adequação simbólica e alcance.

Desse modo, a passagem do livro para o filme, no caso de 'Jogos Vorazes' deu início a uma série de outras passagens, criando uma ampla rede de signos, mídias e processos de interação, em medida de entreteçamento, onde todas essas dimensões importam. Toda essa ampla rede acabou ativando ainda mais a comunidade fã, que já vinha desde a série de livros, expandindo as já sedimentadas formas de interação. O que antes ficava em fóruns de discussão online e em trocas de livros e versões de traduções do que ainda não tinha

¹⁴ Tradução de: “(...) it spawns additional revenue streams beyond what it earns from its various forms of distribution, primarily theatrical, video, and television” (THOMPSON, 2007, p. 4)

¹⁵ ‘Star Wars’ é uma franquia multicomunicacional, criada por George Lucas em 1977 com o lançamento do primeiro filme da primeira trilogia de ficção científica, “Star Wars”, seguido de mais dois filmes de enorme bilheteria. Hoje é a franquia de entretenimento que mais fatura com produtos voltados à série de sete filmes. Em 2014 a franquia foi comprada pela Disney Co., que no ano passado lançou o sétimo filme “O Despertar da Força”, que ainda ostenta o título de maior bilheteria num final de semana de estreia. Fonte: <http://migre.me/uoeYq>

oficialmente sido lançado no Brasil, ganhou proporções de co-participação, de modo que o fã, no caso de ‘Jogos Vorazes’, é muito mais do que o advogado da marca, ele é usuário, jogador, brincante, participante, entre outros, construindo uma aliança com a franquia e emprestando o seu reconhecimento como fã para a mesma.

O termo fã vem da palavra em inglês *fanatic* que significa fanático e basicamente designa uma pessoa que tem uma ampla paixão por um artista, banda, grupo, ideia, esporte, marca ou mesmo objetos específicos. O fã é um grau mais complexo do admirador, pois diferentemente do segundo, o primeiro se engaja nas ações referentes àquilo que é fanático e ainda por cima faz questão de se tornar uma espécie de porta-voz daquilo.

Não se torna um “fã” apenas por assistir regularmente determinado programa, mas por traduzir esta experiência em algum tipo de atividade cultural, por compartilhar ideias impressões sobre o programa com os amigos, por ingressar em uma comunidade de fãs que compartilham interesses em comum. Para os fãs, é natural que o consumo deflagre a produção, a leitura gere a escrita, a cultura do espectador se torne cultura participativa ((JENKINS, 2006, *Participatory Poland (Part Four): Notes on Comics Fandom in Poland* in <http://henryjenkins.org> - Tradução nossa)¹⁶.

É por esta razão que o *fandom*, ou cultura fã é estruturado em comunidades articuladas e por vezes muito bem afinadas com os meios de comunicação, de modo que elas se tornam cada vez mais significativas para as articulações e rearticulações midiáticas. Henry Jenkins (2009) observa que essas comunidades foram se formando ao longo do século XX como uma resposta à sobreposição da cultura de massa sobre a cultura tradicional ou popular. Segundo o autor:

Não havia fronteiras entre a cultura comercial emergente e a cultura tradicional residual: a cultura comercial invadia o território da cultura tradicional, e a cultura tradicional invadia o território da cultura comercial. Pode-se contar a história das artes americanas do século XX em termos da substituição da cultura tradicional pelas mídias de massa. No início, a emergente indústria do entretenimento conviveu em paz com as práticas tradicionais, considerando a disponibilidade de cantores e músicos populares como um potencial acervo de talentos, incorporando as cantorias comunitárias na exibição de filmes e transmitindo concursos de talentos amadores pelo rádio e pela TV. As novas artes industrializadas exigiam grandes investimentos e, portanto, uma audiência em massa. (...) ao mesmo tempo, comunidades alternativas de fãs surgiram como reação aos conteúdos dos meios de comunicação de massa (JENKINS, 2009, p. 192).

¹⁶ Tradução de: “One becomes a “fan” not by being a regular viewer of a particular program but by translating that viewing into some kind of cultural activity, by sharing feelings and thoughts about the program content with friends, by joining a community of other fans who share common interests. For fans, consumption naturally sparks production, reading generates writing, spectator culture becomes participatory culture.” (JENKINS, 2006, *Participatory Poland (Part Four): Notes on Comics Fandom in Poland* in <http://henryjenkins.org>)

Deste modo, as comunidades tinham e ainda têm como característica principal a de ir além dos conteúdos da mídia chamada de oficial, sendo os fãs detentores de informações muito ampliadas e entusiastas de uma apropriação desses conhecimentos para além do conhecido, divulgando e trocando informações entre si. As comunidades fãs acabam se articulando fortemente por essa necessidade de saber mais do que é oferecido inicialmente e trocar informações entre si, de modo que transformem o fã em coprodutor. Indo além, tornando-o parte integrante do próprio discurso da franquia.

“Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno” (JENKINS, 2009, p. 188) e é neste sentido que os fãs se tornam, também, produtores capazes de produzir as mais diversas formas de *fanfictions*, que vão da narrativa escrita, passam por artes gráficas, navegam através da produção de audiovisual, até desembocar nas apropriações das mídias para divulgar tudo isso. Afinal, os fãs “sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia” (JENKINS, 2009, p. 188), sendo eles capazes de reestruturar o formato dessas tecnologias e adaptá-las aos seus usos e necessidades.

Abertos às mais diversas formas de mídia e às possibilidades exploratórias das franquias de entretenimento, os fãs vêm ganhando cada vez mais espaço e mais atenção das corporações detentoras dos direitos das franquias, de modo que no contexto da *web*, interações, comunicações e engajamentos são amplificados pela mundialidade dessa ferramenta, bem como “o ressurgimento público da criatividade popular alternativa, à medida que pessoas comuns se aproveitam das novas tecnologias que possibilitam o arquivamento, a apropriação e a recirculação de conteúdos de mídia” (JENKINS, 2009, p. 193). Expandida, ainda mais, pela evolução tecnológica, as ações que envolvem as comunidades fãs têm se tornado cada vez mais complexas e abrangendo cada vez mais pessoas de vários lugares do mundo, mostrando que, desses mesmos fãs, é cobrado uma multiplicidade de articulações e muitas vezes domínios dessas linguagens e ferramentas contemporâneas.

Fica cada vez mais aparente a pretensão das comunidades fãs de se tornarem mais presentes, participativas e enciclopédicas, de modo que elas são as primeiras a imergirem profundamente no universo oferecido por essas narrativas franquizadas, seja de modo individual ou em movimentos coletivos. O ambiente *web* torna-se aliado ideal, uma vez que é possível ter acesso às comunidades do mundo inteiro, conferir as ações que ocorreram nos mais diversos lugares, além de trocar informações com eles.

Observando essa espécie de tendência, empresas como a Lionsgate, por exemplo, se esforçam em articular-se com as comunidades fãs, compreendendo que são fortes aliados no

alçar voo das suas marcas, tanto pelo domínio que esses fãs detêm da fortuna intelectual das histórias em si, quanto porque são fontes inesgotáveis de trabalhos voltados para o universo franquiado, inclusive com potencial para se tornar um *commodity*.

Se prestarmos atenção no universo de ‘Jogos Vorazes’, perceberemos que, além de não tirarem do ar sites criados por fãs, a Lionsgate ainda os estimula, inclusive financeiramente, a participarem através das redes sociais digitais, aplicativos e afins¹⁷.

A *fanpage* oficial do filme no Facebook, por exemplo, posta todas as ações desenvolvidas pelas comunidades fãs, fotos que eles compartilham e ainda divulgam os trabalhos de *fanfictions*, afinal de contas “em tempos de convergência midiática, *fanfictions* não são mais práticas exclusivas de uma subcultura” (NEVES, 2000, p. 52), podem virar outros filmes, livros e até mesmo as duas (ou mais) coisas ao mesmo tempo.

Aparentemente afinados com os seus fãs, a campanha oficial de ‘Jogos Vorazes’ se debruça fortemente no que os seus Tributos têm a oferecer. A exemplo de uma ação que aconteceu dois meses antes do lançamento do último filme da franquia, quando a Lionsgate criou um concurso chamado ConTribute, em que os fãs poderiam enviar desenhos, pinturas, gravuras ou colagens, entre outras expressões visuais - para o site oficial e concorrer a um ingresso e passagem para o evento Global Fan Celebration, em Los Angeles, que ocorreu no dia 30 de outubro de 2015 (**Anexo 1**). Pelo próprio nome do evento, é possível perceber que ele foi voltado para a cultura fã.

Nas últimas décadas, as corporações buscaram vender conteúdo de marca para que os consumidores se tornem os portadores de suas mensagens. Profissionais de marketing transformaram nossos filhos em outdoors ambulantes e falantes, que usam logotipos na camiseta, pregam emblemas na mochila, colam adesivos no armário, penduram pôsteres na parede. (...) Produtores de mídia e anunciantes falam hoje em “Capital emocional” ou “*lovemarks*”, referindo-se a importância do envolvimento e participação do público em conteúdos de mídia. (JENKINS, 2009, p. 195 e 235 – grifo nosso).

¹⁷ A Lionsgate financiou, às vésperas do lançamento do penúltimo filme da franquia (novembro – 2014), um concurso nacional no Brasil que selecionou 13 cidades (São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Manaus, João Pessoa, Porto Alegre, Belém, Salvador, Vitória, Recife, Campinas, Florianópolis e Rio de Janeiro), as quais os fãs clubes deveriam criar tordos utilizando post-it. A capital vencedora ganharia uma ação especial dos ‘Jogos Vorazes’. Além dessa ação, podemos destacar a dos ingressos, a qual os fãs que tivessem adquirido ingressos na pré-venda poderiam compartilhar uma foto com o ingresso e ganhar um brinde exclusivo; ou a ação #unite, que dizia respeito às pessoas postarem fotos nas redes fazendo o símbolo de três dedos da Revolução, as melhores fotos foram postadas nas redes sociais do ‘Jogos Vorazes’. Uma das ações que mais chamou atenção foi a dos Grandes Eventos Paris Filmes, os quais os fãs eram convidados a irem em um teatro em algumas capitais do mundo, onde ocorreriam competições de Costume Plays (*Cosplay*), Quizes, Trívias e debates sobre o universo de ‘Jogos Vorazes’. As fotos dessas ações e as explicações podem ser vistas aqui: <http://migre.me/tyL6Z>

Jenkins observa que, tanto houve uma adaptação das corporações em aceitar, ceder e convergir com esses fãs, como é notável a compreensão dos próprios fãs sobre a sua importância, de modo que as comunidades foram se tornando cada vez mais complexas e mais universais, o que foi facilitado pela internet. A franquia ‘Jogos Vorazes’ se apoiou no universo criado por Suzanne Collins, que é amplo e permite diversas abordagens, para estender aos fãs tais possibilidades, de modo que a história de Katniss e companhia foi o ponto de partida para a expansão de entradas e de enredos ligados (ou não) à revolução do Tordo. Em resumo, dizemos que ‘Jogos Vorazes’ se popularizou fortemente através dos livros, ganhou potência através dos filmes e mais ainda com as estratégias midiáticas de divulgação e ativação das narrativas relacionadas à franquia, de modo que se tornou algo maior que a própria ideia de franquia tradicional de entretenimento comporta. Tornou-se uma franquia transmidiática¹⁸.

Antes de desenvolvermos os enlaces que ocorrem entre franquia de entretenimento, cultura fã e transmídia, precisamos compreender que é possível acessar a noção de transmídia por diversas frentes, mesmo que elas não signifiquem exatamente a mesma ideia. Um exemplo disso são os estudos de intermedialidade, que costumam considerar a transmídia uma espécie de sinônimo do conceito de intermídia, uma vez que notam entre as duas uma relação próxima por serem processos que convergem, juntam e aprimoram as interações entre mídias. No entanto, baseados nas ideias de Carlos Alberto Scolari (2015) e Henry Jenkins (2009), defendemos que a transmídia não é só isso.

Partindo das afirmações de que “narrativas distribuídas” e “narrativas expandidas” são termos que podem nos ajudar a definir o que é a transmídia e como se configura, Jenkins é o ponto de partida para começar a desenhar o que entendemos por transmídia e o que nos serviu de direção para considerar ‘Jogos Vorazes’ como tal. Jenkins afirma que a narrativa transmídia parte de um ponto (uma narrativa, um personagem, um desenho...), crescendo exponencialmente de acordo com as mídias disponíveis, engajamento dos públicos envolvidos e potencial da história-base e que a “narrativa transmidiática refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento”. (JENKINS, 2009, p. 47).

¹⁸ É importante ressaltar que existem franquias que não utilizam a transmídia. Como veremos ao longo desta dissertação, a transmídia requer a articulação de diferentes mídias, expandindo conteúdos e o próprio universo da história inicial. Existem franquias que usam de várias mídias, mas que não se debruçam sobre a possibilidade de expansão de mundos, muitas vezes porque não cabe no seu formato.

Se considerarmos que ‘Jogos Vorazes’ partiu de uma série de livros e passou para o cinema, utilizando o potencial dessa mídia, já podemos ver um ensejo de transmídia em sua constituição. Daí para frente, procuramos perceber ‘Jogos Vorazes’ nos dez princípios da narrativa transmidiática, criados pelo próprio Jenkins. Nos baseamos nesses princípios para atestar a transmidialidade de ‘Jogos Vorazes’ e seguir com a pesquisa:

01 – “A narrativa transmídia representa um processo em que os elementos integrais da ficção são dispersos sistematicamente através de múltiplos canais de distribuição com o propósito de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. Idealmente, cada mídia faz sua única contribuição para a história.” (*ibid.*, tradução nossa)¹⁹, o que podemos observar fortemente na forma como a narrativa se comportou nas suas passagens entre mídias, sempre acrescentando novas formas de acesso e novas informações sobre a história base.

02 – “A narrativa transmídia reflete os princípios econômicos de consolidação das mídias ou aquilo que é chamado de ‘sinergia’. Companhias midiáticas contemporâneas estão integradas de modo horizontal, significando que elas se expandem para aquilo que antes, era considerado distintas indústrias midiáticas. Um conglomerado midiático é incentivado a espalhar sua marca ou expandir suas franquias através de quantas plataformas midiáticas diferentes for possível” (*ibid.*, tradução nossa)²⁰, de modo que além da indústria cinematográfica e literária, a franquia atingiu o mercado fonográfico, de maquiagem, de moda, de histórias em quadrinhos, entre muitos outros.

03 - "Na maioria das vezes, as histórias transmídias são baseadas não em personagens individuais, ou enredos específicos, mas em mundos ficcionais complexos que podem sustentar múltiplos personagens inter-relacionados e suas histórias. Esse processo de construção de mundos encoraja um comportamento enciclopédico, tanto no autor, quanto nos 'leitores'. Nós somos levados a querer dominar o que pode ser apreendido sobre esse mundo que se expande a nossa volta" (*ibid.*, tradução nossa)²¹, conforme a narrativa de Katniss se

¹⁹ Tradução de: “Transmedia Storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story.” (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. Transmedia Storytelling 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

²⁰ Tradução de: “Transmedia storytelling reflects the economics of media consolidation or what industry observers call “synergy.” Modern media companies are horizontally integrated – that is, they hold interests across a range of what were once distinct media industries. A media conglomerate has an incentive to spread its brand or expand its franchises across as many different media platforms as possible.” (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. Transmedia Storytelling 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

²¹ Tradução de: “Most often, transmedia stories are based not on individual characters or specific plots but rather complex fictional worlds which can sustain multiple interrelated characters and their stories. This process of

aproximava de um fim, ela não dava indícios de que terminaria de fato, construindo ganchos para que novas histórias (que aconteceram antes, ou depois da revolução do Tordo) pudessem ser contadas.

04 - "Extensões podem ter várias funções (...) provendo insights aos personagens e suas motivações (...), trazendo aspectos do mundo ficcional (...), fazendo uma ponte entre os eventos narrados em uma série de sequências. As extensões podem adicionar um senso maior de realidade à ficção, como um todo" (*ibid.*, tradução nossa)²², ao analisarmos as expansões de 'Jogos Vorazes', perceberemos que eles buscaram criar extensões midiáticas com informações novas acerca da história base. Podemos incluir aqui, o fato de que ao passar do livro para o filme, a história mudou de primeira para terceira pessoa.

05 – "Práticas de narrativas transmidiáticas podem expandir o mercado potencial, criando diferentes pontos de entrada para diferentes segmentos de audiência" (*ibid.*, tradução nossa)²³, como exemplo disso, podemos pensar nas trilhas sonoras dos filmes, que eram criadas por artistas populares em cada um dos anos, com participação de cantores e intérpretes de renome, de modo a criar um ponto de interesse, que não necessariamente tem a ver com a audiência "direta" da franquia.

06 - "Idealmente, cada episódio individual deve estar acessível em seus próprios termos, mesmo que ele faça apenas uma única contribuição para o todo da narrativa" (*ibid.*, tradução nossa)²⁴, Jenkins diz que esse quesito seria "idealmente", mas 'Jogos Vorazes' se preocupou em construir cada passagem da narrativa base para uma nova mídia adequada àquela mídia.

07 - "Como a narrativa transmídia exige um alto grau de coordenação entre diferentes setores de mídia, ela tem funcionado melhor em projetos independentes, em que o mesmo artista cria a história através de todas as mídias envolvidas ou em projetos em que se incentiva uma forte colaboração (ou cocriação) através de diferentes divisões da mesma empresa"

world-building encourages an encyclopaedic impulse in both readers and writers. We are drawn to master what can be known about a world which always expands beyond our grasp." (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. *Transmedia Storytelling* 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

²² Tradução de: "Extensions may serve a variety of different functions (...) provide insight into the characters and their motivations (...) may flesh out aspects of the fictional world (...) or may bridge between events depicted in a series of sequels. The extension may add a greater sense of realism to the fiction as a whole." (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. *Transmedia Storytelling* 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

²³ Tradução de: "Transmedia storytelling practices may expand the potential market for a property by creating different points of entry for different audience segments." (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. *Transmedia Storytelling* 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

²⁴ Tradução de: "Ideally, each individual episode must be accessible on its own terms even as it makes a unique contribution to the narrative system as a whole." (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. *Transmedia Storytelling* 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

(*ibid.*, tradução nossa)²⁵, essa ideia aparecerá mais à frente no nosso Esquema 1, mas essa afirmação de Jenkins no faz compreender que projetos transmidiáticos são mais bem sucedidos, quando há uma articulação e ciência da importância dos fãs nesse ciclo, de modo que ocorra uma produção intensa e renovação de projetos ligados (direta ou indiretamente) ao mote central são (co)produzidos.

08 - "A narrativa transmídia é a forma estética ideal para a era da inteligência coletiva. (...) Os participantes acumulam informações e têm acesso à expertise de outros, ao trabalharem juntos para resolver problemas. Também funciona como um ativador textual, colocando em movimento a produção, avaliação e informação de arquivamento." (*ibid.*, tradução nossa)²⁶, como vimos há pouco, o trabalho da comunidade fã é intenso e a partir dos prolongamento transmidiáticos de 'Jogos Vorazes' é ainda mais intenso, pois exige um acesso contínuo, trocas de informações e circulação de ideias ligadas à narrativa para situar os iniciantes e aumentar os conhecimentos dos iniciados.

09 - "Um texto transmidiático não dispersa informações, simplesmente: ele oferece um conjunto de tarefas e objetivos, com os quais os 'leitores' podem assumir ao encenar diversos aspectos da história, através de suas próprias vidas cotidianas." (*ibid.*, tradução nossa)²⁷, são construídos graus de inserção no mundo de 'Jogos Vorazes', de modo que é possível iniciar sua incursão pelo Mundo do Tordo através dos filmes, livros, álbuns e até mesmo à moda.

10 – "As ambições enciclopédicas de textos transmídia muitas vezes resultam em o que poderia ser visto como lacunas ou excessos no desenrolar da história, isto é, eles introduzem potenciais enredos que não podem ser totalmente contados ou detalhes adicionais que fazem alusão a mais do que pode ser revelado. Os leitores, por isso, têm um forte incentivo para continuar a elaborar sobre esses elementos da história, trabalhando-os através de suas especulações, até que assumir uma vida própria." (*ibid.*, tradução nossa)²⁸. Jenkins diz

²⁵ Tradução de: "Because transmedia storytelling requires a high degree of coordination across the different media sectors, it has so far worked best either in independent projects where the same artist shapes the story across all of the media involved or in projects where strong collaboration (or co-creation) is encouraged across the different divisions of the same company." (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. Transmedia Storytelling 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

²⁶ Tradução de: "Transmedia storytelling is the ideal aesthetic form for an era of collective intelligence. (...) Participants pool information and tap each other's expertise as they work together to solve problems (...) Transmedia narratives also function as textual activators – setting into motion the production, assessment, and archiving information." (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. Transmedia Storytelling 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

²⁷ Tradução de: "A transmedia text does not simply disperse information: it provides a set of roles and goals which readers can assume as they enact aspects of the story through their everyday life." (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. Transmedia Storytelling 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

²⁸ Tradução de: "The encyclopaedic ambitions of transmedia texts often results in what might be seen as gaps or excesses in the unfolding of the story: that is, they introduce potential plots which can not be fully told or extra details which hint at more than can be revealed. Readers, thus, have a strong incentive to continue to elaborate

que ganchos costumam ser deixados ao longo de narrativas transmidiáticas, de modo que uma história possa ser acessada sob diversas perspectivas. Ao considerarmos que grande parte dos personagens que cruzam o caminho dos protagonistas de ‘Jogos Vorazes’ tem o seu passado pouco ou quase nada discutidos, vemos que há sempre a possibilidade de tentar desvendar esses fatos, por exemplo.

Assim, o que podemos perceber nesses princípios, é que eles giram em torno da ideia de uma experiência de entretenimento que funcione de forma conexa e coordenada, de modo que o universo ficcional, criado pelos enlaces midiáticos, possam sustentar a maior gama de personagens e enredos possíveis, oferecendo a possibilidade de cocriação e ainda existirem lacunas a serem preenchidas, muitas vezes com ajuda de fãs.

Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica. (JENKINS, 2009, p. 49)

É exigido muito desse fã transmidiático, que investe seu tempo em interações, tanto nos *hipertextos* cibernéticos, quanto nas páginas marcadas de citações nos livros em capa dura. Existe uma clara motivação desses indivíduos, marcada em grande parte por ser responsável, parcialmente, pelo funcionamento da franquía. Desse modo, é possível perceber porque, mesmo sem receber um retorno financeiro, ou algo assim, os fãs se debruçam em esmiuçar detalhes de um universo transmidiático imenso e em expansão, sendo esta, talvez, a principal razão pela qual a transmídia é tão aceita, estimulada e até ‘despercebida’ no ambiente contemporâneo. Como se trata de algo da esfera do entretenimento, da afeição e dos sentimentos pessoais, os fãs se sentem cada vez mais envolvidos, muitas vezes ignorando a intensa inserção deles mesmos nas dinâmicas do capitalismo contemporâneo.

Além de Jenkins, outros autores se debruçam sobre a questão da transmedialidade, como Carlos Alberto Scolari e Frank Rose. Suas ideias estão próximas às do nosso ponto de partida, que é o de Jenkins, por isso esses autores aparecerão ao longo dessa dissertação. A primeira relação que fazemos, é com a noção de “mídia profunda” de Frank Rose (2011, p. 3), que traz um pouco mais de complexidade às questões observadas por Jenkins, relacionando-as às camadas de imersões criadas pelos projetos transmidiáticos.

on these story elements, working them over through their speculations, until they take on a life of their own.” (Confessions of an ACA-Fan, Henry Jenkins. *Transmedia Storytelling* 101. 22 mar. 2007. Fonte: <http://migre.me/tjqoy>)

A “mídia profunda” de Rose nos ajuda a ampliar a perspectiva de como o contexto de ‘Jogos Vorazes’ se configura, partindo da noção de transmídia e suas relações com os fãs. Para compreendermos melhor, diferentemente da transmídia, a mídia profunda foca na noção de que diferentes mídias precisam de diferentes níveis de imersão, de modo que cada uma aciona diferentes processos de interação, muitas vezes sendo ditado por seus fãs, muito mais do que pela instituição. Segundo o autor, em entrevista para Henry Jenkins²⁹, a mídia profunda “permite que o público mergulhe em uma história em qualquer nível de profundidade”, no entanto gera diferentes objetivos e focos de imersão, que dependem muito mais do quão fundo uma pessoa mergulha e quão complexas são as camadas de conexão.

De fato a ideia de mídia profunda fica dependente da dinâmica transmidiática, porque exige que a cada nova camada uma nova informação seja dada, mas o que é mais relevante na ideia de Rose, é que esse movimento gera uma série de diferentes tipos de apreciadores, admiradores e fãs de franquias transmidiáticas, também exigindo diferentes níveis de comprometimento e imersão deles. Digamos que o nível “fã” seja o último e mais almejado grau de comprometimento e engajamento que uma franquia almeja, mas até que o sujeito chegue neste ponto, ele precisa ir se aprofundando nas camadas oferecidas, passando pelas mais diversas “funções” separadamente, como consumidor, espectador, usuário e jogador, até o ponto em que ele se torna um emissor de informações e, ao mesmo tempo, consumidor de outros emissários tão fãs quanto ele. Um V.U.P.

V.U.P significa *Viewer, User, Player*, traduzido como Espectador, Usuário e Jogador e para que um sujeito chegue nesse patamar, precisa se inserir muito intensamente no universo transmidiático da franquia, a ponto de ultrapassar os estágios mais simples de interesse. “É no jogo transmidiático que a *Ultimate Story Agency* e a autoria descentralizada podem ser realizadas. Assim, o V.U.P se torna o produtor verdadeiro da arte.” (DINEHART, 2008 apud SCOLARI, 2015). O V.U.P exerce um papel de porta-voz, de produtor de conteúdo e até de influenciador de outros fãs, é o que efetivamente se coloca à serviço da sua afeição pela marca.

Podemos relacionar as ideias de Rose com as de Carlos Alberto Scolari (2015), que fala de uma sobreposição de camadas de compreensão e deleite na obra, de modo a trazer três “tipos” didáticos de consumidores:

1 – Consumidores textuais simples: interpretam apenas uma faceta deste universo, não levando em conta muitas outras.

²⁹ Disponível em: <http://migre.me/tmNtZ> e <http://migre.me/tmNuh>. Acesso 28 mar. 2016.

2 – Consumidores de mídia simples – aquele que se aprofunda um pouco mais no universo, mas consome mais do que uma faceta do universo, mas não chega a se aprofundar.

3 – Consumidores transmidiáticos – aqueles que processam representações de diferentes meios e linguagens, portanto reconstruem áreas mais extensas do universo ficcional.

Supomos que Scolari esteja se referindo a quem acessa as múltiplas redes em torno de uma franquia inicial, no entanto discordamos da palavra ‘consumidores’, a qual o autor utiliza para se referir aos sujeitos que participam desse processo, porque consideramos que essa denominação não dá conta de sinalizar o vasto processo de interações que existem entre os fãs e as franquias, principalmente no contexto midiático contemporâneo. Desse modo desejamos aproximar a didática separação de Scolari, com o princípio da mídia profunda de Rose, e propormos o termo “fãs V.U.Ps”, uma vez que são estes que verdadeiramente se envolvem e interatuam nas multiplataformas criadas na franquia, gerando interações muito mais amplas que o acesso pelo acesso. São eles, também, os conhecedores de detalhes, defensores da franquia e geradores de uma visibilidade tremenda para ela, conforme vimos na parte sobre fãs.

Da perspectiva dos consumidores, as práticas transmídia são baseadas na multilateralidade, ao mesmo tempo em que a promovem. Multilateralidade é a habilidade de interpretar discursos de diferentes mídias e linguagens. Stephen Dinehart sustenta que, no trabalho transmídia, o espectador/usuário/jogador (VUP) transforma a história por meio de suas habilidades psicológicas cognitivas naturais e permite que a arte supere o meio. (SCOLARI, 2015, p. 10).

A percepção acerca da importância desses fãs V.U.Ps não é um fenômeno atual, porém é recente a maior compreensão que se tem de integração de meios, que facilita de modo substancial a sua propagação, criando laços antes restritos às redes tradicionais e que necessitavam que o conteúdo partisse de uma fonte oficial. O que podemos observar hoje é a pulverização de fontes de conteúdos, de modo que os fãs se inserem nesse meio não apenas porque são oferecidos subsídios para eles, mas também por fatores interacionais, que passam pelo pertencer à história, agenciar o universo o qual são fãs, criar vínculos sociais e se tornar um emissor de uma ‘fala especializada’, mesmo que não oficial.

Rose (2010, p.31) observa que “há pouco éramos apenas espectadores, consumidores passivos (sic) da mídia de massa. Agora, no YouTube, nos blogs, no Facebook, no Twitter, nós somos a mídia” e esse tipo de produção flexível é uma espécie de sistema, o qual a

franquia conta com o próprio fã V.U.P para que ele mesmo consuma o que produz e produza o que consome.

Compreendido como Anna McCarthy (2005) coloca, um modo de produção, (...) na medida em que contou com a participação de membros da audiência para criar conteúdo, prometendo "democratizar" o processo de produção cultural. Em sincronia com a economia online, (...) ele veio para encapsular a lógica da economia interativa, tematizando, por exemplo, na maneira em que o processo de monitoramento em si redobra as atividades da vida diária de forma produtiva (ANDREJEVIC, 2014, p.41 – tradução nossa)³⁰.

Essa produção flexível se aproveita da propensão natural dos adoradores e entusiastas das franquias em querer fazer parte do mundo ficcional, criando pontes de acesso direto e canais de comunicação integrados com as comunidades fãs e vão além, compreendendo que não é mais suficiente manter as pessoas focadas em uma franquia, é preciso fazer com que elas se sintam motivadas a interagir e produzir seu próprio conteúdo (baseado no conteúdo original), além de compartilhar suas considerações e estimular outras pessoas a contribuir.

Tal reorganização da produção de conteúdo modificou, inclusive o ordenamento tradicional da narrativa transmídia, o qual uma mídia era considerada a mais importante e as outras, mesmo que oferecendo conteúdos novos, ainda se reportavam a principal. Essa alteração é de grande importância para compreendermos as formas comunicacionais contemporâneas, porque até o *fandom* passou a ser um braço do discurso transmidiático, um ponto de acesso e uma entrada potente para o universo transmidiático de uma franquia, como ‘Jogos Vorazes’.

Essas formas de comunicação contemporânea estão apoiadas, principalmente, na busca constante por engajamento, de modo que a maneira como as franquias transmidiáticas têm se configurado, o fã exerce um papel de destaque, estando entre o coprodutor, o público alvo e a inspiração de novas narrativas, sendo, até mais do que um “fã ávido transmidiático”, conforme defendido por Sheron das Neves (2011). Para a autora, “o fã ávido transmidiático reinterpreta e produz novos textos, entretanto, ele pode compartilhar sua produtividade em proporções jamais vistas antes” (NEVES, 2011, p. 59), sendo a sua capacidade de compartilhamento o que mais se destaca. Porém, desejamos ir além dessa ideia, defendendo que, graças à ênfase dada a esses fãs, através das redes de ações interativas, temos um fã que

³⁰ Tradução de: “Understood, as Anna McCarthy (2005) has put, as a mode of production (...) insofar as it relied on the participation of audience members to create content, promising to “democratize” the process of cultural production. In sync with the online economy, (...) it has come to encapsulate the logic of the interactive economy, thematising, for example, the way in which the monitoring process itself redoubles the activities of daily life in productive form.” (ANDREJEVIC, 2014, p.41).

integra o circuito transmidiático, produzindo, consumindo, coproduzindo e com isso ganhando visibilidade.

Compreendemos que, a partir do momento em que ações são desenvolvidas para que a comunidade fã possa se articular a ponto de (re)definir o funcionamento publicitário de uma campanha global de franquias, como ‘Jogos Vorazes’, é conferido a esse *fandom* lugar de destaque no diagrama que envolve as múltiplas emissões³¹ e os múltiplos emissários³². Percebemos que essa atitude de uma absorção do fã na narrativa transmídia tem muito a ver com o fluxo de informações presentes na contemporaneidade, numa evidente vontade de, não só usufruir da quantidade de produção ligada à cultura fã, mas também trazê-lo para perto englobando a premissa de imersão e experiência, tão enraizadas na ideia transmidiática.

Jenkins (2009, p. 235), também compartilha dessa noção e observa que, além do uso dessa produção flexível, por parte das corporações de franquia, como a Lionsgate, “os consumidores estão utilizando novas tecnologias midiáticas para se envolverem com o conteúdo dos velhos meios de comunicação, encarando a internet como veículo para ações coletivas”, sem perder de vista que, ao falarmos destas interações coletivas, estamos pensando no nível de participação opcional, nas quais ferramentas são apresentadas e oferecidas, mas vem do fã o desejo e forma como vai usá-la. Sem falar que a falta de uso pode resultar no esquecimento da ferramenta.

Logo, a apropriação que o fã V.U.P faz do aplicativo em questão, parte de um interesse completamente subjetivo de identificação com a franquia, mesmo que motivado pelo coletivo e a noção de uma comunidade de “Tributos”, no caso de ‘Jogos Vorazes’; aliando a própria ferramenta e seu funcionamento, com a vontade de imersão e domínio do espaço daquele fã. O espaço, por sinal, sendo um importante personagem aqui, que será discutido de modo mais detido brevemente.

2.4 Transmídia Voraz

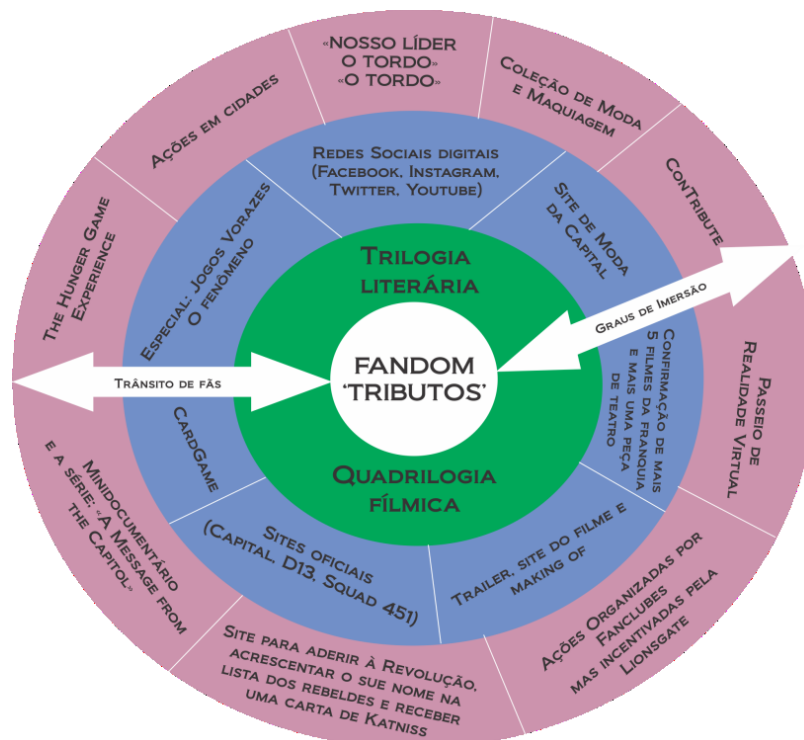
Tomando ‘Jogos Vorazes’ como base e nos fundamentado nas questões conceituais apresentadas até então, propomos um esquema o qual a ideia de Mídia Profunda de Frank Rose nos inspirou fortemente. Nele, levamos em consideração que as dinâmica transmidiática de ‘Jogos Vorazes’ é construída em graus de aproximação do fã, que está no centro e que,

³¹ Mensagens enviadas, sejam elas escritas, em vídeo, através de ações online, etc.

³² Quem emite mensagens, de modo que elas se expandem pelos meios através da voz de quem diz o que.

conforme ações são criadas, novas camadas de imersão também são criadas, de modo que, quanto mais o fã precisar transitar entre as ações, mais profundamente ele entra na franquia:

Esquema 1 - Modelo do “Universo do Tordo”. O fã é o que congrega as mídias da franquia, destacando-se por influenciar na sua manutenção, entrar e sair quando quer e acessar todas as portas de modo livre, mas também fazendo parte do mundo transmidiático.



Fonte: SOUZA, Ana Carolina A. (2017)

No diagrama, sugerimos que a franquia transmidiática ‘Jogos Vorazes’ se caracteriza por transformar a cultura fã em um personagem importantíssimo para a implantação das pontes de acesso referentes ao universo do Tordo, uma vez que sem o seu engajamento e participação, grande parte das ações seriam improváveis de realizarem-se, especialmente as que nos chamam mais atenção, por estarem mais próximas ao mundo real, como o aplicativo “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”. Também entendemos que o *fandom* passa a ser uma das portas de entrada para esse mundo, ocupando espaço de centralidade, pois além de utilizadores e experimentadores das mídias, eles também coproduzem os conteúdos apresentados e graças ao seu engajamento e nível de imersão, é possível que mais ações e mais mídias sejam adicionadas a esse meio.

Apontamos no diagrama, que as mídias mais próximas ao centro, são as mais tradicionais, que não precisam de muito trânsito do fã para serem acessadas e que dependem totalmente da narrativa-base para se estruturarem. Conforme nos afastamos do centro, mais

independentes as ações se tornam e mais desatreladas de mídias tradicionais também, ressaltando que se expandem para lugares pouco usuais e mídias que não costumavam ser protagonistas em campanhas transmidiáticas, justamente porque necessitam de muito engajamento para que funcionem.

É possível apontar, ainda pelo modelo, que com a múltipla possibilidade de interconexão entre as ações, suas ligações são tão diversas, que dificilmente se esgotam em apenas uma visada. Agindo de modo a prender, não só a atenção de quem se insere nesse âmbito em busca de uma nova experiência, ligada à franquia, mas também de quem está tendo contato pela primeira vez.

Ao apresentarmos este panorama geral do universo transmidiático do Tordo, é chegada a hora de compreendermos de que maneira a franquia transmidiática ‘Jogos Vorazes’ se apresenta, mostrando os seus desdobramentos como um todo, dentro das mais diversas plataformas comunicacionais, desde filmes, até games, *graphic novels*³³ e manuais de sobrevivência, mostrando como eles podem nos levar a compreender de que modo esse universo transmidiático foi capaz de nos fazer perceber um extravasamento de ficção para a realidade, especialmente acionada a partir da criação do aplicativo “Nosso Líder o Tordo”/ “O Tordo”.

Começamos por ressaltar que só a adaptação de um texto inicial de um determinado formato para outro, não é transmídia. É necessário que, ao fazer a passagem haja uma modificação narrativa, expandindo o texto-base, de modo que os espectadores vejam um novo aspecto da história. Desde o início, ‘Jogos Vorazes’ já se propôs a este desafio, uma vez que ao passar “Jogos Vorazes” para o cinema, eles modificaram a voz que narrava, possibilitando que nós também acompanhássemos o que acontecia fora da arena, onde o olhar de Katniss não chegava. Então mesmo que a franquia ‘Jogos Vorazes’ tenha tido o lançamento do seu primeiro filme com baixa publicidade anterior³⁴, foi possível observar um ímpeto de construção de um universo transmidiático desde o início, em que um dos maiores fatores de interesse foi, justamente, a mudança de perspectiva narrativa.

³³ As *graphic novels* são histórias baseadas em outras já existentes, mas que normalmente contam uma narrativa inédita e em quadrinhos. Porém, com um traço mais realistas que as histórias em quadrinhos tradicionais.

³⁴ Pois foi considerado como uma espécie de teste de público. Era sabido que os livros tinham feito grande sucesso nos Estados Unidos, mas não se tinha certeza da receptividade mundial, ou mesmo se um filme seria bem aceito. É possível apontar que eles quiseram testar, influenciados pela receptividade positiva que outras franquias, como ‘Harry Potter’ e ‘Crepúsculo’, semelhantes por serem voltadas para o público adolescente, tiveram.

Com um orçamento³⁵ consideravelmente mais baixo no primeiro filme, em relação aos que se seguiram, a divulgação e lançamento de “Jogos Vorazes” se ativeram a meios de comunicação de massa tradicionais, como trailers, aparições dos atores em programas de TV, cartazes impressos e um uso modesto da internet com os trailers divulgados no YouTube e perfis em redes sociais, mais voltados para divulgação de imagens capturadas nos sets de filmagens. Mesmo assim, a história já movimentava fóruns de debate online, *fanfictions* e demais desdobramentos da cultura fã, que acabaram fazendo com que os estúdios responsáveis pela propriedade intelectual percebessem o potencial da franquia e investissem em um discurso oficial mais potente e voltado para a expansão da franquia, mantendo o fã próximo e como peça chave de divulgação.

O orçamento ficou mais substancial, graças ao sucesso alcançado por “Jogos Vorazes”. Entre o primeiro e o segundo filme, um esforço publicitário oficial se intensificou, especialmente com a utilização de perfis nas redes sociais digitais, linhas de maquiagem, grifes de roupas, games interativos e até mesmo uma TV Capitol, presente no YouTube³⁶, de modo que a série expandiu ainda mais o seu próprio mundo (**Ver lista de ações no anexo 2**).

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. (...) Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia e a compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. A lógica econômica de uma indústria de entretenimento integrada horizontalmente – isto é, uma indústria onde a única empresa pode ter raízes em vários diferentes setores de mídia – dita o fluxo de conteúdos pelas mídias. Mídias diferentes atraem diferentes nichos de mercado. (JENKINS, 2009, p. 138).

A divulgação do segundo filme, intitulado “Em Chamas” foi o primeiro passo para a construção de uma divulgação transmidiática ainda maior, que contou com diversas camadas de imersão, nas mais distintas plataformas, característica que Jenkins (2009) ressalta como sendo uma das mais significativas para entender a comunicação transmidiática:

Cada meio faz o que faz de melhor – então uma história pode ser introduzida em um filme, expandida pela televisão, novelas e quadrinhos, e seu mundo pode ser explorado e experimentado em suas múltiplas facetas. Cada parte precisa ser consistente o suficiente para possibilitar um consumo autônomo. Ou seja: você não precisa ter visto o filme para aproveitar o jogo e vice-versa. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas - e se cada obra oferecer experiências novas -, é possível contar com um mercado de intersecção que irá expandir o potencial de toda a franquia. (p. 138 - 139)

³⁵ O primeiro filme da franquia, ‘Jogos Vorazes’, teve orçamento de U\$75milhões, enquanto que a sequência, ‘Em Chamas’ foi orçado em U\$150milhões, seguido de ‘A Esperança – parte I’, que custou em torno de U\$250milhões. Fonte: <http://migre.me/s4EwP>

³⁶ Veja mais: www.capitolTV.pn

Sendo assim, “Em Chamas”, que contou com os exemplos de uso e apropriação dos circuitos midiáticos citados anteriormente, também avançou para se tornar algo muito mais complexo, que não mais cabe na palavra franquia, sendo necessário o acréscimo do transmidiático, assim como franquias transmidiáticas anteriores, tais como ‘Matrix’, ‘Lost’, ‘Castle’ e ‘Harry Potter’, sendo realmente notável em ‘Jogos Vorazes’ o fato de que, além de expandir o universo da narrativa, para que fosse oferecido aos fãs a oportunidade de ter uma experiência repleta de níveis de imersão, existe um esforço coordenado de criar lugares “secundários” da narrativa, capazes de acessar os aparatos midiáticos do mundo real.

O mundo do Tordo foi ganhando cada vez mais espaço e se a metáfora for permitida, de repente a gaiola que limitava as suas asas em busca de alçar voos ainda mais altos se desfez e logo o pássaro estava cantarolando o tema de ‘Jogos Vorazes’ em variados meios, muitos deles em passagem direta para espaços físicos, como a exposição *The Hunger Games Experience*, que circulou em algumas cidades do mundo, com os figurinos, pôsteres e as fotografias de Tim Pallem³⁷, expostos como se fossem preciosas lembranças de um passeio com os vitoriosos do 74º Jogos Vorazes (**Anexo 3**), ou as ações urbanas promovidas por fãs, em parceria com a Lionsgate, a exemplo da criação de tordos em *post it* (**Anexo 4**).

Transformar em franquia um filme popular, uma revista em quadrinhos ou uma série de televisão não é novidade. (...) Promoções cruzadas estão em toda parte. Mas a maioria delas, como os brinquedos do McDonald’s, é bem fraca e facilmente esquecida. Os acordos atuais de licenciamento asseguram que todos esses produtos sejam periféricos àquilo que, em primeiro lugar, nos atraiu à história original. (...) O atual sistema de licenciamento normalmente gera obras redundantes (não permitindo novos antecedentes dos personagens ou novo desenvolvimento de enredo), diluídas (solicitando ao novo meio de comunicação que duplique sem originalidade, experiências mais bem realizadas pelo antigo), ou permeadas de contradições grosseiras (falhando em respeitar as consistências que o público espera da franquia). (...) Na realidade, o público quer que o novo trabalho ofereça novos *insights* e novas experiências. Se as empresas de mídia correspondem a essa exigência, os espectadores investem no produto e sentem que têm domínio sobre ele; negue isso aos consumidores e eles se afastam, em desgosto. (JENKINS, 2009, p. 148 e 149).

‘Jogos Vorazes’ foi ganhando, cada vez mais, um *corpus* sinérgico de um universo narrativo que foi além da literatura e do cinema, de modo que às vésperas do lançamento do terceiro filme, a Lionsgate expandiu ainda mais as opções de imersão nesse mundo. Com uma temática que envolvia a revolução dos distritos, motivada pela tomada da Capital de Panem, a

³⁷ Tim Pallem é o diretor de marketing da Lionsgate e o fotógrafo responsável por fazer os trabalhos fotográficos que serviram de propaganda para as diferentes plataformas. Tim é conhecido por suas fotos editoriais, que, no entanto, tem forte apelo midiático, porque incorporam o discurso da franquia a qual está relacionado. As fotos feitas por Tim são usadas com frequência na comunidade fã de Jogos Vorazes e ele as libera gratuitamente em seu site, para que sejam apropriadas e reutilizadas. Bem o que se espera de uma ação transmidiática.

promoção que antecedeu “A Esperança – parte I” (2014) convocava os fãs para a guerra ficcional de Panem. Além das ações exemplificadas anteriores, que foram intensificadas, a Lionsgate investiu numa série de novas informações em torno da narrativa expressa nos filmes, como os sites dos rebeldes, um minidocumentário sobre os habitantes dos distritos, disponibilizados no YouTube, intervenções urbanas em cidades do mundo, concursos de fãs e o aplicativo “Nosso Líder o Tordo”. Falaremos mais detidamente dessas ações no próximo capítulo, mas aqui elas são citadas para que possamos apontar para a tendência de que, à medida que a narrativa de Katniss e companhia se aproximava do fim, mais se intensificava um movimento para que ela não se encerrasse no quarto filme.

Aliás, todas essas ações têm em comum o convite à imersão no mundo ficcional de ‘Jogos Vorazes’ através de portas que tangenciam a narrativa principal, mas que não são exatamente determinantes para o funcionamento dela, de modo que se tornava possível cambiar entre o real e o ficcional levando para um, elementos do outro, algo que Frank Rose (2011, p. 13 – 14), ao falar sobre “mídia profunda” ressalta como sendo “um processo que confundia as linhas divisórias entre entretenimento e propaganda, assim como ficção e realidade”. A narrativa passa a não se encerrar no último filme, então, porque se abriram tantas possibilidades de acesso e de cocriações, que os diferentes níveis de aprofundamento estão se renovando sem que, necessariamente, novas narrativas precisem ser criadas oficialmente.

Podemos afirmar, então, que é evidente uma preocupação central na ativação da proximidade com o público fã, especialmente se considerarmos que o terceiro livro fala muito sobre engajar-se em uma causa capaz de modificar o mundo. De modo sagaz, a Lionsgate transformou esse discurso revolucionário fictício, em midiático e permitiu que os fãs entrassem na revolução de Panem, através de ações em que as linhas entre real e fictício se tornassem fracas, e já que “cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte de construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia” (JENKINS, 2009, p. 161). Esse lugar de encontro entre a ficção e a realidade se tornou um dos principais recursos de divulgação de ‘Jogos Vorazes’.

O maior exemplo disto é o aplicativo “Nosso Líder o Tordo”/ “O Tordo”:

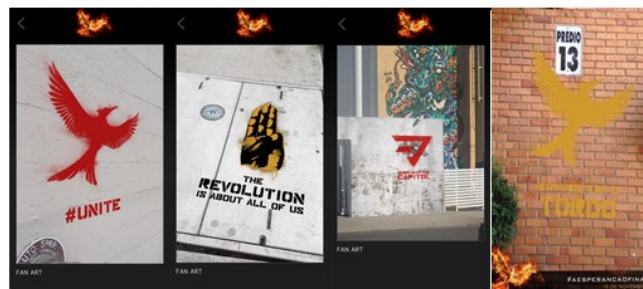
Quando o aplicativo é acionado, ele utiliza a geolocalização do fã V.U.P que o ativou para mostrar a cidade em que ele está acessando, através da tela do celular. Uma vez acionado, o aplicativo permite que esse mesmo indivíduo possa passear pela sua cidade, criando *stencils* digitais e marcas referentes à franquia de ‘Jogos Vorazes’. As marcas incluem

alusões ao famoso Tordo, à revolução citada no livro, ao Distrito 13 e, mais recentemente depois de uma atualização para incluir as referências do último filme, ao Esquadrão 451³⁸.

Colagem 3 (Veja ampliada na página 129) – Marcas produzidas entre 2014 e 2015 com os símbolos relativos à franquia ‘Jogos Vorazes’.



Marcas produzidas em 2014



Marcas produzidas em 2015, depois da atualização do aplicativo

Fonte: SOUZA, Ana Carolina A.

Para que os *stencils* sejam produzidos e permaneçam na cidade, o aplicativo é sincronizado com várias plataformas e redes sociais digitais, tais como o Facebook³⁹ e o Twitter⁴⁰, o que garante que os autores das marcas sejam pessoas e não robôs, e a ideia de compartilhamento fique clara, uma vez que as duas redes têm como princípio básico o do compartilhamento de informações. A plataforma do *Google Maps*⁴¹ fixa as geolocalizações das marcas e faz com que qualquer marca gerada dentro do aplicativo, apareça no celular das outras pessoas que tem o “Nosso Líder o Tordo” no *smartphone* e estejam na mesma área. É possível, também, acessar as marcas através da ferramenta de scanner do próprio aplicativo, onde você vê a cidade através da tela do celular, enquanto procura por marcas nas redondezas.

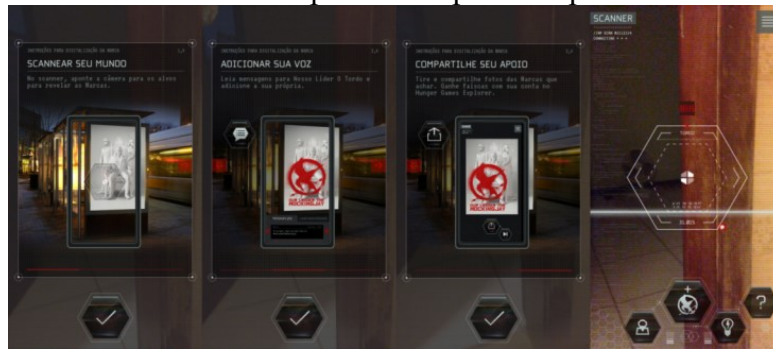
³⁸ Como é chamado o esquadrão o qual Katniss faz parte. Eles são o grupo midiático dos rebeldes, então ficam um pouco atrás dos outros esquadrões. Porém, Katniss e eles se organizam para conseguirem invadir a casa de Snow e assassiná-lo. Ver mais em “A Esperança – final” e no livro “A Esperança” de Suzanne Collins.

³⁹ Plataforma estilo Rede Social, que integra chat, páginas de integração e relacionamento. Atualmente é detentora de outros aplicativos e redes semelhantes, como o Instagram e o WhatsApp.

⁴⁰ Plataforma estilo Rede Social, ficou conhecida por limitar as postagens de seus usuários a 140 caracteres.

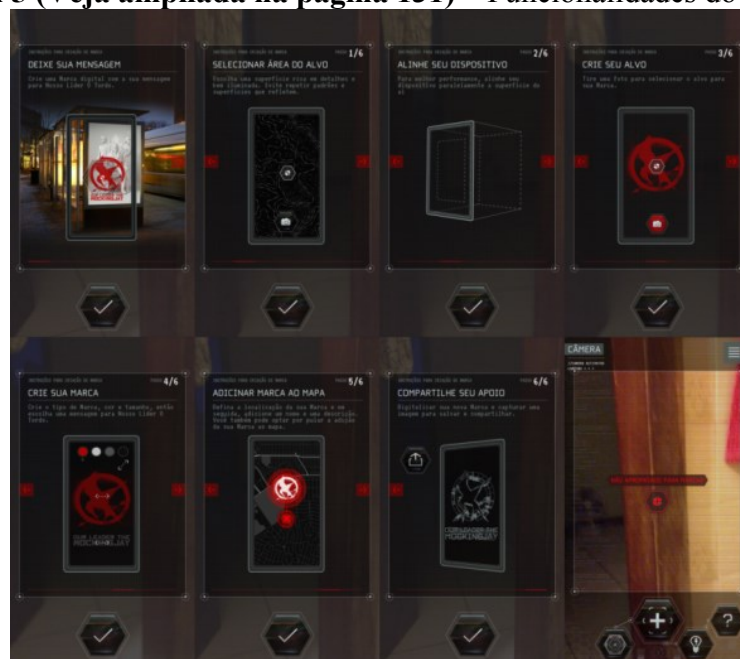
⁴¹ Plataforma da Google Company, que registra ruas e usa do GPS para determinar a localização dos seus usuários e ainda construir rotas, percursos e afins. A Google Maps foi desmembrada na Google Street View, que passou a registrar as ruas através de fotografias, o que facilitou o processo de construção da cidade ‘tal qual a vemos’ no aplicativo de Jogos Vorazes.

Colagem 4 (Veja ampliada na página 130)– Como deixar comentários nas imagens e como acionar o scanner do aplicativo e procurar por marcas na cidade.



Fonte: SOUZA, Ana Carolina A. Captura no aplicativo Nosso Líder o Tordo em 2015

Colagem 5 (Veja ampliada na página 131) – Funcionalidades do aplicativo.



Fonte: SOUZA, Ana Carolina A. Captura no aplicativo Nosso Líder o Tordo em 2015

As marcas geradas podem ser compartilhadas nas redes sociais e nos sites oficiais da franquia, com ênfase ao <http://district13.co.in/intl/br/>, que serve como repositório das imagens, mas que só pode ser acessado pelo *smartphone* de quem estiver com o aplicativo instalado. Depois de uma atualização, sempre que uma imagem é gerada, ela pode ser classificada pelos V.U.Ps e aparecer na tela inicial do aplicativo, em destaque. As imagens são distribuídas nas redes através do uso das hashtags (#) *NossoLideroTordo*, *#NLOT*

#OLTM e #OurLeaderTheMockingjay, #OTordo, #Mockingjay e assim como variações das mesmas frases em outras línguas. Tal como o aplicativo se propõe na sua descrição, essas imagens correm o mundo, com a visão de seu autor, quanto à espacialidade que o cerca e, em alguns casos com legendas criadas por outros usuários.

Na página para fazer *download* do aplicativo em 2014, vimos que o *app* apresentava a seguinte proposta:

Baixe o aplicativo Distrito 13 Nosso Líder O Tordo para ter acesso direto às comunicações do Distrito 13. Use este aplicativo para mostrar que está apoiando o Tordo.

Crie marcas de *graffiti* digitais e as fixe com a sua localização

- Deixe mensagens nas Marcas criadas por outros.
- Ganhe pontos no The Hunger Games Explorer
- Fique por dentro dos anúncios e propagandas do Distrito 13
- Acesse informações sobre o filme

Faça parte do movimento do Distrito 13 e ajude a conseguir o apoio de todo o mundo.

Volte regularmente para experiências interativas exclusivas enquanto se prepara para a chegada de Jogos Vorazes: A Esperança Parte 1 nos cinemas em novembro deste ano. (Fonte: <http://migre.me/rrS3r>)

É perceptível o quanto o aplicativo se propusera a gerar processos interacionais entre os sujeitos e deles com o universo narrativo de ‘Jogos Vorazes’ utilizando frases de efeito como: “baixe (...) para ter acesso a todas as comunicações do Distrito 13”; “Crie marcas”; “Deixe mensagens nas marcas de outros” e principalmente “Faça parte do movimento do Distrito 13 e ajude a conseguir o apoio de todo o mundo”. Essas frases nos levam a crer que o objetivo do *app* é o de fazer com que a cidade fosse utilizada como meio de divulgação, ao mesmo tempo em que se tornasse meio de interação entre os Tributos. Uma rede entre o real e o ficcional. O tangível e o digital.

Gerador de uma série de imagens interessantes e que podem ser vistas sob as mais diversas perspectivas, para além da imagem por ela mesma, vemos o aplicativo pela sua importância, mas também a sua inserção em um contexto muito mais amplo e diversificado, partindo da narrativa que lhe deu origem, até a ponta dessas ramificações.

Para Scolari (2015, p. 8): “as diferentes mídias e linguagens participam e contribuem para a construção do mundo da narração transmídia. Esta dispersão textual é uma das fontes mais importantes da complexidade na cultura popular contemporânea”, por isso mesmo consideramos que o aplicativo tem muito mais potência do que ele, por ele mesmo, sendo capaz de ser, não só um demonstrativo de uma dinâmica comunicacional contemporânea, mas também capaz de indicar como temos nos comportado frente à franquias de entretenimento e à própria cultura pop.

Se retomarmos a ideia de Jenkins, sobre as narrativas estarem se tornando, cada vez mais a construção de universos, perceberemos que a narrativa transmídia de ‘Jogos Vorazes’ é baseada precisamente nessa noção, uma vez que ela objetiva a busca por novas experiências a cada novo produto, meio e interação, de modo a se preocupar em trazer aspectos a serem buscados nos *media* apresentados, numa tentativa de chegar ao mundo real. Se buscarmos a atualização do aplicativo de 2015, às vésperas do lançamento do último filme, veremos que:

O Tordo é o aplicativo mobile oficial de Jogos Vorazes: A Esperança - O Final!
Agora, o aplicativo tem um novo nome, um novo visual arrojado, diversos recursos exclusivos e é muito mais fácil de usar!

CAMUFLAGEM DA CAPITAL

Use o reconhecimento de face para fazer uma maquiagem virtual inspirada no filme!
Teste a maquiagem da Effie Trinket e fique com a cara da Revolução ou crie sua própria maquiagem. Não esquece de salvar e compartilhar sua versão de #AEsperancaOFinal e ter uma chance de ser destaque no aplicativo!

OS GRAFFITES DA REVOLUÇÃO

Apoie a revolução com graffiti virtuais em realidade aumentada. Nós atualizamos a galeria com todos os novos projetos, como Katniss no trono, a saudação dos três dedos e muito mais!

3D HOVERCRAFT

Explore o aerodeslizador usado na Revolução com realidade aumentada.

PLANTA SUBTERRÂNEA DO DISTRITO 13

Veja o modelo 3D em realidade aumentada na sua mesa.

Jogos Vorazes: A Esperança - O Final

A franquia Jogos Vorazes arrebatou as audiências mundo afora, rendendo mais de US\$ 2,2 bilhões nas bilheterias mundiais. Jogos Vorazes: A Esperança – O Final traz agora o capítulo que encerra a franquia, no qual Katniss Everdeen (Jennifer Lawrence) percebe que os riscos não são apenas por sobrevivência – são pelo futuro. (Fonte: <http://migre.me/rrS3r>).

Apostando numa expansão de recursos, principalmente ressaltando a apropriação da cidade como palco de uma revolução ficcional no mundo real, o aplicativo, que agora se chama “O Tordo”, resalta um discurso de participação na revolução de Panem e que só poderá ocorrer de modo pleno com o uso do *app*. Assim, cada vez mais ‘Jogos Vorazes’ vêm se tornando uma referência importante nesse cenário transmidiático, porque se apoderou de alguns dos aspectos mais relevantes da franquia e usou de ferramentas gratuitas, mas de grande alcance, para que os seus fãs V.U.Ps pudessem se sentir entre os dois mundos, enquanto voam sentados nas costas de um pássaro de fogo, que quer cumprir o seu papel revolucionário, onde uma realidade distópica faz jus às questões mais complexas de uma geração que se encontra em um entre-espço de realidades amplamente apelativas e identidades múltiplas.

Como veremos no próximo capítulo, esse entre-espaço está imerso nas características contemporâneas, algo que é bem específico da literatura distópica, porém iremos além, discutindo a sua relação direta com rituais de sofrimento, símbolos utópicos, sendo a cidade meio, mídia e mediação de tudo isso.

Com a popularização de Jogos Vorazes nos últimos anos, Helena teve a oportunidade de viajar para vários lugares, conhecer os intérpretes de Katniss e Peeta, e ainda ficava sabendo das novidades antes de várias pessoas, pelo seu website, Panem Wonderland, que agora crescia vertiginosamente, contendo colunistas de vários lugares do mundo, pessoas que se dedicavam a vestirem-se iguais aos personagens, outras que comentavam em vídeo as ações da franquia em sua cidade e, finalmente, o papel de Helena, que se dividia entre monitorar todas as publicações de seu site e ficar atenta às novidades relacionadas ao J.V.

Helena, que já não precisava correr atrás de todas as informações sozinha, agora só assinava o editorial do site e a sua coluna intitulada Você viu o Tordo?, onde ela compartilhava numa lista (que já chegava à mais de 40 posts), todas as vezes que o Tordo apareceu no mundo real. Ela cobriu para o Panem Wonderland, o passeio do Tordo por São Paulo, também participou das duas ações que a Paris Films realizou no Brasil em homenagem à J.V, fez questão de ir pessoalmente ao ConTribute e ainda disponibilizou em seu site um tutorial de como usar o aplicativo “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”, ainda mais depois que uma atualização incrível foi acrescentada e permitia, não só marcar a cidade, mas também se tornar uma personagem da Capital ou dos Rebeldes, já que ele permitia maquiagem-se com extravagância ou pintar o rosto com o Tordo. Seus seguidores mereciam aprender a usar o app corretamente!

Helena percebeu que ‘Jogos Vorazes’ estava vindo para o seu mundo, então não resistia em observar melhor por onde andava e se corria o risco de se encontrar com algum tordo desenhado no chão, sendo projetado em alguma praça, ou mesmo se iria se deparar com o próprio tordo sendo transportado em uma movimentada rua da capital em que morava, ardendo em chamas e com a musiquinha de Katniss e Rue ecoando pelos cantos.

Se o pássaro antes estava no seu broche, na sua camiseta e ornando a sua cama, hoje ele estava demarcando a cidade, pintando o seu rosto e eternizando a revolução como a única alternativa.

3. VOCIFERANDO CONTRA A CAPITAL NO MEIO DA FLORESTA

“Mas o que nos ajuda ficar vociferando contra a Capital no meio da floresta?” (COLLINS, 2010, p. 20), Katniss se questiona em determinado momento, ao longo do primeiro capítulo do primeiro livro da série. Talvez não de forma proposital, mas tal desabafo da protagonista dá o tom de todos os eventos que acontecem com ela depois disso, uma vez que se torna o símbolo de um levante e por acaso o centro de uma propaganda anti-governo. Não é por acaso, no entanto, que o formato escolhido pela detentora dos direitos da franquia, a Lionsgate, perpassasse pela ideia de que aqueles que antes não tinham vozes, como Katniss no início da história, serão ouvidos, basta dar um clique com o *smartphone* e manifestar-se contra a Capital, ou pelo menos contra a Capital de Panem.

Neste capítulo trataremos do espetáculo envolto em ‘Jogos Vorazes’, nos aprofundando nos aspectos de sua construção, uma vez que, em entrevista⁴², Suzanne Collins contou que essa história partiu da disseminação de *reality shows* na contemporaneidade. A autora diz que imaginou “um show em que as pessoas fossem colocadas em uma arena semelhante à dos gladiadores romanos” (COLLINS apud IRWIN, 2013, p. 13), mas a principal diferença estaria no fato de que elas não teriam opção de desistir da participação, caso fossem escolhidas.

Como vimos anteriormente, existe uma articulação na literatura distópica que busca trazer aspectos que representam a vida contemporânea em parâmetros hiperbolizados, com o objetivo de causar certo incômodo no leitor. Suzanne Collins seguiu essa ideia, ao utilizar-se de verismos típicos dos dias atuais (por exemplo: como percebemos e nos comportamos a frente da disseminação de *reality shows*) na construção do universo de ‘Jogos Vorazes’ e, como veremos neste capítulo, existe uma íntima conexão dessas escolhas narrativas, com as escolhas midiáticas feitas pelas Lionsgate ao construir uma dinâmica narrativa transmidiática ligada à franquia na divulgação dos filmes, entre elas a da superlativação de certos rituais de sofrimento, observados pela pesquisadora Silvia Viana (2011) como um dos pontos mais relevantes dos *reality shows* contemporâneos.

Além disso, discutiremos o *World Building* da Capital nos filmes, ou seja, veremos como a construção do universo e da “realidade” de ‘Jogos Vorazes’, baseada na obra literária, é também uma construção distópica, ao mesmo tempo em que demonstraremos as expansões

⁴² “Suzanne Collins diz que os *reality shows* contemporâneos forneceram boa parte da inspiração para a saga – e como alguns dos capítulos deste livro indicam, as semelhanças entre o nosso mundo e a distopia futurística de Collins não termina aí. Ao ler os horrores que Katniss e seus colegas enfrentam na arena, nos perguntamos se seria possível para seres humanos justificar atrocidades como os Jogos Vorazes.” (IRWIN, 2013; p. 13)

de uma transmidialidade que faz os espaços tornarem-se palco de uma revolução que acontece em algum lugar entre a ficção e a realidade. Sendo o aplicativo “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo” uma passagem para ambos.

A fim de entender as articulações entre a linguagem midiática de ‘Jogos Vorazes’ e o espaço urbano, trataremos do contexto da metrópole como uma construção que reforça o espetáculo e da cidade como meio, mídia e mediação. Essas questões serão perpassadas pela ideia de que a potência transmidiática de ‘Jogos Vorazes’ está calcada num entrelaçamento do real e do ficcional, para promover uma experiência que cambia entre o nosso mundo e o de Panem, em um espaço próprio, ou melhor, um entre-espaço próprio, uma passagem.

3.1. O Show deve continuar

Apresentado como sofrimento, desde o princípio, os Jogos Vorazes como espetáculo, marca claramente o centro do poder simbólico da Capital em relação aos outros distritos e procura, o tempo inteiro, manipular as opiniões e pontos de vistas da população, tanto que Katniss repete consecutivas vezes que sabe que está sendo filmada e que aquilo é um show exibido para todos. Ela inclusive planeja as suas investidas pensando em conseguir uma visibilidade boa suficiente para se manter viva e até vencer os Jogos, uma vez que perder significa morrer.

A audiência deve ter ficado enlouquecida, sabendo que eu estava nas árvores, que ouvi a conversa dos Carreiristas, que descobri que Peeta estava com eles. Até planejar exatamente como trabalhar tudo isso, é melhor eu me manter acima dos fatos. Sem me mostrar perplexa e, certamente, sem me mostrar confusa ou assustada. (...) faço uma pequena pausa, dando tempo para que as câmeras me enquadrem. Em seguida, empino levemente a cabeça para o lado e sorrio deliberadamente. Pronto! Vamos deixar eles descobrirem o que isso significa! (COLLINS, 2010, p.180).

Katniss não apenas mostra que tem plena consciência do funcionamento dos jogos, como também que está disposta a usar das informações que possui para manipular os acontecimentos, mudar a sua sorte e sair viva, o que significa vencer. Para Silvia Viana a linha que divide a dignidade, a ética e a vitória é extremamente visível nos *reality shows* contemporâneos, já que “a chave do ‘enigma’ é oferecida já no primeiro instante e é de fácil alcance, resulta na capacidade de se libertar dos constrangimentos psíquicos gerados pela dor e pela compaixão. O inimigo passa a ser o seu próprio juízo” (VIANA, 2011, p. 11) e a briga mental que Katniss demonstra seguidamente, apenas ressalta que, enquanto ela está dentro da arena, fará de tudo para sobreviver.

Existe assim, uma clara consciência do que implica a espetacularização de um determinado show, tanto por parte daqueles que estão no seu *backstage* quanto para aqueles que sabem da sua existência, por consumir tais rituais. A autora referencia Maria Rita Kehl, em determinado momento: “trata-se de demonstrar, com todos os recursos ‘realistas’ de um espetáculo ao vivo, que a natureza humana é irremediavelmente vil” (KEHL apud VIANA, 2011, p.13), objetivando ver “quanta humilhação e dor as pessoas são capazes de suportar ou infligir.” (VIANA, 2011, p.34). Essa perspectiva serve como uma ponte para retornarmos à própria concepção das obras distópicas, uma vez que, mesmo impulsionada por algo ético ou notoriamente humano, que é a sua sobrevivência e a dos seus entes queridos, Katniss não se livra da ‘obrigatoriedade’ de matar seus oponentes, ao mesmo tempo em que tenta se convencer de que é tudo parte do show e que isso irá mantê-la viva e que está sendo obrigada a fazer tudo isso.

A subjugação da moralidade da personagem principal e de seus pares é apenas uma das várias atitudes do governo tirano de Snow para se manter intocável e incontestável, assim como acontece em governos retratados em célebres obras literárias distópicas, que, coincidentemente também viraram filmes, tais como: “Admirável mundo novo” (Aldous Huxley, 1932), “1984” (George Orwell, 1949), “Fahrenheit 451” (Ray Bradbury, 1953). Aqui cabe comentar, que mesmo que a distopia não seja novidade no cinema e seja perceptível como essas obras ganham potência ao chegarem a grande tela, ‘Jogos Vorazes’ conseguiu se diferenciar de seus antecessores, pois não é nem uma adaptação cinematográfica, apenas, e nem se focou somente nisso, ampliou-se para uma franquia transmídia.

Como já vimos, o ato de configurar ‘Jogos Vorazes’ como uma franquia transmidiática, exige que a cada nova passagem de mídia, a narrativa-base seja explorada de um modo diferente, pois precisa lidar com as especificidades de cada meio, enquanto dá à mesma história ângulos e perspectivas novas. Logo, essas histórias célebres do gênero distópico não podem ser vistas sob o mesmo prisma que ‘Jogos Vorazes’ e ‘Divergente’ (2014), por exemplo.

Mesmo assim, a inspiração existe, tanto que o esquadrão o qual Katniss integra se chama 451, em homenagem à obra de Ray Bradbury e, assim como em “Admirável Mundo Novo” e “1984”, o governo de ‘Jogos Vorazes’ impõe uma divisão de classes e distritos, por meio de vigilância, exploração, repressão e monitoramento, sejam eles pelos Pacificadores (os guardas de Panem), pelas câmeras de vigilância, ou pelas mídias que são centralizadas, sendo o ápice dessa dominação os Jogos Vorazes e o espetáculo que se cria em volta deles.

Katniss, por exemplo, sempre foi usada para entretenimento, fosse como tributo, numa arena lutando pela sua vida; como celebridade vitoriosa de um jogo sangrento; fosse como Tordo, tomando a Capital sob as lentes das propagandas rebeldes; ou como a cara de uma revolução midiática e símbolo da dinâmica comunicacional contemporânea.

A composição dos Jogos também converge na criação de diversos rituais festivos com finalidade de promover o “bem estar” dos subjugados, assim como dar a impressão de que não existe melhor realidade que a que se vive. Numa das primeiras passagens da história de Katniss, podemos perceber como a Capital faz isso, ao transformar a Colheita e os próprios Jogos em um tipo de celebração, mesmo que os distritos não tenham nada o que celebrar. Se buscarmos no livro, Katniss reflete sobre essa questão: “Para fazer com que a coisa seja humilhante, além de torturante, a Capital nos obriga a tratar os Jogos Vorazes como uma festividade, um evento esportivo que coloca todos os distritos como inimigos uns dos outros” (COLLINS, 2009, p. 25).

Em um paralelo com as ideias de Silvia Viana, entendemos que o que acontece em ‘Jogos Vorazes’ é “a fantasia-ideológica (que) se organiza como uma ‘crença exteriorizada’, um ritual do qual participamos independentes do quão irracional seja, independente das racionalizações que eventualmente criamos para justificar a nossa participação”. (VIANA, 2011, p. 23).

A espetacularização da suposta “honra” em se tornar um Vitorioso também permeia o show dos Jogos Vorazes, já que desde o momento em que eles se tornam Tributos, até a coroação do sobrevivente, esses jovens são celebrados e suas histórias são contadas como símbolos de uma espécie de glorificação aos esforços de seus distritos. Depois de vencer, os sobreviventes precisam fazer uma viagem pelos distritos, chamada de Tour dos Vitoriosos e ao fim dela, ainda precisam retornar aos círculos dos Jogos como mentores, de modo que suas vidas nunca serão completamente desatreladas desse ritual, muito menos serão novamente suas. Algo que se torna claro para Katniss, quando Haymitch diz: “Mesmo que vocês obtenham êxito na viagem, eles vão voltar daqui a alguns meses para nos levar pros Jogos. Você e Peeta são mentores agora, todos os anos de agora em diante.” (COLLINS, 2011, p. 53).

Mesmo vencendo os Jogos, a Capital nunca vai se desfazer completamente dos Vitoriosos. Eles se tornam peças importantes para a manutenção dos mecanismos de opressão, mas desta vez na Capital, onde o maior entretenimento se dá pela cobertura das vidas desses personagens, transformadas em celebridades. Desejadas, amadas, idolatradas, queridas e, principalmente, passivas através dos mecanismos de opressão de Snow.

O show continua, num ciclo de espetacularização que se repente há mais de 70 anos, no qual os Vitoriosos não enxergam motivos para serem chamados dessa forma e acabam se entregando a vícios, desistindo de viver ou mesmo integrando uma frente de luta contra o poder vigente, muitas vezes desaparecendo “misteriosamente”. Em determinado momento, um dos aliados de Katniss, Finnick Odair, compartilha na TV os segredos que descobriu na Capital em um vídeo clandestino produzido pelos Rebeldes, expondo as fraquezas de alguns dos mais ilustres cidadãos de Panem e, claro, o próprio presidente Snow. Finnick revela: “Não fui o único. Se um vitorioso é considerado desejável, o presidente o dá como recompensa ou permite que as pessoas o comprem por uma quantidade exorbitante de dinheiro.” (COLLINS, 2012, p. 186).

Enquanto isso, a heroína pensa: “Finnick era alguém comprado e vendido. Um escravo de distrito. Um belo escravo, certamente, mas de fato inofensivo. A quem ele contaria? E quem acreditaria nele se o fizesse?” (COLLINS, 2012, p. 187). Katniss chega à conclusão de que, mesmo sabendo do que se passava nos bastidores dos Jogos, os habitantes da Capital preferiam esconder, ou mesmo agir de conluio com o sistema, para que seus próprios prazeres pudessem continuar sendo cumpridos. Sendo assim, nenhum deles parece querer, verdadeiramente, derrubar um sistema que lhe favorece, incluindo as suas perversões.

Aqui é importante ressaltar que a consciência da personagem é, definitivamente, um dos pontos altos dos livros, já que eles são narrados em primeira pessoa. Essa aproximação com a personagem nos faz acompanhá-la através de seus questionamentos, dúvidas e dramas, algo que não encontramos nos filmes de modo tão enfático, uma vez que eles são narrados em terceira pessoa. Mesmo assim, é perceptível, pela forma como a trama é desenvolvida nos quatro longas metragens, que Katniss sofre com as questões éticas e morais de seus atos (de seus aliados e inimigos, também), colocando em constante suspeita tudo e todos ao seu redor, até si mesma.

Para Carolina Figueiredo (2011b), esse processo de dúvida faz parte do estilo narrativo das distopias, sendo uma característica recorrente, ao lado da mídia, que é completamente centralizada e vigilante; e do espaço urbano, normalmente representado por prédios grandiosos, opressores e padronizados. Tanto os mecanismos de retenção psicológica, quanto a mídia e a arquitetura, são construções auxiliares a uma mensagem de poder, assim como as formas que elas tomam.

Finalmente, quando tratamos de vigilância, corpo, cidade e sujeito, sabemos que eles se vinculam à verdade e à história e que se inserem num contexto mais amplo de produção industrial de conteúdos simbólicos e bens. Contudo, tais temas aparecem

nas obras tanto para evidenciar os mecanismos de opressão, como mostrar as alternativas de que o indivíduo dispõe para escapar do poder e preservar sua subjetividade. Mesmo oprimido, o indivíduo subsiste e busca conhecer o mundo que lhe foi negado com a implementação de uma verdade maior. Há fissuras no controle sobre o sujeito, sobre seu corpo e sobre o local onde vive. Em função destas fissuras, ele foge das grandes verdades, que nota serem artificiais, e refugia-se nas suas pequenas verdades, sobre as quais tem domínio e tenta exercer sua individualidade. (FIGUEIREDO, 2011b, p. 18 - 19).

Com medo de se perder nos jogos de dominação impostos pela Capital, Katniss repete para si mesma, consecutivas vezes, coisas que sabe de cor, como seu nome, sua idade, onde nasceu, o que aconteceu e o que faz ali: “Meu nome é Katniss Everdeen. Tenho dezessete anos. O meu lar é o distrito 12. Participei dos Jogos Vorazes. Escapei. A Capital me odeia. Peeta foi levado como prisioneiro.” (COLLINS, 2012, p.10). Ao fazer isso, ela se dá a certeza de si e também nos dá indícios de que ela já é uma vítima de todas as torturas infligidas pela tirania de Snow e pelos métodos de controle do Distrito 13.

Descobrimos também, com o desenvolvimento da narrativa, que Peeta foi teleguiado, ou seja, foi torturado com um veneno que deturpa os pensamentos, as memórias e até mesmo os manipula a mudarem de forma. Peeta se transforma em mais uma arma da Capital, entregue de volta para o seio rebelde com o único objetivo de matar o Tordo. A dominação mental que a Capital exerce sobre Peeta, é mais uma demonstração da crueldade e violência da tirania vigente, sendo um dos momentos principais, tanto da narrativa de Suzanne Collins no livro, quanto na narrativa filmica. De modo que, a pausa existente entre o terceiro e quarto filme se dá, justamente, depois que Katniss é atacada por Peeta e quase morre sufocada.

Podemos dizer que a escolha da pausa ser exatamente aí, demonstra de que modo a tensão pretendia ser construída, colocando a tortura mental de ambos os personagens como força motriz de Katniss para a conquista da Capital e a fixação do pensamento da personagem em assassinar o ditador. É nesse momento, ao ver Peeta transfigurado num brinquedo manipulado pela ditadura, que Katniss se torna, conscientemente, o Tordo.

Porque mesmo que ela já tivesse concordado com isso, é apenas quando ela se percebe e percebe Peeta como seres arruinados pela Capital, que ela decide entrar profundamente neste propósito, acrescentando aí sua necessidade de se vingar de Snow e matá-lo. É nesse ponto que ela descobre que as insurgências locais nos distritos estão ganhando ainda mais força e aceita o desafio de falar diretamente com os insurgentes.

É neste momento, também, que a Lionsgate ampliava a construção do universo narrativo transmidiático de ‘Jogos Vorazes’, inspirando-se na temática dos momentos finais dessa narrativa. Entre o segundo e terceiro filmes (entre 2013 – 2014), diversos *teasers* foram

divulgados no canal do YouTube da Capital, mostrando Peeta e Johanna (os dois personagens que foram sequestrados no final da segunda parte) ao lado do presidente Snow, enquanto ele dita mensagens de unidade, paz, prosperidade e união. Até 12 de dezembro de 2016, os vídeos dessa parte da campanha já tinham somado mais de 23 milhões de visualizações⁴³ e mais de 13 mil comentários do mundo todo. Nestes vídeos notamos a pretensão estilística da divulgação referente à Capital, inclusive que existe uma intencional diferenciação entre as comunicações relacionadas à Capital e as comunicações dos Rebeldes, tal qual a própria narrativa-base deixa claro desde o início.

Nos vídeos da Capital, a estética grandiosa e extremamente asséptica de um ambiente controlado e luxuoso se sobressai, de modo a dar um tom de um pronunciamento político sério e oficial. As fortes colorações de branco, assim como a luz saturada compõe a mensagem como um comunicado respeitoso, enquanto as palavras ditam ordem em meio ao caos que está acontecendo na história, inserindo ainda mais a narrativa numa passagem de ficção e realidade – realidade e ficção, uma vez que o “povo de Panem” o qual Snow se dirige nos vídeos é, tanto os personagens ficcionais, quanto nós, que assistimos aos pronunciamentos pelo YouTube.

Colagem 6 (veja ampliada na página 132) – Frames dos *teasers* trailers da Capital.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=7dCB2U9IX48>

Enquanto isso, os pronunciamentos feitos pelos Rebeldes são apresentados como algo clandestino, cheio de falhas técnicas e roubando o sinal oficial da Capital, como citado no terceiro livro: “Nosso plano é lançar um Assalto Televisivo – diz Plutarch. – Fazer uma série do que chamamos de pontoprop, a abreviação de ‘pontos de propaganda’, com você e

⁴³ São dois vídeos, com duração média de um minuto. Cada um deles marcava cerca de dez milhões de visualizações. Fonte: <http://migre.me/uAajS>.

transmiti-los para toda a população de Panem” (COLLINS, 2012, p. 54). Reforçando, novamente, que as narrativas transmidiáticas de ‘Jogos Vorazes’ lançaram mão de esquemas e estratégias visuais conhecidas e incorporadas na fortuna imagética social. Sendo mais fácil de absorver e construir os sentidos pretendidos, em que a Capital é uma ditadura e os Rebeldes são a solução.

Colagem 7 (Veja ampliada na página 133) – frames dos teasers dos Rebeldes



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=k4e-qJdEAXo>

A partir da observação do uso desses recursos, bem como das escolhas estéticas, é possível afirmar que a divulgação que se seguiu até o lançamento do terceiro filme da saga, apresentava esses dois aspectos. Sendo as comunicações da Capital em tom oficial, ufanista e com um forte uso da cor branca; e as comunicações dos rebeldes feitas de modo caseiro e bastante precárias, normalmente invadindo as comunicações oficiais de Snow. Não temos como objetivo analisar esses vídeos, mas trazê-los para a discussão é importante, porque entendemos que em uma amplificação de universo transmidiático, as partes são referentes ao todo e precisam ter linguagens que se interpelem entre si, criando, desse modo, um ambiente coeso, compreensível e conectado. O que significa que, a partir desse momento, tivemos duas frentes de divulgação, a que ressaltava a Capital e a que mostrava que os Rebeldes estavam lutando.

Logo depois da divulgação do primeiro ‘assalto televisivo’ dos Rebeldes, a Lionsgate lançou na TV Capital (do YouTube) uma série de documentários de curta duração, chamado “Vozes dos Distritos”, sobre as vidas nos distritos, focando naqueles que, citados no livro, eram os alvos do levante para aderirem a ele: os Distritos 2, 6, 5, 8 e 9. A série teve seis vídeos, sendo um de introdução e os cinco seguintes mostrando o “dia a dia” de cada um dos

distritos. A estética dos vídeos lembra fortemente os filmes de Leni Riefenstahl⁴⁴ para a Alemanha Nazista, já que os moradores dos distritos são filmados com glória, grandiosidade e magnificência. Para completar, ao final de cada episódio, a frase “Ame seu trabalho. Seja orgulhoso de suas funções” ecoa como uma palavra de ordem, sendo o foco claro dessa série e remetendo à frase de entrada em Auschwitz, que dizia: “O Trabalho Liberta”.

Colagem 8 (Veja ampliada na página 134) – frames dos vídeos referentes à série Vozes dos Distritos.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.
Captura de Imagens: <http://migre.me/ue6f3>

É evidente que, nesses documentários, nos deparamos com uma referência imagética direta à estéticas utilizadas em propagandas de regimes totalitários que, de fato, existiram. Supomos que ao fazer isso, a Capital de Panem é associada a um capital simbólico negativo, de modo que não poderia haver outro vilão em ‘Jogos Vorazes’, se não a Capital e o regime

⁴⁴ Leni Riefenstahl (1902 – 2003) foi uma cineasta alemã, que se tornou conhecida na era nazista e ficou famosa pela sua estética filmica que engrandecia o regime. Ela deixou a sua marca no cinema com obras como “Olímpia” e “O triunfo da vontade”, que por mais belos em sua forma, ficaram para sempre marcados pela ideologia que os circunda. Apesar de notoriamente perigosa, essa aproximação é necessária, porque percebemos que existe uma intencionalidade em relacionar a estética das obras de Leni, com a estética das comunicações da Capital, como se reafirmasse que o que Snow e companhia estavam fazendo em Panem, era tão ruim quanto o que foi feito por Hitler (e outros ditadores reais) durante o Nazismo.

que ela impõe. Aqui é importante fazermos um adendo: Snow é um tirano e administra um governo ditador e opressor, mesmo assim fica claro para Katniss e também para nós, que ele não é único culpado e que a ideologia da Capital é a principal responsável pelo modo como os distritos vivem, sendo ela o alvo dos Rebeldes, através da dominação da cidade.

A ação seguinte da Lionsgate foi referente à “resposta” dos Rebeldes. A criação do aplicativo “Nosso Líder o Tordo”. Nessa época, a única função do *app* era a de criar *stencils*, conforme já explicamos anteriormente. A princípio, essa comunicação tinha a ver com a ideia de passar uma mensagem de dominação do espaço urbano da Capital pelos rebeldes, saindo das mídias convencionais que na história são dominadas pelo governo e focando em aproximarem-se dos distritos, especialmente os mais afastados. No mundo real, esse *app* era uma divulgação da franquia, através das marcações feitas pela cidade e compartilhamento delas. O que conectava ambos os ‘mundos’, além da ferramenta, era a forma como o aplicativo era apresentado (num tom de segredo e clandestinidade), bem como o que ele acionava (a possibilidade de fazer marcações dos ‘Jogos Vorazes’ na sua cidade e conversar com outros fãs através dessas marcações). De repente era possível se conectar com a revolução de Panem.

É possível perceber nesta ação, um avanço nas estratégias de expansão de universos ficcionais, já que se imbrica intensamente com o real, a ponto de construir a narrativa transmidiática para além dos *media* tradicionais, conseguindo incitar um engajamento ainda maior e baseado, tanto no que está acontecendo na narrativa, quanto como essa mesma narrativa se apresenta em suas margens e derivações.

O que aumenta as passagens e efetiva os entre-espacos que estamos falando aqui, entre real e ficcional, é justamente a presença midiática do ficcional no real, de modo que essas passagens são caracterizadas por inserir no circuito midiático real, narrativas ficcionais, ou seja, há uma clara apropriação dos *media* reais para fazer circular como publicidade conteúdo ficcional.

Assim, enquanto Katniss se preparava para encontrar com o Distrito 13 e se tornar o Tordo, os fãs V.U.Ps de ‘Jogos Vorazes’ eram preparados para aderir à uma revolução, que tomaria lugar nas cidades, literal e ficcionalmente, já que o aplicativo foi apenas a primeira das muitas outras ações que tomaram conta de ruas de grandes cidades pelo mundo. Essas ações se estruturam tomando como referência a narrativa fílmica, mas pareceram se fortalecer no real de tal maneira, que foram capazes de expandir suas formas de interação.

Uma parte dessas ações foi voltada para o coletivo, de modo que os fãs se reunissem ao redor de um símbolo, ou que se engajassem em uma atividade específica. Um exemplo

forte foi a que aconteceu na Avenida Paulista no dia 15 de novembro de 2014, em que vários prédios dessa avenida foram marcados por projeções da transição do tordo, lembrando a todos do lançamento do penúltimo filme da franquia, no dia 19 de novembro de 2014.

Colagem 9 (Veja ampliada na página 135) – Ação na Avenida Paulista



Fonte: <https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/?fref=ts>

Mesmo assim, a maioria das ações tinha como foco o fã como indivíduo, oferecendo para ele um momento a sós e de destaque com a franquia e seus signos. Tanto que as ações que fizeram maior sucesso são relativas à divulgação de fotos de fãs, sua produção e o compartilhamento delas.

Mas o que todas essas ações urbanas têm em comum, é a percepção de uma clara movimentação da Lionsgate em direção à colocação da franquia nas ruas, de modo que a presença dos símbolos referentes a esse universo, bem como o compartilhamento deles fossem observados fora dos ambientes notoriamente midiáticos, chamando atenção para outro lugar que também é mídia, mas não muito óbvia assim. A urbe.

3.2 – Distritos Rebeldes e o direito à Panem

Construir para significar, verticalizar para fazer ver, fazer ver para simbolizar. Esses são os elementos que permitem estudar a cidade como meio e como mídia. Ou seja, os índices materiais e formais constroem as cidades e permitem que sua imagem constitua a mídia mais eloquente e eficaz. (FERRARA, 2008a, p. 42).

Mas de que urbe estamos falando exatamente?

Como vimos até aqui, houve um esforço muito grande por parte da Lionsgate em construir muitas narrativas secundárias e que não necessariamente influenciavam diretamente à história de Katniss e Peeta, apesar de terem conexões. Essas construções podem enganar e até confundir numa primeira visada, porque estão intimamente conectadas, sejam entre si, entre o real e o ficcional, entre os personagens e até entre os seus fãs. Para que esta confusão não ocorra para o leitor desta pesquisa, subdividiremos esta seção em dois momentos: o primeiro, que se detém em explicar os processos da urbe na construção imagética dos filmes de ‘Jogos Vorazes’, ou seja, o *World Building*; e o segundo, que se destina em esmiuçar de que maneira esses processos aparecem na linguagem transmidiática da franquia, dando ênfase ao aplicativo “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”.

3.2.1 – Por um espaço distópico.

Neste momento, é importante retornarmos ao que Jacoby (2007) falava sobre os utopistas projetistas. Para o autor, os utopistas projetistas eram aqueles que projetavam sociedades ideais através das descrições de seus mundos e da importante imersão da história acerca dos seus aspectos arquitetônicos e comportamentais, já que, “independente da época, as cidades utópicas apresentam em comum a ideia de modificação do homem pela modificação do espaço.” (FIGUEIREDO, 2011b, p. 282).

E, como também já vimos, o gênero distópico tem uma forte relação com esse tipo de narrativa utópica, sendo que uma das suas principais características é a maneira como a cidade é representada, tornando-se determinante para a forma como os personagens são compostos e se apresentam. Sempre grandiosas, as construções dos regimes totalitários que costumam compor as distopias, são pensadas para impressionar, mas principalmente para reprimir, desde manifestações de independência, até atitudes individuais, forçando sua população a viver de modo subjugado, dependente do Estado e, em certo grau, melancólico e solitário.

Essa inspiração vem de regimes totalitários reais, considerando que, para Maria Betânia Cavalcanti-Brendle (2003, p.79), “o padrão dos regimes totalitários é uma grotesca cosmética urbana. Sua arquitetura, de proporções gigantescas, é anacrônica, carregada de historicismos e convertida em símbolos políticos de poder, força, autoridade, vitória e, na maioria dos casos de instrumentos de autoglorificação.”. Isso significa que, inspiradas pelas formas como cidades foram (re)construídas em regimes totalitários reais, as narrativas distópicas colocam a arquitetura urbana como um significante ativo das mensagens

governamentais, de modo que a sua presença alcança um dos seus maiores objetivos nessas narrativas: a construção de verismos, através de uma ambientação que gera reconhecimento.

Podemos sugerir que essa ambientação é responsável pela constante impressão (e em alguns casos, incômodo) de uma narrativa ficcional, que se imbrica com a realidade de modo tão bem sucedido, retornando ao que nos fala diretamente às nossas experiências contemporâneas. Luís Alberto Brandão, em “Teorias do Espaço Literário” (2013), constrói uma análise literária a partir do espaço como categoria. No seu primeiro capítulo, o autor expõe de que maneira a questão do espaço estava sendo analisada na literatura e em determinado momento ele disserta sobre a questão da ficção e da realidade. Esse trecho é importante para a nossa discussão, pois pode ser tomado como forma de expor o movimento de construção de mundo de ‘Jogos Vorazes’, uma vez que:

Pode-se afirmar que o fictício é uma realidade que se repete pelo efeito do imaginário, ou que o fictício é a concretização de um imaginário que traduz elementos da realidade. A rigor, porém, não se pode dizer o que são o real, o fictício e o imaginário, mas somente sugerir que o primeiro corresponde ao “mundo extratextual”; que o segundo se manifesta como ato, revestido de intencionalidade; e que o terceiro tem caráter difuso, devendo ser compreendido como um “funcionamento”. (BRANDÃO, 2013, p. 34).

Desta maneira, percebemos que, graças ao intercâmbio de características reais e ficcionais que formam os espaços de ‘Jogos Vorazes’, a mensagem distópica da história foi mantida e não permaneceu apenas no enredo. Como vimos até aqui, a Lionsgate construiu um universo complexo, cheio de camadas e mostrando diversos lados da mesma nação e também diversos espaços de uma mesma revolução. Esse movimento, aliado a ideia de revolução urbana é o que verdadeiramente norteia a narrativa base ‘Jogos Vorazes’. Essa percepção nos ajuda a compreender, então, porque foi tão importante que a narrativa transmidiática e a expansão de ‘Jogos Vorazes’ defendesse a mesma ideia, chegando a extravasar para o mundo real.

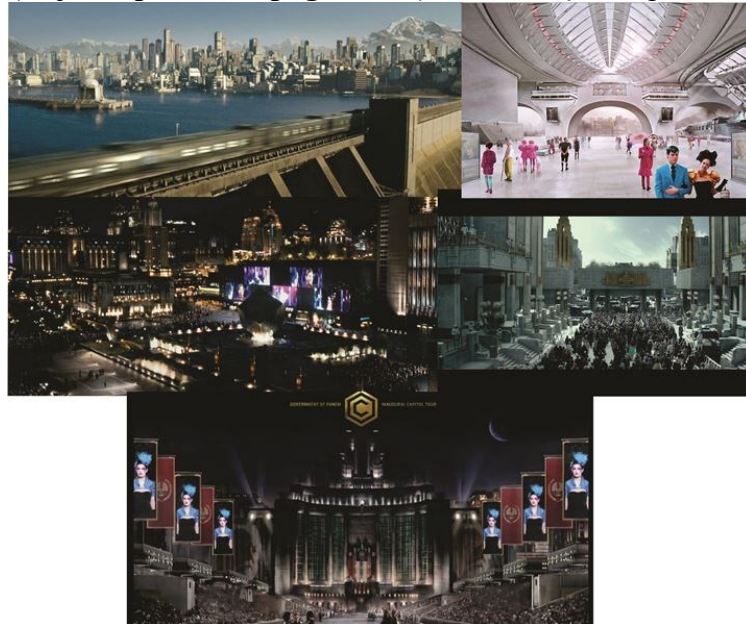
Em “Jogos Vorazes” (2012) tivemos o primeiro contato com a grandiosa metrópole de Panem, justamente na entrada dos personagens na Capital. Nesse primeiro momento, a Capital aparecia como algo completamente inalcançável, caso eles não tivessem convites para entrar ali. Para Katniss e Peeta, a Capital é opulenta, apinhada de edificações gigantescas e repleta de pessoas peculiares, com suas plumas coloridas, cabelos sintéticos e maquiagens extravagantes. No livro, o momento dessa entrada é descrito da seguinte forma:

As câmeras não mentiram a respeito da grandiosidade do local. Se tanto, elas não chegaram a captar a magnificência dos edifícios esplendorosos num arco-íris de

matizes que se projeta em direção ao céu, os carros cintilantes que passam pelas avenidas de calçadas largas, as pessoas vestidas de modo esquisito, com penteados bizarros e rostos pintados que nunca deixaram de fazer uma refeição. Todas as cores parecem artificiais, os rosas intensos demais, os verdes muito brilhantes, os amarelos dolorosos demais aos olhos, como as balas redondas e duras que nunca temos condições de comprar nas lojinhas de doce do Distrito 12. (COLLINS, 2010, p. 67).

Com a liberdade descritiva que Suzanne Collins ofereceu em seu livro, os produtores dos filmes construíram a Capital como uma metrópole de ruas largas, enormes edifícios, cores claras e muito iluminadas, assim como não se esqueceram de incluir seus moradores excêntricos.

Colagem 10 (Veja ampliada na página 136) – Construção arquitetônica da Capital



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de imagens: <http://migre.me/ueumV>

Tanto nos enquadramentos do primeiro filme, quanto nas imagens de divulgação do *World Building*, é possível notar um significativo esforço em não se aproximar muito intensamente do que é a Capital, de modo que a sua grandiosidade fosse mantida inabalável e os detalhes que a constituem fossem menos explorados. A maioria das tomadas de “Jogos Vorazes” na Capital foram feitas em planos abertos e panorâmicos, salvo aquelas que fazem referência aos principais pontos da cidade e dos que representam algo para a trama, em termos narrativos, como a estação de trem⁴⁵, em que os Tributos chegam de seus distritos; a praça central⁴⁶, onde Katniss consegue ver de sua janela no centro de treinamento; e o local da

⁴⁵ 29’17” e novamente com 1h02’19” – “Jogos Vorazes”, 2012.

⁴⁶ 35’41” - “Jogos Vorazes” – 2012.

cerimônia de abertura⁴⁷. As tomadas mantêm a mesma distância proposta no início da narrativa, ressaltando a ideia de que Katniss é uma completa estranha para aquele mundo opulento e não se sente nem um pouco confortável, como se sentia quando caçava na floresta.

Novamente se reafirmando como uma distopia, essa sensação de incômodo de Katniss é sintomática e crucial para a compreensão de que o espaço da Capital é um espaço de perda de individualidade e, conseqüentemente, de sensação de desamparo, já que o único lugar em que a protagonista se sente confortável é a natureza. Notando essa sobreposição de sensações em outras distopias, Carolina Figueiredo afirma que:

A urbe (em distopias) pode ser vista então como espaço da perda da identidade, da anomia, da racionalidade e da solidão, em contraposição ao campo ou à natureza, que preservariam a essência dos homens. Em adição, é no espaço urbano que o sujeito se expande ao manter contato com outros sujeitos, tornando-se mais rico através das informações que emite e recebe, dos seus afetos e dos conflitos de que participa. Em utopias e distopias, a cidade é um grande meio que viabiliza tais relações. (FIGUEIREDO, 2011a, p. 119).

A Capital, neste primeiro filme, é um desenho de criação humana, baseada numa tradição utópico-projetista, em que cada detalhe foi pensado para passar a mensagem de bem estar e encantamento constante, quase dizendo que a paz ali reina.

Utópica é, antes de tudo, a própria representação projetiva de um lugar como totalidade verdadeira, como ideia. A imaginação utópica, e suas frequentes recaídas ideológicas, extraem sua origem certamente também desta síntese grega de filosofia política e arquitetura, mas se resolve em uma variante de sonho mítico, voltado agora para o futuro e dando lugar, no fundo, a uma *outra* história. (ZARONE apud BRANDÃO, 2013, p. 62).

Até aqui, essa Capital é mais uma metrópole modernista em que tudo não passa de um mero simulacro e o espaço é completamente construído para ser o que não é e oprimir seus habitantes através de suas aparências. Segundo Lucrécia Ferrara (2008b, p. 66): “a metrópole elege seus ‘lugares iluminados’ através dos quais conhecemos os lugares da cidade, ao mesmo tempo em que se cria outra raiz para a visualidade do espaço social”. Desse modo ela se torna familiar, no entanto continua longínqua, parecendo uma colcha de retalhos de referências mundializadas.

Se prestarmos atenção na concepção arquitetônica da Capital, conforme mostram as imagens da colagem 8, perceberemos que nos remetem a diversas referências de cidades reais. Todas são metrópoles globais, a exemplo de: as linhas simétricas de Roma e Atenas, a praça iluminada e com vários chafarizes, como Paris e Madrid; o círculo central cheio de telões

⁴⁷ Do minuto 31 ao 35 acontece a cena da entrada dos Tributos. “Jogos Vorazes” - 2012

como a Times Square ou o centro de Tokyo, e até mesmo a peculiaridade dos seus habitantes, bastante inspirada na moda Harajuku⁴⁸ e do K-Pop⁴⁹.

É possível supor que houve uma preocupação em criar uma referência visual globalizada dessa Capital de Panem, através do uso dessas referências, talvez, mais “reconhecíveis”, desterritorializando um local que, pelo seu próprio anacronismo, pode estar em qualquer época, sendo um lugar qualquer, mas sem estar em um lugar específico.

Dito de outra forma, ao desterritorializar o local e o período histórico de Panem, supomos que o foco da Capital criada através do *World Building* dos filmes era o de causar uma sensação de reconhecimento, mesmo que não direto, de referências reais, se tornando um lugar verossímil de uma distopia de alguma época. Isso quer dizer que, diferentemente do que acontece no livro, onde é especificado aonde que Panem foi construída, nos longas metragens eles assumem a possibilidade de que ela esteja situada em qualquer parte do mundo, criando um lugar essencialmente desterritorializado, porém territorializado pelo fato de ser Panem.

Essa questão, aliada à afirmação de Félix Guattari (2012, p. 169), acerca de que “o ser humano contemporâneo é fundamentalmente desterritorializado”, nos faz pensar que a identificação que as distopias geram tem muito a ver também com a imagem de um lugar que também é essencialmente desterritorializado. Perceber que Panem pode ser reconstruída em qualquer lugar, justamente porque não pertence a um espaço específico e pode ser reterritorializada pela junção narrativa de ‘Jogos Vorazes’ e o potencial interacional de seus fãs V.U.Ps. A Lionsgate, nesse caso, criou um ponto de fuga “transversalista” (*idem*), reterritorializando Panem, através da sua comunidade fã, ampliando ambos os territórios, os que fazem parte de Panem e o que fazem parte do lugar tangível no qual os fãs se inserem.

Para Rogério Haesbaert e Glauco Bruce (2002, p. 3), a questão da desterritorialização em Félix Guattari e Gilles Deleuze é crucial para entender a forma do pensamento dos autores, uma vez que esta noção está enraizada no pensamento rizomático deles, significando que todas as ideias estão conectadas de alguma maneira, através da “teoria da multiplicidade”. A “teoria da multiplicidade” se baseia na observação da realidade e suas diversas camadas, indo além de dicotomias pré-estabelecidas, como a oposição entre dentro e fora, acima e abaixo, real e ficcional.

⁴⁸ Harajuku é uma área ao redor do bairro Shibuya, em Tóquio, conhecida pela excentricidade de seus frequentadores, especialmente os jovens, que se vestem com perucas coloridas, roupas que lembram as dos mangás e animes japoneses, bem como a grande quantidade de artistas performáticos que ali se apresentam.

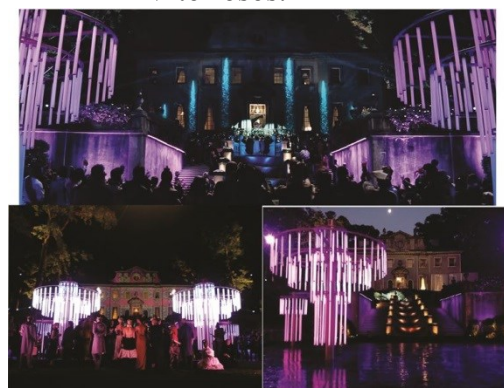
⁴⁹ K-Pop significa Korean Pop, que designa a música pop produzida na Coreia do Sul. O K-Pop é conhecido por seu estilo andrógino, de múltiplas referências e por seus grupos formados por muitos membros. Além disso, a moda disseminada por esses artistas é, normalmente, ligada à juventude e feita com materiais sintéticos e diferentes, como plástico, papel, metais e afins.

É dentro dessa observação da realidade que a noção de território ganha corpo, uma vez que Guattari e Deleuze ultrapassam o território como forma limítrofe e o transformam em uma noção filosófica complexa, ligada às interações, desejos, sociedade e tecnologia, de modo que é capaz de abranger os mais diversos territórios, sejam eles do âmbito psicológico, físico, social e identitários. Logo, quando falamos de território não estamos falando do sentido clássico de zonas fronteiriças e geográficas, estamos falando de territórios que se formam dentro da “teoria da multiplicidade”.

Não temos como afirmar a intencionalidade dos designers por trás da concepção arquitetônica da Capital, mas podemos, por meio das imagens, supor que existe um esforço em construir semelhanças, aproximações e traduções filmicas da obra de Suzanne Collins, quanto à Capital ser um antro de espetacularização e aparência. Essas referências se tornam ainda mais claras, quando Katniss e Peeta retornam à Capital para o Tour dos Vitoriosos no segundo longa, “Em Chamas” (2013). Neste momento temos a sobreposição da descrição de Suzanne Collins sobre a mansão de Snow e a construção imagética deste momento:

A festa, realizada na sala de banquetes da mansão do presidente Snow, é incrível. O teto com pé direito de 12 metros de altura foi transformado num céu noturno, e as estrelas estão dispostas exatamente como estão no meu distrito. Tenho a impressão de que elas também são assim quando vistas da Capital, mas quem pode saber? Aqui tem sempre luz demais na cidade para que as estrelas possam ser vistas. Mais ou menos no meio do caminho entre o chão e o teto, músicos flutuam no que parecem nuvens brancas e fofas, mas não consigo ver o que as mantem no ar. Mesas tradicionais de jantar foram substituídas por inúmeros sofás e cadeiras estofados, alguns dos quais cercando as lareiras, outros ao lado de aromáticos jardins floridos ou fontes cheias de peixes exóticos, de modo que as pessoas possam comer e beber, e fazer o que quer que desejem no mais completo conforto. Há uma grande área ladrilhada no centro da sala que funciona como pista de dança, como palco para apresentações performáticas de artistas que entram e saem, e como um outro local para se misturar com os convidados extravagantemente vestidos. (COLLINS, 2011, p. 87 - 88)

Colagem 11 (veja ampliada na página 137) – A mansão de Snow e a festa dos Vitoriosos.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de Imagens: <http://migre.me/ufhSA>

A partir deste longa percebemos o quanto a Capital pode ser tão simulada como as arenas às quais os Tributos são colocados para digladiarem-se. As luzes são controladas, assim como a diversão, a aparência e até mesmo a fome, num particularmente perturbador momento (para Katniss, principalmente), que se descobre a existência de uma bebida que eles usam para vomitar e depois voltarem e comer mais. “O cenário é arbitrariamente planejado para impressionar a massa e mantê-la presa entre grandes paredes e edifícios. Tudo é hiperbólico e se refere ao ditador e à ordem política que ele corporifica” (FIGUEIREDO, 2011b, p. 284), de modo que a Capital é uma simulação de glória, tal como os vídeos de propaganda, externos aos filmes, pretendem mostrar.

É ao entender a simulação em todas as partes da Capital, que Katniss consegue vê-la mais próxima, assim como nós também, que numa comparação com a primeira panorâmica da cidade em “Jogos Vorazes”, para a que se segue no segundo filme, temos a clara percepção de aproximação.

Colagem 12 (veja ampliada na página 138) – Comparação de frames entre a panorâmica da metrópole em “Jogos Vorazes” e em “Em Chamas”.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de Imagens: <http://migre.me/ufhRd>

Agora estamos dentro da Capital, de fato, sendo no segundo filme que olhamos pra ela de frente. Ainda não a vemos na altura dos olhos, mas essa aproximação é determinante para que, tanto Katniss, quanto nós, ao assistirmos ao filme, possamos perceber a Capital com mais clareza, bem como os jogos políticos e de dominação ideológica que ali se passam, principalmente os que se utilizam da cidade para tal. Afinal, Katniss percebe:

Quando chegamos à Capital, já estamos desesperados. (...) Não há nenhum perigo de levante aqui entre os privilegiados, entre aqueles cujos nomes jamais são colocados na bolinha das colheitas, cujos filhos jamais morrem pelos crimes, supostamente cometidos gerações atrás. (COLLINS, 2011, p. 84)

O que percebemos na narração de Katniss, é que ela não mais se deslumbra com a opulência da Capital, mas ainda não compreende muito bem a diferença que existe entre “eles e nós”, a cidade e os distritos; tanto que percebe que em comparação com a experiência que ela e Peeta tiveram nos distritos, a Capital está sendo tranquila, já que a população incorpora a ideia de que está protegida e de que é privilegiada. É a partir dessa parte da história que Katniss percebe o jogo de simulação que acontece na metrópole, inclusive alienando a sua população, de modo que podemos até fazer uma aproximação dessa questão, com o que Lucrécia Ferrara pontua como sendo referente à metrópole:

é o território do espetáculo para uma sociedade que transforma o cotidiano em rotina vivida em um espaço uniforme para um tempo de repetição: espaço e tempo redundantes, tecnologicamente produzidos para serem consumidos em horários e locais programados. (FERRARA, 2008a, p. 67).

“Em Chamas” construiu a imagem de que o verdadeiro inimigo é a Capital e como as suas ordenações foram construídas, excluindo seus distritos, abusando deles e ainda os utilizando como entretenimento. Logo, “os instintos destruidores nestas obras (distópicas) se dirigem à cidade, que representa tanto o poder que a oprime, quanto os indivíduos que circulam por suas artérias, criando um emaranhado entre espaços, prédios monstruosos e sujeitos” (AMARAL, 2005, p. 4).

Durante o Tour dos Vitoriosos isso fica bastante evidente, ao compararmos as praças públicas de cada um dos Distritos com a festa na Mansão de Snow. As praças são cinzentas, em ruínas e mostram uma população melancólica e entristecida, diferentemente do que vemos nas imagens da festa na Capital. Nessa mesma comparação, é nas praças que vemos as movimentações de questionamento e insurgências, enquanto que na mansão ficamos a frente a uma parte da população totalmente alheia ao resto de sua nação.

Colagem 13 (veja ampliada na página 139) – Comparação de frames entre a construção imagética das praças dos distritos e da mansão de Snow.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de Imagens: <http://migre.me/vIbwQ>

Neste momento podemos nos inspirar na construção do universo do Tordo e relacionar a sua mensagem ficcional com o que David Harvey (2014) afirma existir, historicamente, nas relações complexas entre a forma como as cidades são construídas e os seus capitais distribuídos, tendo um grupo dominando o uso e os lucros das produções (Capital) e exigindo da sua população excedente (os distritos) ainda mais produtos e ainda mais trabalho.

Desde que passaram a existir, as cidades surgiram da concentração geográfica e social de um excedente de produção. A urbanização sempre foi, portanto, algum tipo de fenômeno de classe, uma vez que os excedentes são extraídos de algum lugar ou de alguém, enquanto o controle sobre o uso desse lucro acumulado costuma permanecer nas mãos de poucos. (HARVEY, 2014, p. 30).

A forma como Suzanne Collins construiu o sistema de distritos é um forte indicativo das divisões urbanas que vemos no mundo todo, sendo na sua grande parte uma herança da polarização de distribuição de capitais, que cria mecanismos de abafamento das insatisfações dos subjugados. Então podemos afirmar que até o espaço urbano de ‘Jogos Vorazes’ é um verismo e serve de lembrete de que, mesmo sendo uma obra ficcional, estamos à frente de uma representação do nosso tempo, em que reais insurgências pelo “direito à cidade” explodem pelo mundo todo.

Sendo assim, o espaço significa e não é só importante nas revoluções reais, mas ganha papel essencial nessas obras distópicas, criando uma relação entre o real e o ficcional, através da cidade e das revoluções que acontecem ali, de modo que compreendemos ainda mais,

como a revolução promovida pelos distritos e liderada pelo Distrito 13 funcionou tão bem, em ‘Jogos Vorazes’, a ponto de extravasar para o mundo real.

Também é importante percebermos que essa revolução descrita na obra se deu concomitantemente entre os espaços urbanos e as mídias tradicionais de Panem. Na história de Suzanne Collins, os Rebeldes promovem um assalto televisivo para incitar os habitantes de Panem a integrarem a frente de luta revolucionária, ao mesmo tempo em que desenvolviam ações intensas e locais em cada um dos distritos. A estratégia principal do 13 era a de desestabilizar a economia de Panem, não permitindo que os distritos que faziam parte da revolta produzissem os proveitos aos quais eram designados⁵⁰, tanto que as cenas que aparecem fora do Distrito 13 no terceiro filme da franquia, “A Esperança – Parte 1” (2014), são justamente as de insurgentes, em seus distritos, construindo armadilhas para cortar o fornecimento de bens para a Capital. Essa estratégia é baseada em algo real, que Harvey chama de “Teoria do Cupim”:

Assim, o ônus político transfere-se, então, para alguma forma de controle proprietário, comunitário ou local. O pressuposto é que o poder opressivo do Estado pode “declinar” à medida que movimentos de oposição de diferentes tipos – ocupações de fábricas, economias solidárias, movimentos coletivos autônomos, cooperativas agrícolas, etc – adquirem impulso na sociedade civil. Isso equivale ao que se poderia chamar de uma “teoria de cupim” da mudança revolucionária: corroer os apoios institucionais e materiais do capital até que entrem em colapso. Esse termo não é depreciativo. (HARVEY, 2014, p. 224).

A “teoria do cupim”, descrita desta maneira, nos serve para compreender como as insurgências foram se alastrando pela nação de Panem e culminaram com a luta direta na Capital. Ainda no segundo filme, Katniss chega a ver que pequenas manifestações foram ganhando forma depois do episódio das amoras venenosas e isso acontece quando ela presencia a morte de um senhor no Distrito 11. No livro, um desses momentos também ocorre, acidentalmente, ao visitar sua amiga Madge:

⁵⁰ Na história de Suzanne Collins, cada distrito era responsável por uma parte da economia de Panem, de modo que todos eles enviavam as suas produções para a Capital e, em troca, recebiam provisões alimentícias baixíssimas e não poderiam produzir para consumo próprio. A Capital é responsável pela distribuição de bens, sendo o centro político e administrativo de Panem; o Distrito 1 é responsável pela confecção de artigos de luxo, como roupas, calçados e itens de decoração; o Distrito 2 é responsável pelas construções e edificações, sendo também o distrito de onde vêm os guardas de Panem, chamados de Pacificadores; o Distrito 3 é responsável pelo desenvolvimento de novas tecnologias; o Distrito 4 é o de pesca; é no Distrito 5 que ficam as hidroelétricas; O Distrito 6 desenvolve os diferentes tipos de transportes disponíveis em Panem, inclusive os aerodeslizadores e os trens super velozes; o Distrito 7 é conhecido pela sua população de lenhadores; enquanto que o 8 é produtor de todos tecidos disponíveis, tanto na Capital, quanto no resto de Panem; o Distrito 9 é responsável pelo cultivo dos grãos; os Distritos 10 e 11 são responsáveis, respectivamente, pela pecuária e pela agricultura, chegando finalmente ao Distrito 12, que produz carvão. Até a primeira Guerra Civil, chamada de Dias Escuros, o Distrito 13 era o responsável pela energia, que era nuclear e pelo exército de Panem.

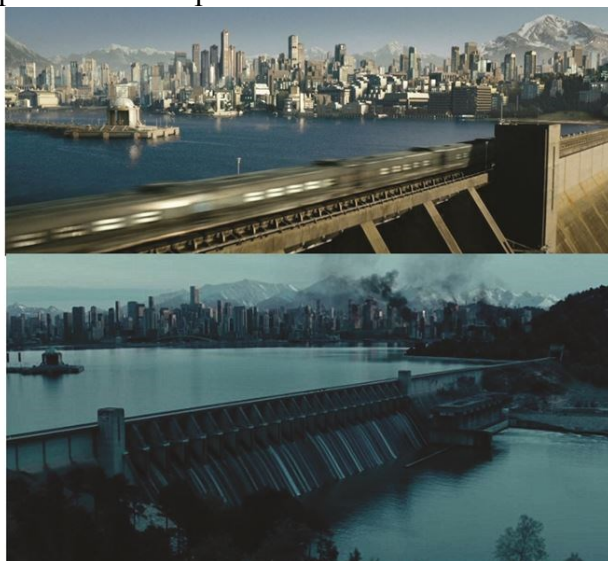
Eles cortam a mulher e mostram agora a praça principal no Distrito 8. Eu a reconheço porque estive lá na semana passada. Ainda há cartazes com o meu rosto balançando ao vento em cima dos telhados. Abaixo, há uma cena de tumulto. A praça está tomada de pessoas aos berros, seus rostos escondidos por pedaços de pano e máscaras improvisadas, atirando tijolos. Prédios em chamas. Pacificadores atiram na multidão, matando quem estiver na frente. (COLLINS, 2011, p. 100).

Nesse caso, a “teoria dos cupins” já estaria na fase de tentativa de contenção, ou como Harvey (2014, p. 224) chama: acionamento dos “exterminadores”, que é quando as forças estatais de controle viram suas energias na tentativa de abafar os levantes, antes que eles se alastrem como um todo. Mas o dano já foi feito e já é responsável por grandes prejuízos na estrutura governamental vigente, tanto que a Capital vai, gradativamente perdendo o brilho ostentativo de superioridade, até se tornar o último suspiro de Snow.

3.2.2 – #NossoLideroTordo

Conforme vamos adentrando mais profundamente na metrópole de Panem, entendemos mais seu funcionamento, sendo possível no último filme passearmos pelos esgotos, pelas praças e pelos apartamentos dali. Essa visão mais próxima, direta e “na altura dos olhos” é uma forma de ver a Capital sem os óculos da opulência e do encantamento, como víamos nos dois primeiros filmes, tanto é, que nos 37 minutos do último longa “A Esperança – O final” (2015) temos a mesma panorâmica do primeiro filme, mas percebemos a Capital entre fumaças e sendo dominada por um crepúsculo de destruição.

Colagem 14 (Veja ampliada na página 140) – Comparação entre os frames da panorâmica do primeiro e do último filme.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de imagens: <http://migre.me/uiaGH>

Esse primeiro *frame* é só o começo de uma série de outras imagens, nas quais a Capital está sendo sitiada pelos Rebeldes. Em vários momentos que se seguem nos deparamos com fogo, fumaças, pessoas fugindo e ruas desertas, afinal “essa guerra será levada a cabo nas ruas com – esperamos – danos apenas superficiais à infraestrutura e um mínimo de vítimas. Os rebeldes querem a Capital, assim como a Capital queria o 13.” (COLLINS, 2012, p. 279).

Colagem 15 (Veja ampliada na Página 141) – Capital no filme “A Esperança – O final”



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de Imagens: <http://migre.me/uiaGH>

E se dominar a Capital significa alcançar essa oportunidade de mudança, então ela se torna o principal objetivo dos Rebeldes, mas também continua sendo símbolo do Estado e não entregá-la aos Rebeldes, significaria manter o poder e dar um fim à guerra civil. Então todos vão querer essa cidade. Nesse sentido, “a cidade e o processo urbano que a produz são, portanto, importantes esferas de luta política, social e de classe” (HARVEY, 2014, p. 133) e como tais, não poderiam deixar de fazer parte da complexa construção do universo narrativo transmidiático de ‘Jogos Vorazes’, uma vez que dominar o espaço urbano da Capital significa ganhar a guerra civil e com isso ser capaz de reformar o sistema e instaurar um novo poder. Ou não tão novo assim.

Afinal de contas os Rebeldes querem voltar para o regime democrático, o qual seus antepassados viveram, ao que parece nas palavras de esperança de vários personagens que acreditam na Revolução do Tordo, eles acreditam que com a modificação de um regime político, será possível dar a todos o direito à cidade, bem ao estilo do que Harvey propõe, ao dizer que:

O direito à cidade deve ser entendido não como um direito ao que já existe, mas como um direito de reconstruir e recriar a cidade como um corpo político socialista com uma imagem totalmente distinta: que erradique a pobreza e a desigualdade social e cure as feridas da desastrosa degradação ambiental. (HARVEY, 2014, p. 247)

Um sonho utópico, de fato, principalmente tratando-se de um jogo tão amplo de interesses, como é o caso da saga de ‘Jogos Vorazes’, onde não só Snow e a população acomodada da Capital têm interesse em manter a sua realidade, como também outros personagens se interessam em pegar para si o (e a) Capital e não para o povo.

Sim, Snow fará de tudo para proteger o seu regime, sem esquecer-se de televisionar os seus esforços, sendo que uma das formas de fazê-lo, foi com a construção de várias armadilhas (chamadas de casulos), inspiradas nas armadilhas do Jogos e a sua distribuição por vários pontos da Capital, com a afirmação de proteger os moradores locais e criar o máximo possível de danos aos Rebeldes. Num momento de ironia, quando Katniss e seus aliados estão prestes a entrar na Capital, Finnick Odair usa a frase já tão conhecida: “Senhoras e Senhores...está aberta a septuagésima sexta edição dos Jogos Vorazes” (COLLINS, 2012, p. 271) e mostra com clareza a aparente necessidade da Capital em fazer da revolução uma espécie de show a ser acompanhado.

Mas como tudo é um show mediado, tanto por parte da Capital, quanto do Distrito 13, tomamos ciência, que um espetáculo também integra os planos de Alma Coin (a presidente do Distrito 13) e os Rebeldes, uma vez que Katniss, ao lado de Peeta, Finnick e mais sete soldados escolhidos “a dedo” (COLLINS, 2012, p. 276) compõem o Esquadrão 451, ou como ficou conhecido, Esquadrão Estrelar. Esse esquadrão é colocado no meio da Capital, dias depois da primeira investida dos Rebeldes para se esquivar de casulos selecionados anteriormente, de modo a televisionar a ação deles, como representantes dos Rebeldes.

No último filme da franquia, acompanhamos a Capital basicamente através dos momentos em que o Esquadrão Estrelar está em cena, sendo essa Capital completamente diferente do que havia sido mostrada até então. É também através da presença desse Esquadrão que a ideia do show continua, só que dessa vez ele está focado em espetacularizar os esforços dos Rebeldes entre edificações e asfaltos, o que torna o investimento em um aplicativo como “Nosso Líder o Tordo”/ “O Tordo”, não só compreensível, mas indispensável para uma sensação vertiginosa de passagem entre real e ficcional, como uma das cenas do último filme parece enfatizar, uma vez que ali está o símbolo da revolução, também em grafite (como do aplicativo), lembrando-nos de que temos uma ponte de acesso, se quisermos.

Colagem 16 (Veja ampliada na página 142) – Cena do último filme (ocorre entre os 48 e 50 minutos) em que aparece o símbolo do Tordo em *stencil* na parede, nas pilastras e por cima dos cartazes da Capital.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de Imagens: <http://migre.me/uiiaGH>

A Capital, ao ser apresentada de perto no filme “A Esperança – O Final”, nos faz ter certeza de seu protagonismo, justamente porque ela se reafirma como parte da narrativa, direcionando o nosso olhar. Essa mudança se dá, não apenas por conta do enredo que nos conduziu até aquele ponto, mas também foi muito bem orquestrada pelas dinâmicas de transmidialização da Lionsgate que, entre o terceiro e o quarto filme investiram basicamente numa inversão de sistema midiático, que apostava nas ações feitas na rua e para a rua, uma vez que, seguindo a ideia da própria narrativa de ‘Jogos Vorazes’, os meios de comunicação de massa estariam completamente tomados pela Capital.

Uma das ações que mais chamaram atenção em 2015 foi a do Tordo passeando pelas ruas de capitais no mundo, sendo transportado por um caminhão que entoava as quatro notas ensinadas por Rue⁵¹ no primeiro filme e que acabaram se tornando um dos símbolos de ‘Jogos Vorazes’. Essa ação aconteceu no Brasil nas cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro.

⁵¹ Em sua primeira vez na arena dos Jogos, Katniss faz amizade com uma garotinha do Distrito 10. Elas armam um plano para se manterem vivas e para que ambas pudessem se comunicar, Rue entoava uma canção de quatro notas, ensinando a Katniss. Essa canção era transmitida pelos Tordos e o assobio se tornou parte da revolução ao ser utilizado pelas comunicações rebeldes e também pela Lionsgate em ações como essa descrita no parágrafo anterior.

Colagem 17 (veja ampliada na página 143) – Ação nas ruas do Rio de Janeiro e São Paulo. O Tordo.

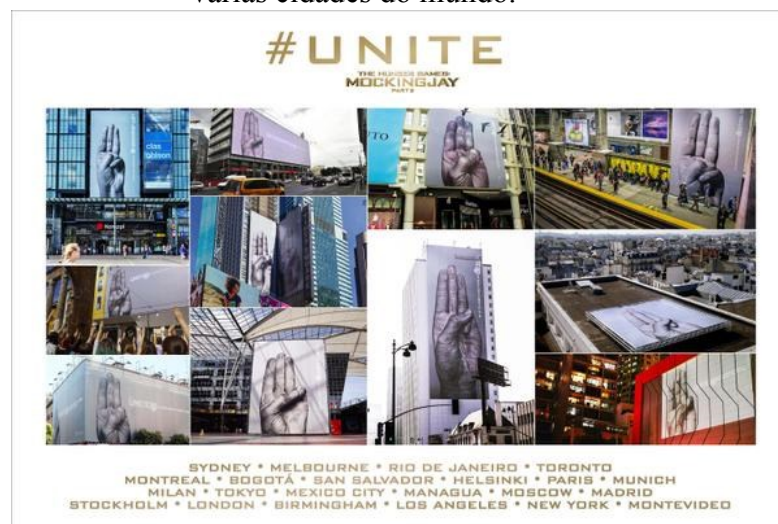


Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de Imagens: <https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/>

Além desta ação, *outdoors* com imagens de três dedos foram espalhados por vários cantos do mundo, ao mesmo tempo em que, nas redes sociais, era estimulado que as pessoas passassem pela cidade, procurassem esses *outdoors* e tirassem fotos, também fazendo o símbolo e compartilhando nas redes sociais digitais com as *hashtags* #Unite e #UnidosporPanem.

Colagem 18 (veja ampliada na página 144) – Ação dos Outdoors espalhados por várias cidades do mundo.

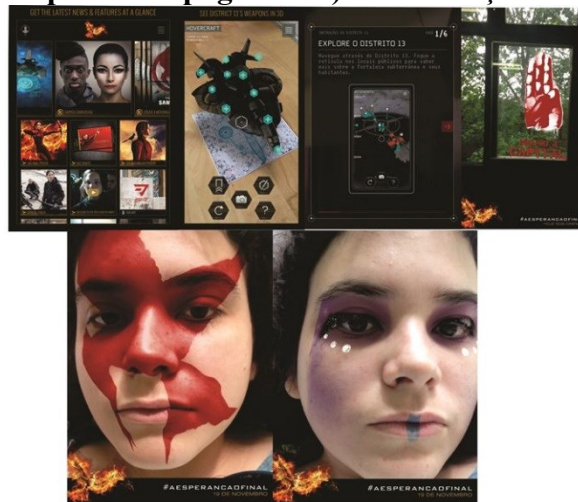


Fonte: Venture Capital Post em <http://migre.me/uiAvs>

Para completar, o aplicativo, que até então se chamava “Nosso Líder o Tordo” ganhou novas atualizações e passou a se chamar “O Tordo”, substituindo o antigo site The Hunger

Games Explorer⁵², por uma página que concentrava as *fanarts* e os compartilhamentos dos fãs, que utilizavam as *hashtags* correspondentes, criando uma espécie de mural de destaque. As marcações também receberam um *upgrade* e novos símbolos foram acrescentados às possibilidades de grafiteagem, bem como ele se tornou mais sensível à luz e possível de ser utilizado à noite (algo que não funcionava bem na versão anterior). A outra nova função no *app* era a de criar uma camuflagem da Capital, com maquiagens semelhantes às de Effie Triket; ou pintar o rosto com o Tordo, fazendo parte da revolução de ‘Jogos Vorazes’, como Rebelde. Por fim, através do aplicativo é possível acessar a planta do Distrito 13 e visitar as aeronaves dos Rebeldes, tudo isso em Realidade Aumentada.

Colagem 19 (Veja ampliada na página 145) – Atualizações do aplicativo em 2016.



Fonte: SOUZA, Ana C. A. captura no aplicativo Nosso Líder o Tordo em 2016.

As atualizações do aplicativo fizeram com que ele centralizasse em um lugar os diferentes aspectos da comunicação transmidiática de ‘Jogos Vorazes’, sem, no entanto, limitá-lo. As portas de acesso continuam sendo várias, assim como as portas de saída, de modo que o papel mediador do aplicativo está muito mais próximo a um resumo das formas que o universo do Tordo tomou, do que de fato um controle delas.

Assim, fizemos o exercício de buscar imagens⁵³ com as marcas geradas pelo aplicativo, não só no Brasil, mas no mundo todo. Percebemos que se tratam de cenários que representam bem o que se compreende como cidade, em seu aspecto físico, como muros, paredes, janelas, edifícios e até a linha do horizonte. Essa aparente predileção, nos faz supor

⁵² The hunger games explorer (saiu do ar em maio de 2015) - <http://www.thehungergamesexplorer.com/>

⁵³ As buscas são feitas no próprio aplicativo e através das *hashtags* (#) já discriminadas neste trabalho, em redes sociais, ferramentas de busca e sites de comunidade fã como: <http://www.district13.com.br/>

que, provavelmente, os usuários do aplicativo tendem a deixar marcas onde viram grafites reais nas suas cidades, em busca de criar certa verossimilhança à proposta do aplicativo.

Colagem 20 (Veja ampliada na página 146): imagens capturadas através de pesquisa das *hashtags* relacionadas ao aplicativo.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de Imagens: uso das hashtags (#) “Nosso Líder o Tordo”, “O Tordo”, “OurLeadertheMockingjay”, “OLTM”, “NLOT”, nas redes sociais digitais, como Instagram, Twitter e Facebook.

Assim, alegamos que a cidade, aqui, se reafirma como uma mídia, porque significa. Significa algo para os fãs que fazem as marcas e se ressignifica através da franquia, que se ressignifica pela franquia e também porque aciona a mediação, fazendo com que eles se detenham em produzir marcas em concordância com o que viam no seu próprio espaço urbano. E, no caso do aplicativo, essa urbe se reconfigura em outras espacialidades cada vez mais potentes, levando-nos a produzir uma subjetividade sobre ela de tal modo que ela transmite e ressignifica na subjetividade de outros que também utilizam o aplicativo, aliando a si significados diversos, ligados à franquia. Logo, não podemos definir esta cidade do aplicativo em termos de limites, zonas ou fronteiras, e sim entender que este urbano muda de natureza e passa a ser relacionável, interacional e, principalmente, midiaticado e mediado.

Lucrécia Ferrara, assim, retorna às nossas discussões, em seu texto pioneiro falando sobre a cidade que se configura como mídia, meio e mediação. Para a autora, o que caracteriza esse aspecto midiático da urbe é a sua habilidade física em receber e promover comunicações diversas, principalmente ligadas à intervenções espaciais.

Impulsionados por essa concepção, procuramos ampliar as ideias de Ferrara, num gesto de atualização desse texto, observando um processo que diz ainda mais sobre a cidade como mídia, revelando que não são mais, apenas, os aspectos dela mesma que a constituem como tal, mas que ela passa a mediar e ser mídia também por meio da camada informacional

que é criada através da dinâmica transmídia e dos usos que ela pode promover e que são promovidos a ela. Consideramos isto um ponto de virada espacial na comunicação, que iremos abordar mais adiante.

Por isso, os usos do aplicativo são responsáveis por gerarem imagens que, não só exploram as características da franquia, mas também as relacionam com os espaços urbanos e suas características próprias; ao mesmo tempo em que cria uma espécie de outro espaço, juntando essas imagens em um lugar novo.

A ideia dessas “outras espacialidades” é particularmente notável nesse aplicativo, porque ele tem a capacidade de promover essa reconfiguração espacial pelas suas características simbólicas (as que remetem à franquia) e isto aparenta ser o mais relevante, uma vez que a cidade do aplicativo pode ser imagem e semelhança da cidade em que o sujeito está acessando o aplicativo, mas ambas não são a mesma, justamente por conta da presença das marcas feitas pelo *app*.

Ferrara (2010) afirma que existe uma espécie de “cidade errante”, em que é possível se locomover entre as mais diversas materialidades (ou territórios) sem, no entanto, sair do lugar. Estas cidades seriam cada vez mais perceptíveis graças aos meios tecnológicos, especialmente aqueles em que a constituição da subjetividade variaria em termos de usos e apropriações, como é o caso do aplicativo. De acordo com a autora, “a tecnologia digital parece afirmar que sua consequência mais tangível é possibilitar a comunicação entre cidades e lugares ao mesmo tempo” (FERRARA, 2010, p. 171) e como tal seria a cidade uma mídia e uma mediação.

Quem ratifica essa noção de Ferrara é André Lemos, que fala de uma disseminação de projetos que visam a marcação de cidades, de acordo com a subjetividade dos seus V.U.Ps. Segundo o autor, “vários projetos com DHMCM⁵⁴ têm colocado em jogo a relação de apropriação do espaço público” (LEMOS, 2007a, p. 51), de modo que não é incomum a aparição de projetos como esse de ‘Jogos Vorazes’, onde uma espécie de marca é deixada em algum lugar da cidade.

“Trata-se não apenas da escrita dos espaços por anotações e/ou de reforçar laços sociais, mas de ampliar a leitura do espaço urbano através da superposição de camadas informacionais aos lugares do espaço público” (LEMOS, 2007a, p. 53), tendo em vista que é possível pensar no aplicativo como um espaço entre o real e o ficcional, mas que não está

⁵⁴ André Lemos defende a ideia de que um celular não é apenas um celular, mas um dispositivo híbrido móvel de conexão multirredes (DHMCM). Segundo o autor: “Pensar no celular como um dispositivo híbrido ajuda a expandir a compreensão material do aparelho e tirá-lo de uma analogia simplória com o telefone”. (LEMOS, 2007a; p. 49).

localizado nem no real e nem no ficcional. Aqui vale acrescentar, que podem se criar entre-espços, mas se eles não forem usados e nem tiverem uma porta de acesso clara, eles se perdem. Tornando-se um alhures inabitado.

Essa percepção também foi discutida por Rodrigo Firmino e Fábio Duarte (2012), que afirmam, ao falar de Computação Ubíqua⁵⁵, que “O território humano é o espaço povoado de artefatos tecnológicos” (p. 71), o que significa que a nossa concepção de espaço também perpassa nossa percepção de tecnologia, bem como o reconhecimento de que estamos à frente de “um fenômeno em que o humano prolonga suas ações para além do seu corpo físico e da vivência concreta e imediata desse corpo.” (*idem*, p. 72), sendo necessária a interação espaço – tecnologia – indivíduo para que realmente algum tipo de apropriação e ressignificação das partes envolvidas ocorra.

A cidade do aplicativo, deste modo, não significaria nada, caso o *app* não fosse utilizado, muito menos participaria de um meio mais amplo, expandindo o Mundo do Tordo e ainda acionando a cultura fã, divulgando o discurso de ‘Jogos Vorazes’ e sendo capaz de alcançar a sua proposta, conforme vimos aqui, justamente porque, como afirma André Lemos (2007, p. 60): “não se trata apenas de ‘se informar’ (pelas funções massivas dos meios) mas de produzir, conectar e reconfigurar a cultura e as formas de sociabilidade através das novas funções pós massivas emergentes” .

Notamos que o processo de funcionamento, no caso do aplicativo, é o do espelhamento sobreposto de uma cidade tangível, por um sistema digital, que reconfigura o espaço através de *pixels*, interações, enlaces e ressignificações. Um grupo de “materiais” muito mais voláteis e adaptáveis que o concreto, ou o próprio corpo, o que denota uma maior maleabilidade de transformação deste meio. Além disso, buscando no uso e na interação com os seus fãs V.U.Ps uma apropriação desse espaço, de modo a colocá-lo em um entre-espço de migração, onde estão próximos, tanto do real, quanto do ficcional. Assim, a cidade de dentro do aplicativo pode tomar a forma que o usuário quiser, afinal pela interação dos dois (indivíduo e *app*) cria-se um espaço que se ressignifica em cada utilização, por cada sujeito. Reafirmando a ideia de Harvey (2002), de que nem o espaço é absoluto e nem as práticas humanas.

O espaço não é nem absoluto, nem relativo, nem relacional em si mesmo, mas ele pode tornar-se um ou outro separadamente ou simultaneamente em função das

⁵⁵ Em linhas gerais, a computação ubíqua foi um termo cunhado por Mark Weiser (1991), que se baseia na ideia de que estamos na iminência de viver em um mundo repleto de máquinas e sistemas que se comunicam entre si e agem tomando decisões para os seres humanos, baseando-se em decisões deles próprios, anteriores.

circunstâncias. O problema da concepção correta do espaço é resolvido pela prática humana em relação a ele. (...) A questão ‘o que é o espaço?’ é por consequência substituída pela questão ‘como é que diferentes práticas humanas criam e usam diferentes concepções de espaço?’. (HARVEY, 2002, p. 14 e 15).

E se estamos a frente de usos de tecnologia que se imbricam tão fortemente nas nossas relações e no nosso cotidiano, que experimentamos fronteiras mais fluidas entre ficção e realidade, por exemplo, devemos passar a considerar que o espaço ligado a essas tecnologias, bem como as suas práticas humanas carregam a característica de uma “formação híbrida das cidades contemporâneas, compostas por informações que se desterritorializam e adquirem força atual ao se reterritorializarem em pontos distintos” (FIRMINO e DUARTE, 2009, p.7), tal como o próprio *World Building* de ‘Jogos vorazes’.

Logo, a importância do aplicativo aqui pesquisado é tanta, que podemos apontá-lo como uma comparação ao próprio show dos ‘Jogos Vorazes’ que continua sem pressa para acabar⁵⁶, uma vez que sempre existirá a possibilidade de utilizá-lo e sempre existirá a possibilidade de atualizá-lo.

Logo, o aplicativo cria o seu espaço próprio, que não é exatamente uma ação voltada aos meios digitais, como os vídeos, o canal e os sites; mas também não é uma ação focada apenas na cidade, de modo que ela é um caso a parte dentro da amplitude desse mundo de ‘Jogos Vorazes’. Aliás, podemos relacionar essa ideia ao que Luiz Adolfo Andrade (2015) defende em sua tese de doutoramento de que estamos à frente de uma “virada espacial na linguagem transmídia” (p. 263), uma vez que ela faz uso do espaço físico e tangível da urbe para a criação de uma espécie de “círculo mágico” (*idem*), responsável por circundar a criação comunicacional acerca de algo ficcional que se instala na cidade. Nós compartilhamos dessa noção e vamos além, propondo que as tecnologias *mobile* se tornaram a chave de entrada e que esses círculos mágicos podem ser acessados em qualquer lugar, por causa delas.

De fato, “a vida é um constante movimento de desterritorialização e reterritorialização, ou seja, estamos sempre passando de um território para outro, abandonando territórios, fundando novos. A escala espacial e a temporalidade é que são distintas”. (HAESBAERT e BRUCE, 2002, p. 12), assim podemos dizer que não é incomum pensarmos que, por meio das espacialidades de Panem e a partir daí, passando por toda a linguagem transmidiática criada

⁵⁶ Em Dezembro de 2015, a Lionsgate anunciou que mais cinco filmes serão lançados pela franquia ‘Jogos Vorazes’. Segundo o Instagram Sobre Jogos Vorazes, os longas focarão em edições anteriores às de Katniss e Peeta. O primeiro filme dessa nova sequência está previsto para 2020. Além disso, em março de 2016 houve um anúncio de que uma peça teatral, baseada em ‘Jogos Vorazes’ será lançada na Broadway em 2017, mas que tratará de outras camadas não trabalhadas nos cinemas, como o começo dos Jogos Vorazes e os Dias Escuros. Fonte: <https://www.instagram.com/sobrejogosvorazes/>

pela Lionsgate, até o aplicativo na sua versão mais recente, estejamos à frente da construção de um espaço próprio. Ou melhor, de um entre-espaço próprio, de uma passagem.

Sendo assim, nenhum espaço foi tão importante quanto o que estava entre Panem e o nosso, ou o que estava dentro desse círculo mágico, como se fosse um ninho, que só o Tordo e seus protegidos podem acessar, como veremos a seguir.

3.3 – Virando Espaços

Conhece-se através de representações, e o espaço, por meio das construtibilidades que o representam; desse modo, proporção compositiva, construção e reprodução constituem representações do espaço que, embora parciais, são as únicas possibilidades de apreender o espaço enquanto experiência fenomênica passível de uma operação cognitiva. (FERRARA, 2011, p. 48).

Como vimos há pouco, a construção arquitetônica de um governo totalitário é tão importante quanto a estética da mensagem enviada, uma vez que todas elas se integram a fim de montar um discurso uníssono acerca do que é a Capital e o que é a revolta dos Rebeldes. Dessa forma, podemos dizer que, quando as comunicações referentes à franquia extravasaram os espaços ficcionais, também os midiáticos tradicionais, espalharam-se pelos cantos cibernéticos, instalando-se nas cidades e estabeleceram uma ponte de acesso direto entre o que era da ordem ficcional e pertencente à Panem, com o que era da ordem do real e pertencente a uma cidade tangível.

Ao fazer esse movimento, a franquia se propõe a interagir mais ativamente com os seus fãs V.U.Ps porque lhes dá subsídios para gerar conteúdo, naquela situação que vimos no Esquema 1, colocando o fã como parte central da cadeia transmidiática, mas também lhes dando um “novo” ambiente para atuar. Importante acrescentar nessa parte que não é só o fã que se torna mídia, mas também os espaços, tanto tangíveis, quanto digitais, uma vez que eles servem de “espaços sociais”⁵⁷, os quais reformulam nossas percepções de espaço, “através das nossas práticas espaciais, cotidianas, adquirindo novas concepções para além da forma absoluta.” (ANDRADE, 2015, p. 120).

Mas antes que possamos nos debruçar intensamente no aplicativo como uma ferramenta de demonstração do que estamos chamando de virada espacial, precisamos compreender o que é espaço e como podemos trazer tal entendimento para essa dissertação, articulando-a com o que vimos até então e com o que virá em seguida.

⁵⁷ Ver: LEFEBVRE, H. **The Production of Space**. Oxford: Blackwell, 1991.

Historicamente, há uma preferência do tempo sobre o espaço, sendo o espaço visto como uma categoria ligada, basicamente, à questões físicas e absolutas, caracterizado por ser baseado nos sentidos humanos, ou seja, naquilo que podemos ver, tocar, cheirar, ouvir e até provar. A constituição da nossa sensação espacial, então, tem a ver com as nossas dimensões sensitivas e na tradição filosófica de Platão, o espaço “se refere às coisas criadas, preenchidas pelas formas e, portanto, algo impossível de ser conhecido diretamente” (FERRARA, 2008b, p. 26). Quando Platão considera que as formas que dão consciência de um espaço, ele engessa o espaço como sendo inerte e absoluto.

Aristóteles relativizou esse sentido, ao conectar a noção de espaço com a de lugar, ideia levada adiante com Descartes, que considera que “lugar e espaço se superpõem enquanto pura extensão clara, evidente e disponível às traduções de um conhecimento a priori que lhes atribui significado” (FERRARA, 2008b, p. 27). Até que Kant acrescenta à mistura uma noção de que o espaço seria inato e, dessa maneira, parte integrante das experiências humanas, sem, no entanto, ser vivido, “apenas assumido pela percepção das suas manifestações” (*idem*).

Através de físicos, como Newton, uma nova percepção de espaço integra as questões conceituais, mas desta vez com a intenção de romper com a metafísica, pensando que o espaço estaria ligado às questões práticas e empíricas, sendo a noção que se tem dele uma resposta de como se vê-lo.

A concepção de espacial continuou intrincada com o tempo, inclusive nas pesquisas de Einstein, que passou a considerar o tempo (e o espaço) como relativo, através da sua conhecida Teoria da Relatividade. Até hoje as ideias de Einstein permanecem em voga, especialmente nas áreas das ciências naturais e exatas.

Enquanto isso, nas ciências humanas, nos deparamos com a ideia de um “espaço social”, que fez com que repensássemos a maneira que percebemos e interpretamos o espaço. Essa noção não é, de fato, nova, na verdade descende das antigas Ágoras Gregas, em que as pessoas se juntavam em praças públicas para discutir ideias e desenvolver conceitos, baseados na dialética socrática. Esse movimento de confrontação de perspectivas marcou profundamente as ideias de Henri Lefebvre, que desenvolveu a noção do Direito à cidade e nele a criação de uma tríada: “o espaço absoluto, o espaço abstrato e o espaço social”.

Lefebvre afirma que neste “espaço social” existe uma íntima e profunda ligação entre o espaço e as relações sociais, sendo um interdependente do outro, a ponto de determinar as formas que o outro pode tomar, inclusive sendo essas formas relevantes para que compreendamos a configuração social a qual estamos inseridos.

As ideias de Lefebvre foram seminais para que outras concepções acerca do espaço se formulassem e fizessem parte das teorias espaciais, especialmente as que envolvem o capital, produção e o espaço como lugar de convergência e divergência social, tanto é que percebemos um avanço considerável nos estudos que envolvem o espaço e a sua compreensão como algo além da sua fisicalidade.

Novos conceitos e novas teorias tentam com sucesso, já há algum tempo, atribuir características sociais e culturais à organização do espaço, rejeitando as teses que tratam o espaço apenas como uma entidade física de suporte da vida. Há, porém, novos elementos que devem ser considerados na busca da compreensão da sociedade urbana contemporânea, que dizem respeito à introdução e evolução de tecnologias que ampliam nossa capacidade informativa e comunicativa, modificando noções como espaço social, físico, concreto, contíguo, virtual e digital. (FIRMINO; DUARTE, 2009 p. 2.).

E esse reconhecimento é importante para avançarmos nessa pesquisa, uma vez que nós nos baseamos precisamente na noção de que o espaço significa, ressignifica e, principalmente, é capaz de alcançar novos parâmetros impulsionado pelos usos que os sujeitos fazem das ferramentas tecnológicas e das fragmentações de linhas divisórias, especialmente de realidade e ficção.

Nós consideramos que “o espaço se torna, deste modo, uma dimensão passível de design, ou seja, que pode ser projetado de acordo com determinadas práticas sociais” (ANDRADE, 2015, p. 128), o que nos leva a crer que a maneira como percebemos os espaços são ativadas pelas formas como eles se moldam para nós e nós interagimos com essa moldagem. Dito de outra maneira, o espaço não pode ser absoluto, porque a cada vez que interagimos há uma resposta de uma maneira e como tal o percebemos de outra maneira. Essa configuração é um ciclo complexo, em processos subsequentes de percepções e respostas.

Por consequência desse fluxo contínuo, um “resultado da sinergia de três elementos – tempo, sociabilidade e espaço” (ANDRADE, 2015, p. 129), é conferida a espacialidade uma espécie de potência de encontro entre as noções de tradição filosófica, físicas, culturais e comunicacionais, sendo o mesmo defendido por Milton Santos (2004), que afirma que “o espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá”. (p. 63). Em sua concepção, os objetos não são nada sem o conjunto de ações que os engloba, de modo que “não se dissocia tecnologia de suas atribuições sociais, das intenções incorporadas em sua concepção, de seus significados.” (FIRMINO; DUARTE, 2012, p. 69).

Se considerarmos que a tecnologia é um “objeto” (na formulação de Milton Santos), então sabemos que a sua funcionalidade depende do contexto e da técnica que são colocados sobre ele, o que tanto nos faz retomar a ideia de que o aplicativo por ele mesmo nada é, quanto avançarmos sobre a noção de que ele também depende do espaço, compreendemos que esse mesmo espaço passa a ser interpretado cada vez mais como algo negociável e que interpela entre as nossas mais diversas faculdades, sejam elas simbólicas, fantasiosas, ficcionais, mediadas, identitária e afins; do que uma estrutura absoluta e rígida.

Edward Soja (1999) observa que:

(...) estudiosos começaram a interpretar o espaço e a espacialidade da vida humana com a mesma visão crítica e poder interpretativo como têm sido tradicionalmente dado ao tempo e a história (a historicidade da vida humana), por um lado, e às relações sociais e da sociedade (a sociabilidade da vida humana) do outro (p.261).

Ainda ressaltando (SOJA, 1993) ⁵⁸, que é preciso compreender a necessidade de se estabelecer uma análise mais efetiva do espaço também como processo humano, sendo necessário o entrelaçamento de conhecimentos da Geografia, com outros campos. O da Comunicação, em particular.

Podemos dizer que, a partir dessas ideias do autor norte-americano, assim como a presença de grupos de pesquisa no mundo todo; uma movimentação de encontro com a geografia passou a ser promovida, mesmo que timidamente, por estudiosos da comunicação, até que em 2006 tivemos o importante trabalho de André Jansson e Jesper Falkheimer, que propuseram um subcampo nos estudos da Comunicação e da Geografia, chamado de Geografia da Comunicação e destinado a investigar: “como a comunicação produz espaço e como o espaço produz comunicação” (p.7) ⁵⁹. Além dos autores, Paul Adams (2009) avançou com essas pesquisas com sua análise crítica de que era preciso abarcar trabalhar espaço, a partir dos meios de produção midiática.

“A geografia da comunicação dá ênfase às possíveis articulações entre teorias espaciais e estudos da mídia, onde a comunicação adquire maior complexidade na medida em que novos meios podem ‘borrar’ fronteiras entre ambientes distintos” (ANDRADE, 2015, p. 55), caracterizando assim, mais uma virada espacial, mas dessa vez nos estudos da

⁵⁸ Em seu livro “Geografias Pós-Modernas: A reafirmação do espaço na teoria social crítica”, Edward Soja defendia que era preciso olhar o espaço de modo crítico, uma vez que o Espaço estava se tornando ainda mais complexo.

⁵⁹ The overarching question for such a research field is about how communication produces space and how space produces communication. (FALKHEIMER, JANSSON, 2006. p. 7).

Comunicação. Chamada por Jansson e Falkheimer de “Virada Espacial nos Estudos da Comunicação”.

No capítulo seguinte, vamos tratar da questão da Virada Espacial nos Estudos da Comunicação, apresentar a metodologia e finalmente entrarmos no Ninho do Tordo, a fim de analisar o aplicativo como construtor de um entre-espço ligado ao real e ao ficcional, e que serve de objeto para compreendermos essa nova virada espacial.

Durante os anos em que se dedicou ao Panem Wonderland, Helena desenvolveu um forte senso para saber que estava de frente de alguma tendência que iria 'bombar' na publicidade e nas franquias.

Amplamente apaixonada pela apropriação da realidade que vinha se tornando a grande tendência através de 'Jogos Vorazes' (mas não apenas), seu site também foi responsável por tratar de Pokémon Go! como sendo a próxima grande novidade, antes mesmo do aplicativo ser lançado no Brasil. Ela via essas ações, não apenas como a fronteira que demarca o que pode ser ultrapassada, mas a fronteira que não é mais fronteira, porque, conforme ela percebeu o virtual está no mesmo lugar do real e o real abarca todos os espaços possíveis, imaginados ou não.

Finalmente pronta para o vestibular, Helena se lançava como Katniss, brava e com vontade de fazer mais, ir além, inclusive mostrando que o espaço urbano não deveria ser apenas lugar de colocar outdoor e distribuir panfleto. Conforme tinha prometido para si mesma, iria fazer uma revolução urbana, mas com os seus próprios meios e com a comunicação ao seu lado.

4. DE DENTRO DO NINHO DO TORDO

À medida que nos afastamos do século XIX, o social redimensiona o espaço cada vez com mais ênfase e exige que o consideremos como complexidade científica que desafia o conhecimento. No século XIX, surgem a sociologia, o urbanismo e a comunicação e, naquele momento, parecia que se havia atingido o auge do enfrentamento do espaço como desafio ao conhecimento; porém, o século XX impõe que se considere os elementos heterodoxos que fazem o espaço perceptível e instigante, ao mesmo tempo em que exige que ele seja enfrentado por si mesmo e distante da ortodoxia do tempo como medida do homem e da sua ação. O espaço se tornaria mais do que nunca, social e, agora cibernético, torna-se hipersocial. (FERRARA, 2011, p. 43).

Uma das considerações mais instigantes as quais nos deparamos foi a citação acima, de Lucrécia Ferrara, repensando o espaço a partir de suas inquietações, que não se restringem às suas características físicas. Isto porque a pesquisadora procura demonstrar que com o desenvolvimento de campos de pensamentos sociais, como a comunicação, a sociologia e o urbanismo, passamos a reinterpretar o espaço, tornando-o, não só um cenário, mas uma categoria de análise.

Como vimos há pouco, com o desenvolvimento dessas reflexões ao longo do século XX, juntamente com uma série de mudanças nos diversos meios sociotécnicos, passamos a nos perguntar se estaríamos à frente de uma ressignificação espacial condizente com o século XXI, nos deparando assim, com as ideias de Andre Jansson e Jesper Falkheimer (2006), que defendem uma Virada Espacial nos estudos da Comunicação.

Esse trabalho de Jansson e Falkheimer deu origem ao livro *“Geographies of Communication: the spatial turn in media studies”* (2006), que reúne uma série de pesquisas desenvolvidas em torno das relações entre espaço e comunicação, tentando, de um lado, compreender o espaço como mídia e, de outro, desenvolver um subcampo de estudo interdisciplinar defendido por Jansson e Falkheimer: a Geografia da Comunicação. Este subcampo estaria engajado em pesquisar os espaços sob os dilemas contemporâneos de:

1 – Mobilidade: “a saturação dos textos midiáticos no dia-a-dia indica que uma grande parte deles é consumido em movimento” (*ibid.*, p. 9, tradução nossa)⁶⁰, algo que se torna ainda mais notável com a combinação das tecnologias móveis, já que elas “se tornam mais portáteis e cada vez mais ligadas ao corpo em movimento” (*ibid.*, p. 10 tradução nossa,)⁶¹.

⁶⁰ Tradução nossa de: “The saturation of media texts in everyday life implies that a large share of them are consumed on the move” (FALKHEIMER, JANSSON, 2006, p. 9)

⁶¹ Tradução nossa de: “The technologies become more portable, they also become more closely attached to the moving body” (FALKHEIMER, JANSSON, 2006, p. 10)

2 – Convergência Cultural: para os autores, graças à convergência midiática e cultural, é possível observar uma relação cada vez mais complexa e indissociável entre as mídias e seus aparatos, de modo que:

A convergência cultural aponta para as fronteiras borradas entre os “textos midiáticos” em seu sentido tradicional (notícia, papel, filmes, etc) e outros artefatos culturais (...) a aparência contemporânea da cultura de consumo, ou cultura da imagem, promove uma evaporação das distinções entre artefatos simbólicos e materiais, entre “textos” e “mercadorias”. As fronteiras entre espaços imaginários, simbólicos e materiais tornado negociável e volátil. (*ibid.*, p.10, tradução nossa)⁶².

3 – Interatividade: Trata do hiperaguçamento de mídias voltadas para interação e que refinam as operacionalizações acerca da produção, produto e “recepção”. Com a criação e aprimoramento de sistemas de uma produção flexível, em que o fã (por exemplo) é uma espécie de coprodutor, o lugar da mídia é reposicionado e os espaços são reformulados de acordo com o tipo de comunicação. “O que a pesquisa de mídia tem de lidar, então, não é apenas com mediações culturais, mas também com mediações espaciais, isto é, as transformações dos locais de produção / consumo.” (*ibid.*, p. 11, tradução nossa)⁶³.

Todas essas questões são acionadas nos usos do aplicativo "Nosso Líder o Tordo" / "O Tordo", de modo que o compreendemos como peça chave da campanha transmidiática de 'Jogos Vorazes', além de um importante componente para mostrar certa virada espacial nos estudos de mídia, bem como compreender a sua extensão e complexidade.

Desenvolveremos reflexões partindo do pensamento de Jansson e Falkheimer, para entender a expansão de mundo da franquia 'Jogos Vorazes' até chegar ao mundo real, como uma virada espacial. Este capítulo tem como objetivo iluminar essa questão, através da análise do aplicativo "Nosso Líder o Tordo" / "O Tordo", tomando um método proposto.

4.1. Estratégias da Revolução: questões metodológicas

Ao nos debruçarmos sobre as questões metodológicas dessa dissertação, precisamos levar em conta que, ao trabalhar com objetos contemporâneos e, por vezes, ainda pouco

⁶² Tradução nossa de: “cultural convergence points to blurred boundaries between 'media texts' in their traditional sense (news, paper, movies, etc) and other cultural artefacts (...) the contemporary appearance of consumer culture, or image culture, fosters an evaporation of the distinctions between symbolic and material artefacts, between 'texts' and 'commodities'. the boundaries between imaginary, symbolic and material spaces become negotiable and volatile.” (FALKHEIMER, JANSSON, 2006, p. 10)

⁶³ Tradução nossa de: “what media research has to deal with, then, is not just cultural mediations, but also spatial mediations, that is, the transformations of sites of production/consumption” (FALKHEIMER, JANSSON, 2006, p. 11)

explorados pelo campo comunicacional, de modo que é necessário articularmos metodologias com a composição de elementos apresentados e/ou introduzidos em pesquisas com questões e objetos semelhantes anteriores ao nosso. Dessa forma, a metodologia proposta é composta por diferentes métodos de autores de diversos campos, mas que iluminam as potências e complexidades do objeto e do objetivo desta dissertação.

O primeiro gesto metodológico foi investigar o Aplicativo, o objeto empírico, o que nos remete ao Estudo de Caso:

O estudo de caso reúne o maior número de informações detalhadas, por meio de diferentes técnicas de pesquisa, com o objetivo de aprender a totalidade de uma situação e descrever a complexidade de um caso concreto através de um mergulho em um objeto delimitado. (GOLDENBERG, 1999, p.33)

Percebemos, então, que era preciso entender o contexto o qual o aplicativo está inserido, ou seja, ver em quais termos e dentro de quais situações o aplicativo foi inserido no universo de ‘Jogos Vorazes’. Para tal, fizemos nas duas primeiras seções do capítulo 2, o levantamento narrativo da história e descrevemos os seus movimentos transmidiáticos de expansão de mundos com o objetivo de esclarecer como uma ação como esta tem lugar e potência no mundo do Tordo e ainda, de que modo está inserida dentro da complexa rede que imbrica as ações e as passagens entre suportes, circuitos e mediações na franquia.

Nas duas últimas seções do capítulo 2 nos debruçamos sobre o segundo gesto metodológico desta dissertação, inspirado por Carlos Alberto Scolari e sua metodologia de construção de universos ficcionais em seu texto sobre a série de TV “24 horas” (2015). Nesse método, o autor divide a sua análise em dois momentos, um que classifica quais são os tipos de estratégias de expansão de universos ficcionais e o segundo, que mostra em uma tabela (disponível no Anexo 5) as ações referentes ao universo ficcional pesquisado, separando-o por mídias. Nós fizemos os dois momentos na análise de ‘Jogos Vorazes’, mas ao contrário, primeiro mapeamos as ações da dinâmica transmídia, desde o seu lançamento como filme em 2012, até o presente ano (2017). Essa lista pode ser lida na íntegra, com os seus correspondentes links de acesso no Anexo 3 deste trabalho.

E depois desse mapeamento, utilizamos as quatro categorias estratégicas de expansão de universos narrativos de Scolari, para localizamos as ações midiáticas do “Mundo do Tordo” nessas categorias, de modo a compreender seus prolongamentos como narrativas independentes, mas que ao mesmo tempo apresentam uma sinergia forte que marca o traço transmidiático de uma franquia de entretenimento, tal como ‘Jogos Vorazes’.

Nestas secções discutimos a conceituação de transmídia, trazendo seus 10 princípios, descritos por Jenkins, como forma de reafirmar a transmidialidade em 'Jogos Vorazes'. Ainda mostramos que uma das suas principais e mais contundentes características é a expansão de mundos ficcionais, inclusive com a ênfase dada à figura do fã, que se torna um coprodutor. Essas questões fazem parte da metodologia proposta por Scolari, que afirma existirem quatro criações estratégicas na expansão de mundos narrativos, que são (SCOLARI, 2015, p. 15):

1 - Criação de micro histórias intersticiais: São narrativas que aparecem entre as narrativas mais centrais, mantendo uma relação bastante próxima com a narrativa-base (em 'Jogos Vorazes', os livros), baseando-se em um aumento da história central que está sendo contada. Em 'Jogos Vorazes' são: os filmes, a TV Capital, os *pontoprops*, *The Hunger Games Virtual Experience*, Carta da Katniss, Jogos Vorazes: o fenômeno e o guia do tributo.

2 - Criação de histórias paralelas: Criação de outra história que possa acontecer simultaneamente à narrativa central, de modo que enriquecem o mundo narrativo, sem alterar a ordem dos acontecimentos principais. Em 'Jogos Vorazes': a série de propagandas para o Youtube "*A Messange from the Capitol*", os Minidocumentário; Capitol Couture; Instagram da Effie.

3 - Criação de histórias periféricas: são histórias que podem ter relação direta ou não com a narrativa central, mas que mantem certo distanciamento com o enredo que está sendo explorado. Normalmente são histórias que dão origem à *pre-sequels*⁶⁴ ou *spin-offs*⁶⁵, como podemos ver em 'Jogos Vorazes': A série gráfica de cartazes de divulgação dos vitoriosos anteriores à Katniss e a confirmação de mais cinco filmes relacionados ao mundo criado com Suzanne Collins (sem relação direta com os acontecimentos que envolveram Katniss e companhia⁶⁶).

4 - Criação de conteúdo produzido por consumidores em plataformas como blogs, wikis, fóruns, redes sociais digitais, etc.: Scolari ressalta que esses conteúdos devem ser

⁶⁴ *Pre-Sequels*, ou pré-sequências, são obras que exploram o anterior de uma obra já conhecida. Normalmente este tipo de gesto está em franquias de comunicação através de narrativas que contam a origem de algum personagem, de algum ritual, de alguma situação e ou mesmo de alguma realidade já enraizada na narrativa conhecida.

⁶⁵ *Spin Offs* são narrativas que se originam em uma história conhecida, mas que é contada a parte. Isso costuma acontecer em franquias que tem muitos personagens e/ou impulsionada pela resposta do público por uma determinada história ganhar importância. Esse gesto também é muito comum para contar o que aconteceu depois que a história central terminou.

⁶⁶ Essa afirmação foi feita por Michael Burns, o vice-presidente da Lionsgate que disse em conferência: "A saga Jogos Vorazes irá se manter viva, sim, vai continuar! A única coisa que meus filhos dizem que sentiram falta do início da saga, foi a ausência de arenas. Se voltarmos para trás, com certeza haveria várias arenas. Preparem-se, pois elas voltarão com força total. As pré-sequências vão se passar nas arenas dos antigos Jogos Vorazes, com os vitoriosos conhecidos, como Haymitch, Finnick, Johanna, Annie, Mags, Enobaria, Beetee....". Disponível no perfil Sobre Jogos Vorazes (https://www.instagram.com/p/_DGJ6vkNgY/) do instagram, conta gerenciada por fãs da franquia.

levados em consideração, porque podem ser utilizados como referência para novas histórias, ao mesmo tempo em que permitem enriquecer os universos de modo dinâmico e interativo. Mesmo sendo complicado mapear todos esses conteúdos, nós adaptamos essa classificação de Scolari, considerando aquelas ações que eram feitas em coprodução com o *fandom* e incentivadas abertamente pela Lionsgate. Além da presença forte dessas produções nas redes sociais digitais oficiais dos filmes, tivemos o ConTribute, evento criado para homenagear os fãs de ‘Jogos Vorazes’; os desafios da Lionsgate; concursos de fã clubes, entre outros.

Nessa visada de construção do “Mundo do Tordo”, podemos perceber que: primeiro, trata-se de uma expansão de universo ficcional, tal qual vínhamos afirmando até então, e segundo, é possível ter uma percepção panorâmica da complexidade de níveis de aprofundamento e engajamento que a expansão destes mundos requisita, tanto para si mesmos, quanto para os sujeitos em diferentes níveis, de modo que construímos um esquema (Ver **Esquema 1**) que explicita melhor essa formulação, enquanto nos remetemos às ideias de Frank Rose (2011), sobre mídia profunda.

Mídia profunda refere-se à ideia de um estilo emergente de narrativa, que se desenvolve através de diferentes meios e de um modo não linear, participativo e muitas vezes próximo do estilo desafiador dos games. Desta forma, os autores criam histórias que evoluem de acordo com o engajamento do público e, assim, tornam-se mais imersivas, pois exigem maior envolvimento da audiência. (p. 03, tradução livre).⁶⁷

Aqui, reafirmamos o que vínhamos apontando até então, sobre o modo como as grandes franquias transmidiáticas trazem o fã para o centro da sua construção narrativa (ampliada em diversos meios e estratégias), de modo que tenha acesso à franquia por entre as mais diversas portas, inclusive saindo e expandindo-as.

Expandindo-as até ser possível chegar ao mundo real, conforme tratamos no capítulo 3 deste trabalho, o qual discutimos como o uso de verismos do gênero distópico pode engajar através do reconhecível, ao mesmo tempo em que a questão de uma sociedade altamente controlada dentro de suas fronteiras ditatoriais, precisa dominar a cidade para modificar o poder vigente e como isso gera engajamento pela sua relação com os usos do espaço, inclusive na realidade. Neste ponto chegamos a um momento crucial da pesquisa, que se dedicava em compreender de que maneira essa expansão de mundos ficcionais conseguiu

⁶⁷ Tradução de: “Deep media refers to the idea of an emerging style of narrative, which develops through different media and in a non-linear, participatory and often close to the challenging style of games. Thus, the authors create stories that evolve according to the engagement of the public and thus become more immersive, as they require greater involvement of the audience” (ROSE, 2011, p. 03)

chegar ao mundo real, construindo ações que agiam em um espaço entre o real e o ficcional, como o aplicativo "Nosso Líder o Tordo" / "O Tordo".

A metodologia de Scolari não chegou a discutir uma estratégia de expansão de mundos que abordasse as nossas inquietações, especialmente naquilo que tangenciava a aproximação das ações com o espaço real, mas foi imprescindível para que pudéssemos tanto propor uma nova metodologia que tem relação direta com as de Scolari, quanto para expandir essa questão, chegando a assumir o espaço como categoria de análise da linguagem transmídia.

Assim, propomos uma estratégia adequada para as complexidades inerentes do objeto, mas que poderá ser aplicada em outros casos transmidiáticos de franquias que tenham características semelhantes, principalmente acerca do espaço sendo uma categoria narrativa e ativadora do enredo central, tal como vimos na seção 3.2 desta dissertação. Então imaginamos que a aplicabilidade desse método ficaria limitada a obras que tem esse fator em comum com 'Jogos Vorazes', no entanto acreditamos, que com a popularização do gênero distópico e o alto investimento de companhias como a da Lionsgate em obras de audiovisual baseadas nessas literaturas, esse método poderá ser utilizado em outras pesquisas, sem contar com os trabalhos que têm se aproximado às ideias de mídia profunda de Frank Rose, abordando que há uma reformulação nas campanhas transmidiáticas, especialmente de grandes franquias de entretenimento.

Em seguida era importante pensarmos nos espaços que são apresentados pelos 'Jogos Vorazes' através de alguma sistematização contemporânea que pudesse dar conta de indicar como a Lionsgate construiu os espaços dentro do "Mundo do Tordo". David Harvey (2002) propôs uma tripartição de espaços, desenvolvida anteriormente por Henri Lefebvre:

1 – Espaço absoluto: Ligado ao que é fixo, fronteiro, como a propriedade privada, os Estados, os planos urbanos e as grades urbanas.

2 – Espaço relativo: Um espaço que tem múltiplas geometrias passíveis de escolha e o quadro espacial dependente estritamente daquilo que está sendo relativizado e por quem; baseado na ideia da relatividade, a qual o observador é o ponto crucial de compreensão, o espaço relativo se configura nas influências externas, que são internalizadas em processos ou ações específicas, através do tempo.

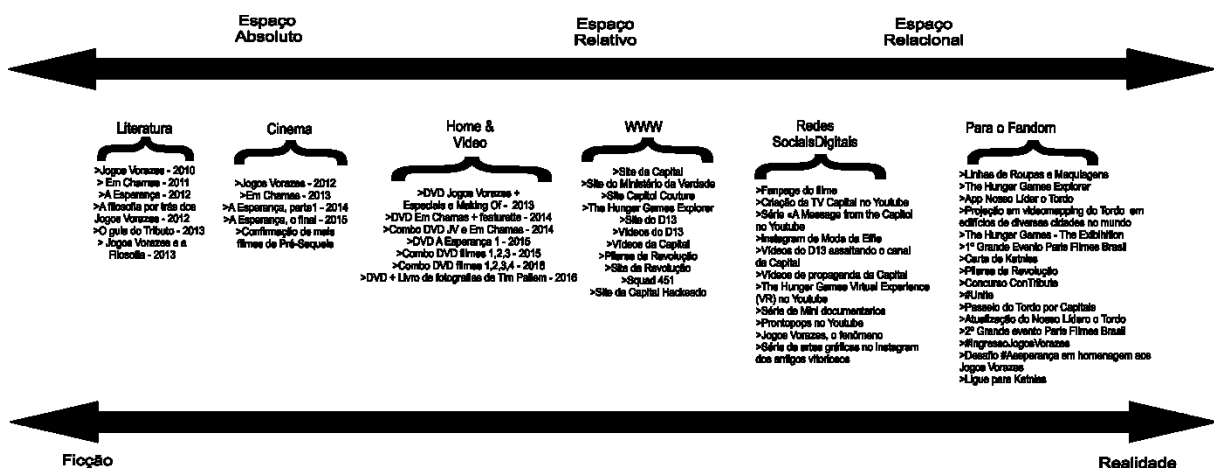
3 – Espaço relacional: Neste espaço, Harvey defende que nenhum evento pode ser compreendido apenas sob um prisma de acontecimento, sendo necessária uma compreensão ampla do todo. Também é nesse espaço que sensações, desejos, identidades, intenções e vontades entram em cena. Pode se referir ao ciberespaço também.

Harvey argumenta que nenhum espaço deve ser considerado mais importante que o outro, já que as relações sociais acontecem de modo cambiante e fluido entre eles. Tanto que o autor considera que o espaço relacional pode conter o absoluto e o relativo; o relativo pode conter o absoluto, mas o absoluto só contém ele mesmo e que a decisão de utilizar uma, ou outra concepção depende certamente da natureza dos fenômenos analisados.

“Ver o espaço como palavra-chave, nesse sentido, consiste em compreender a maneira pela qual o conceito pode ser vantajosamente integrado dentro das meta-teorias sociais, literárias e culturais existentes, e examinar seus efeitos”. (HARVEY, 2012, p. 11), sendo esse o exercício que nos propomos, finalmente juntando o quadro de mídias relativas à expansão de universos transmidiáticos de Scolarì, à tripartição de Harvey.

Na elaboração do diagrama a seguir percebemos a ligação entre as mídias mais tradicionais e de caráter massivo se aproximarem de experiências espaciais mais fechadas e individuais. Conforme vamos avançando em termos de possibilidade de interação e encontro com o *fandom*, mais próximas as consideramos do espaço relacional, levando em conta que o espaço relacional tem uma íntima ligação com o engajamento e a interação.

Esquema 2 (Veja ampliada na página 147): O encontro das mídias da dinâmica transmidiática de ‘Jogos Vorazes’ e da tripartição espacial de Harvey.



Fonte: SOUZA, Ana Carolina Almeida (2017).

Como é possível notar pela divisão proposta no esquema, as mídias e ações que precisavam de um nível maior de interação, a ponto de dependerem delas para que acontecessem, estão mais próximas ao Espaço Relacional, enquanto que as mídias que promovem uma interação mais próxima à tradicional do leitor-livro, por exemplo, estão mais próximas ao Espaço Absoluto, de modo que cruzamos as ideias de Scolarì com as de Harvey, mostrando que o espaço não é apenas o "veículo" ou a materialidade de uma mídia, mas

também está ligado ao tipo de engajamento que necessita. Também levamos em conta que as ações voltadas para o *Fandom*, categoria adaptada da proposta por Scolari, estão mais próximas do Espaço Relacional e da Realidade, porque apesar de serem propostas pela Lionsgate, têm um fator de dependência superior de participação dos fãs, de modo que não funcionariam sem que eles se engajassem.

É importante notar que não estamos considerando que as mídias têm um caráter totalmente único de um espaço específico, por isso usamos duas setas contínuas que, tanto abordam a possibilidade de passagem de um espaço para o outro (e vice-versa), como também demonstram que os espaços não acabam em si. Sobre esse recurso, nos inspiramos no quase clássico texto de Paul Milgram, Haruo Takemura, Akira Utsumi e Fumio Kishino (1994), sobre Realidade Aumentada, no qual os autores abordam que existem realidades misturadas com características das mais diversas realidades (como aumentada, virtual, realidade “real”, etc), que compõe os ambientes tecnológicos de Realidade Aumentada.

Para sinalizar tal mistura, eles buscam a ideia de *continuum* afirmando que “em vez de considerar os dois conceitos (Realidade e Realidade Virtual) simplesmente como antíteses, no entanto, é mais conveniente vê-los como estendidos em extremos opostos de um *continuum*” (MILGRAM, et al. 1994, p. 283, tradução nossa)⁶⁸ dessa forma, quanto mais próximo aos extremos, mais próximos ao conceito “puro”; da mesma maneira, quanto mais ao meio, mais híbridos os conceitos ficam.

Dessa forma temos um *continuum* que representa a tripartição de Harvey (Espaço Absoluto, Espaço Relativo e Espaço Relacional) e um *continuum* que representa o espaço ficcional e o espaço real. Essas duas setas paralelas sinalizam que no espaço entre elas estão as diversas mídias e suas aproximações com os aspectos dos espaços de Harvey e o ficcional / real. É perceptível que as ações voltadas para o *fandom* estão em um ponto de cruzamento realmente substancial entre o Espaço Relacional e a Realidade, de modo que são as ações que mais exigem interação, do mesmo modo como são as ações que mais chegaram ao real, através das mídias escolhidas.

Mas porque argumentamos que o espaço está presente em todas as mídias e porque o *continuum* entre realidade e ficção aparece englobando toda a construção de universo de ‘Jogos Vorazes’?

⁶⁸ Tradução de: “Rather than regarding the two concepts simply as antitheses, however, it is more convenient to view them as lying at opposite ends of a continuum, which we refer to as the Reality-Virtuality (RV) Continuum.” (MILGRAM, et al. 1994, p. 283)

Primeiramente, partimos da ideia da Geografia da comunicação, de entender que o espaço faz parte do processo midiático, de modo que ele integra a construção de um discurso para um determinado meio. Por exemplo: a série de livros talvez seja a mídia mais próxima ao Espaço Absoluto, se levarmos em conta a sua materialidade (suas páginas e formato) e individualidade (o livro é uma experiência mais particular, que coletiva), uma vez que o livro escrito e publicado, sua história não pode ser modificada. Mas ao mesmo tempo aciona diferentes aspectos do imaginário daquele que o ler, a tal ponto que se torna quase uma história única a cada novo leitor, já que esse leitor preenche os espaços das páginas com a sua própria interpretação e ambientação, mesmo que ainda permaneça fortemente conectado ao mundo ficcional.

Ainda assim, essa imaginação aciona um outro tipo de espaço, pois pode se tornar uma criação derivante dando origem as *fanfictions*, por exemplo, que já estão em um espaço híbrido entre Relacional e Relativo. Ou seja, podemos dizer que a cada nova passagem de mídia, acontece uma nova passagem de espaço também, sem que o anterior seja totalmente desconsiderado.

Entendemos que quanto mais complexa e ampla uma criação transmidiática fica, mais é preciso se deslocar entre mundos para continuar transitando nas passagens midiáticas por ela promovidas, uma vez que suas portas de acesso estão sempre entreabertas. Os espaços que se formam em cada uma dessas mídias também se complexificam e passam a depender de muito mais aspectos que apenas a mídia em si, dito de outra forma, criam-se acessos múltiplos para uma determinada ação, de modo que o formato das mídias utilizadas para que ela seja feita, não determinam sozinhos o seu uso. Se tomarmos o exemplo dos *outdoors* com os três dedos, perceberemos que mesmo sendo uma mídia tradicional, incitava uma apropriação dessas imagens para gerar interação nas redes sociais digitais e, mais, ressignificava a cidade em que estava inserido, porque fazia parte de ambos os “mundos”.

Ao final, é importante levarmos em conta que nesse trabalho não consideramos os dispositivos midiáticos digitais desprovidos de espacialidade física. Na verdade, afirmamos que com as criações e usos de tais ferramentas, novas localizações espaciais são (re)construídas continuamente, em espaços que borram as fronteiras entre ficção e realidade, tangível e digital. Podemos fazer um paralelo com as ideias de André Lemos (2007b) que afirma que tanto as mídias de massa, quanto as de função pós massivas têm ligação com o espaço, especialmente o ciberespaço e o espaço urbano:

A relação entre comunicação e espaço urbano sempre foi muito intensa. As mídias de massa ajudaram a dar uma dimensão à esfera pública, à opinião pública e ao público (...) as mídias pós-massivas (eletrônico-digitais) permitem a comunicação bidirecional através de um fluxo de informação em rede. Com o desenvolvimento das tecnologias móveis, sem fio, assistimos uma relação maior entre o ciberespaço e o espaço urbano. As mídias pós-massivas, como as mídias locativas, constituem territórios informacionais já que o indivíduo controla o fluxo de entrada e saída de informação no espaço aberto (grifo nosso, p. 16 – 17).

Consideramos assim, que na mesma medida em que é perceptível a expansão transmidiática de universos ficcionais, percebemos uma adequação do próprio espaço em comportar tais investidas, logo consideramos que um entre-espaço se forma e consegue comportar o encontro de diferentes realidades. Assim, esses espaços entre realidade e ficção, criados a partir da expansão de universos transmidiáticos de franquias, são em si significativos e constituídos por detalhes próprios, capazes, inclusive, de serem habitados, explorados, mudados e pesquisados.

Esperamos que com essa metodologia, a Geografia da Comunicação avance e que o espaço se afirme como uma categoria para analisarmos o ambiente transmídia. Queremos ressaltar que encontrar parâmetros suficientes e contundentes para analisarmos questões espaciais na comunicação ainda é um desafio, especialmente porque um objeto como esse possui uma série de eixos que perpassam a comunicação, a geografia, a cibercultura e jogos digitais, entre muitos outros campos de pesquisa.

4.2 – Jogos de (ir)realidade

Dispositivos semelhantes aos de “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo” não são tão recentes assim. Conforme observado por André Lemos (2007b), já era possível perceber uma movimentação de “dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade” (p.1) e isso acontece, em grande parte, pelo avanço de ferramentas que elencam a possibilidade de se mover com a possibilidade lúdica de interagir com o espaço.

Lemos, inclusive, classifica tais movimentos em cinco grupos de ações relacionadas a esses dispositivos: Realidade móvel aumentada⁶⁹, Mapeamento e Monitoramento de Movimento⁷⁰, Geotags⁷¹, Anotações Urbanas⁷² e *Wireless Mobile Games*⁷³. De modo geral,

⁶⁹ “As mídias locativas permitem que informações sobre uma determinada localidade sejam visualizadas em um dispositivo móvel, ‘aumentando’ a informação. Esse tipo de hiperlinkagem chama-se *Mobile Augmented Reality Applications* (MARA), ampliando assim, a realidade informacional”. (LEMOS, 2007b, p.4)

⁷⁰ “Funções locativas aplicadas a formas de mapeamento e monitoramento do movimento do espaço urbano, através de dispositivos móveis. Mostra que uma cidade é feita de inúmeras cidades” (LEMOS, 2007b, p.5)

podemos resumir que essas ações classificadas por Lemos giram em torno de uma maneira diferente de se olhar para a cidade e para o próprio dispositivo móvel, uma vez que se olha a cidade pela tela do celular, ao mesmo tempo em que é dado novo significado para os caminhos diários e outros caminhos são ressignificados.

É possível apontar que tais divisões propostas pelo autor já se expandiram, tomaram outras formas e até mesmo foram subtraídas e englobadas em outros tipos de ações. Ainda não tínhamos o *Swarm*, o *Google Earth* ainda dava os seus primeiros passos na geração de mapeamento por meio de fotografias, o *Tinder* ainda não “resolvia” a vida amorosa de muitas pessoas e os grandes exemplos de *Wireless Mobile Games* ainda eram o “*Pac-Manhattan*”⁷⁴ e “*Can you see me now?*”. Mesmo assim, as ideias que englobam a noção de “mídias locativas” (2007, p.1) são seminais para o que estamos observando hoje, inclusive com o *app* desta dissertação, que une as cinco ações observadas por Lemos.

Inspirados por essas classificações, afirmamos que “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo” aumenta uma realidade, quando marca um determinado lugar e cria uma nova significação; também institui uma nova forma de circulação na urbe, porque é possível andar por uma determinada cidade apenas pelos locais em que as marcas foram feitas; informações digitais são acrescentadas neste mapa novo, assim como anotações podem ser feitas em cima dessas informações; ao fim, não podemos esquecer o fator lúdico, que é o responsável por dar a esse aplicativo o ar de entretenimento.

Podemos dizer que, o que pontua o avanço dessas mídias locativas é, justamente, a possibilidade de aliar o potencial lúdico e *mobile* a elas, uma vez que, conforme defendido por Andrade (2015), existe um forte vetor de espacialização em jogos, sejam eles de videogames tradicionais, sejam de realidade alternativa, sejam os de mídias locativas. Para afirmar tal ideia, o autor busca na obra de Johan Huizinga o conceito de “círculo mágico”, o qual é baseado no princípio de que: “Todo ser pensante é capaz de entender à primeira vista que o jogo acontece em uma realidade autônoma” (HUIZINGA apud ANDRADE, 2015, p. 136).

Isto acontece, não apenas porque o jogo (principalmente os digitais, *online* e os de mídias locativas) se passa em ambientes criados para isso, mas porque imbricados a estes

⁷¹ “O objetivo é agregar informação digital em mapas, podendo ser acessadas por dispositivos móveis.” (LEMOS, 2007b, p. 6)

⁷² “Possibilitam formas de apropriação do espaço urbano a partir de escrituras eletrônicas em celulares e afins tecnologias móveis.” (LEMOS, 2007b, p. 7)

⁷³ “São jogos realizados nos espaços urbanos que agregam várias funções das mídias locativas” (LEMOS, 2007b, p. 8).

⁷⁴ Uma espécie de Pacman na cidade, só que os jogadores são os fantasminhas. O jogo foi um trabalho experimental da NYU (Universidade de Nova York). Os resultados podem ser acessados em <http://itp.nyu.edu> e <http://pacmanhattan.com>

jogos existem diversas narrativas, regras, ambientações, possibilidades e limitações, as quais apenas fazem sentido para esses jogos e esses espaços acionados por sujeitos engajados nas interações ativadas pela franquia.

Todo jogo existe junto de um quadro, com espaço e tempo específicos, comunicando aos jogadores que o jogo está sendo disputado. O círculo mágico, neste caso, é o lugar criado pelo jogo para sua realização. Cada modalidade, independente da sua natureza, deixa o seu círculo mágico explícito, mesmo sem apresentar fronteiras visíveis. A partir da criação deste lugar, o jogo comunica suas regras, significados e configurações a seus jogadores. (SALEM, ZIMMERMAN apud ANDRADE, 2015, p. 137).

A ideia de focar no aplicativo e de pensar em entre-espacos nesta pesquisa perpassa pelo “círculo mágico”, não apenas porque se trata de um jogo, mas porque ajuda a compreender de que modo esse entre-espaco se configura, já que utiliza das características lúdicas, aliadas à narrativa distópica de uma franquia de entretenimento, e, ao mesmo tempo, cambia entre a realidade a qual se baseia e a real, uma vez que sua ambientação é da cidade em que há o acesso.

Logo, temos uma configuração um pouco diferente de “círculo mágico”, já que constitui o seu desenho de modo dinâmico e não estabelecido de um ponto fixo (como aconteciam nos jogos de console, por exemplo), mas está em movimento e, principalmente, movimento na cidade. Em “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”, o processo de espacialização abarca a urbe como ambiente, mas também como uma importante peça na constituição desse jogo, exigindo uma movimentação constante para ressignificar, não apenas o aplicativo, mas a cidade e apropriação que se faz de ambos.

Segundo Eva Nieuwdorp (2005), o “círculo mágico” não pode ser visto como algo rígido e de constituição sobreposta que é apenas colocado sobre a realidade urbana. A autora percebe a constituição deste lugar como “uma entidade quase orgânica que muda, desenvolve e interage com os seus arredores (...) quase uma membrana permeável através da qual significado convencional, artefatos psíquicos e ambientes, e jogadores podem deslizar para dentro e fora do jogo.” (p. 6 – tradução nossa)⁷⁵, bem como podemos observar no aplicativo.

Isto porque o aplicativo possibilita aos indivíduos remodelar o seu lugar de acesso, conforme onde se acessa e para quê. Como vimos, o aplicativo não só faz marcações na cidade, mas também permite que se deixem comentários nas marcações de outros e que se

⁷⁵ Tradução de: “In stead, it can be seen as an almost organic entity which changes, develops and interacts with its surroundings (...) it becomes almost a permeable membrane through which conventional meaning, psychical artefacts and environments, and players alike can slide in and out of the game.” (NIEUWDORP, 2005, p. 6)

façam notas sobre os locais. Desta forma, “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo” tem seu círculo mágico moldado a partir da incorporação de partes da urbe e da vida cotidiana de quem os utiliza, não a partir do que ele delimita.

De fato, “as mídias locativas reforçam a hibridização do espaço físico com o ciberespaço, trazendo novas implicações para o espaço urbano” (LEMOS, 2007b, p. 11), fazendo-nos ter ainda mais certeza de que é preciso olhar para a cidade para além da sua fisicalidade e além das suas zonas limítrofes.

O aplicativo "Nosso Líder o Tordo" / "O Tordo" aparece nessa expansão e torna-se ideal para observarmos as diversas ideias que foram levantadas e abordadas nesta dissertação. Além do seu caráter móvel e hiper-interativo, percebemos que ele borra as barreiras entre ficção e realidade no seu papel na construção do universo transmidiático de 'Jogos vorazes', instituindo um entre-espaço efetivo do discurso distópico e dos verismos os quais ele faz na sua narrativa.

O lugar que o “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo” ocupa faz todo o sentido dentro do Mundo do Tordo, mas vai além, sendo uma passagem entre as realidades de Panem e a nossa, principalmente graças à incorporação de aspectos do mundo real, feitos pelos fãs V.U.Ps. Tudo isso nos remete às reflexões de Ferrara em torno da noção de espaço nos domínios da comunicação e da cultura, e tenta quebrar com o paradigma do espaço absoluto, dizendo que: “esse espaço ‘entre’ é, portanto, um espaço que só se mostra quando sobre ele se debruça uma atenção cognitiva capaz de revelá-lo nas flutuações que o comunicam e no modo como, através dele, se constrói a cultura” (FERRARA, 2008b, p. 9).

E de fato se constrói uma cultura própria, principalmente considerando que esse entre-espaço é parte integrante e essencial da forma como a transmidialidade de ‘Jogos Vorazes’ foi constituída, se ligando a ideia de ter um espaço o qual os aspectos múltiplos e as diferentes camadas de imersão transmidiáticas pudessem ser efetivadas. Esse entre-espaço, então, seria norteado pela ideia distópica do enredo central, acionando os verismos presentes nele para que surgisse uma aproximação ainda mais forte entre a ficção e a realidade. Se no aplicativo uma está dentro da outra, podemos retomar Edward Soja e reafirmar que é preciso se criar um terceiro espaço, “um espaço que se constitui pelo processo que ultrapassa e desloca o conhecimento binário” (SOJA apud EK, 2006, p. 47)⁷⁶, considerando que esses lugares são constituídos pelas múltiplas características de ambos espaços de origem.

⁷⁶ Tradução de: “the space produced by the processes that exceed and displace binary knowledge.” (SOJA apud EK, 2006, p.47)

Para Jansson e Falkheimer (2006) é preciso considerar as dimensões ideológicas, tecnológicas e *texturais* que uma pesquisa que envolva comunicação e espaço possa tomar. Nós procuramos nos embasar nessas questões para desenvolver a análise do aplicativo, de modo que em cada uma delas notamos uma das partes da nossa pesquisa e, conforme avançamos na última seção, percebemos ainda mais sua potência e significância.

Quando tratamos das questões ideológicas, levamos em conta que: "Através da convergência das esferas pública e privada, bem como locais e globais, questões ideológicas se desenvolvem. Geografias de comunicação produzem batalhas sobre imagens e enquadramentos discursivos de realidades espaciais (JANSSON; FALKHEIMER, 2006, p.15 – tradução nossa)"⁷⁷, bem o que vínhamos discutindo ao tratarmos dos usos do espaço urbano promovidos pela franquia, através das suas ações como a dos outdoors, a do *vídeo mapping*, ou do Tordo passeando pela cidade.

Ações como essas, são colocadas para as pessoas no espaço urbano e tem potência suficiente para sugerir uma reorganização de "enquadramentos discursivos de realidade espaciais", uma vez que a cidade vira uma espécie de palco⁷⁸ dessas convergências entre o ficcional e o real. Do mesmo modo em que, conforme vimos na nossa metodologia, coloca a questão espacial como capaz de transpassar todas as mídias de uma construção de universo transmidiático, porque cada uma delas aciona um aspecto diferente da amplitude narrativa de 'Jogos Vorazes', enquanto que o *app* acionaria todas.

Sobre a questão tecnológica, os autores dizem que: "em diferentes níveis (...) as tecnologias de mídia moldam e são moldadas pelas relações sociais e processos de comunicação (...) como eles são construídos em movimentos dialéticos entre lugares online e off-line (p. 16, tradução nossa)"⁷⁹. As questões tecnológicas são entrecortadas pelas questões sociais e de sociabilidade, de modo que uma influencia a outra. Assim retornamos à nossa proposta metodológica ao reafirmar que consideramos fortemente a potência dos diferentes

⁷⁷ Tradução nossa de: "Through the convergence of public and private spheres, as well as global and local ones, ideological issues develop. Geographies of communication produce battles over images and discursive framings of spatial realities." (FALKHEIMER; JANSSON, 2006, p. 15)

⁷⁸ A cidade como palco, para pensar a natureza dos espetáculos contemporâneos, ampliando as noções fundadoras de Debord, abrangendo inclusive os enlaces contemporâneos, em que as relações comunicacionais não se dão apenas em vias de Comunicação de Massa >> Receptor, mas de modo horizontal e contínuo com as redes sociais digitais. Como estamos falando de uma comunicação em movimento, graças a mobilidade permitida pelos dispositivos, o palco se torna mesmo a cidade. Um exemplo dessa relação sujeito-cidade-espetáculo é a pesquisa SelfieCity (<http://selfiecity.net/>), que pesquisa a relação entre as espetaculares exposições do selfie e as cidades. No projeto são mostradas cinco cidades no mundo.

⁷⁹ Tradução nossa de: "Emphasises at different levels how media technologies shape and are shaped by social relations and communication processes (...) how they are constructed in dialectic movements between online and offline places" (FALKHEIMER; JANSSON, 2006, p. 16)

prolongamentos da transmídia e o modo como tomam forma (e formam) o comportamento de uma produção flexível, considerando, inclusive o *fandom* nessa rede.

Cada uma das mídias só passa a fazer real sentido dentro da cadeia transmidiática através dos usos que elas promovem e que são promovidos sobre elas, como o próprio “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”. De acordo com o quadro proposto na nossa metodologia, conforme a expansão do Mundo do Tordo ocorre, através de meios que promovem interações mais intensas; mais imersos ficamos em um espaço que mistura a realidade e a ficção. Isso não quer dizer que realidade e ficção se confundem, no entanto, o que nos dá suporte nessa afirmação é a dimensão *Textural* e como a composição desse espaço se materializa pela cultura.

Essa é uma ideia particularmente complexa, uma vez que a tradução mais aproximada seria o substantivo textura. Porém, também é a mais pertinente para a questão proposta nesta pesquisa, já que defende que:

O principal foco de interesse aqui é como espaços são materializados através da cultura. Isto implica uma posição em que as análises sociais e culturais resistem a dicotomias tradicionais entre estrutura e agenciamento. (...) A *textura* é um espaço de comunicação, material e simbólica, em que a estrutura pode ser reproduzida, bem como alterada; decodificada, bem como recodificada (JANSSON; FALKHEIMER, 2006, p. 16 – Tradução nossa)⁸⁰

Em outras palavras, a proposta da questão *textural* da Geografia da Comunicação é ultrapassar a noção dualística de espaço simbólico e espaço material. Os autores consideram que quando são observados fluxos e padrões de um ambiente urbano (mas não apenas ele), é possível perceber a *textura* desse ambiente, que emerge através de diversas (re)estruturações de características formadoras, vendo a *textura* como negociável, muito mais do que dialética, sendo possível, inclusive, a criação e efetivação de um espaço intermediário. “Eles também mostram que práticas espaciais/comunicacionais, dentro de uma determinada região são estruturados de acordo com arranjos e recursos espaciais pré-existentes, assim como de acordo com regulações temporais (mais frequentemente de um modo cíclico)” (JANSSON, 2006, p. 87 – Tradução Nossa)⁸¹

⁸⁰ Tradução nossa de: “The main focus of interest here is how space s materialised through culture. This implies a position in which social and cultural analyses resists traditional dichotomies between structure and agency. (...) Texture is a communicative space, material and symbolic, in which structure may be reproduced as well as altered; decoded as well as recoded.” (FALKHEIMER, JANSSON, 2006, p. 16)

⁸¹ Tradução nossa de: “They also show that spatial/communicative practices within any given region are structured according to pre-existing spatial arrangements and resources, as well as according to temporal regularities (most often of a cyclic character)” (FALKHEIMER, JANSSON, 2006, p. 16)

A noção de *textura*, então, estaria conectada à ideia de um conjunto de relações que se (re)forma no espacial, (re)territorializando diversos aspectos da cultura e adquirindo formas de acordo com as suas múltiplas práticas, inclusive as práticas comunicacionais. O autor considera que existe, então, uma formação espacial que se dimensiona e redimensiona, de acordo com as conexões que se formam a partir das relações sócio-técnicas existentes. Dando ênfase a essa afirmativa, André Jansson recorre à tríade de Lefebvre, afirmando que a ideia de textura tem “mais em comum com uma teia de aranha que com um desenho ou uma planta” (LEFEBVRE apud JANSSON, 2006, p. 97 – Tradução nossa)⁸².

Queremos assim, trazer uma relação entre a *textura* e as questões do *fandom* e da distopia, trabalhados no início dessa pesquisa. Podemos levantar que essa estruturação que ocorre no entre-espço transmidiático só é possível pelo corpo da narrativa-base de ‘Jogos Vorazes’, que na sua constituição distópica consegue abarcar as constituições material e simbólica, de modo que elas podem ser reproduzidas, alteradas e decodificadas, assim como os autores ressaltam. Da mesma forma como se baseiam em "arranjos e recursos espaciais pré-existentis" de como uma cultura fã já estruturada em torno da narrativa de 'Jogos Vorazes'.

Novas mídias digitais estão continuamente 'em movimento', interconectadas, remediadas e reconfiguradas por seus usuários. O objetivo da análise *textural*, então, é decifrar como tais transformações simbólicas-materiais integram-se dentro, ou revolucionam, estruturas espaciais mais profundas e duráveis. (JANSSON, 2006, p. 97 – tradução nossa)⁸³.

Com base nessa citação, relacionamos a noção de *Textura* de Jansson, à de heterotopia de Foucault. Segundo Foucault (2006), as heterotopias são “espécies de lugares que estão fora de todos os lugares, embora eles sejam efetivamente localizáveis” (p. 415) e isso implica uma forma de se fazerem localizáveis, estando neste lugar o enlace da *Textura* com a Heterotopia. Isso porque, essa estrutura espacial a qual Jansson se refere e essa forma de ser “efetivamente localizável”, estão ligadas às questões simbólico-materiais, os quais estão acalcados os princípios da heterotopia⁸⁴. Segundo Foucault (2013), os princípios são:

⁸² Tradução nossa de: “It has more in common with a spider’s web than with a drawing or plan” (LEFEBVRE apud JANSSON, 2006, p. 97)

⁸³ Tradução nossa de: “New digital media are continuously ‘on the move’, interconnected, remediated and reconfigured by their users. The aim of textural analysis, then, is to decipher how such symbolic-material transformations become integrated in, or revolutionise, more profound and durable spatial structures” (JANSSON, 2006, p. 97)

⁸⁴ Ver os princípios detalhadamente no texto “As heterotopias” de Michel Foucault, no livro **O Corpo Utópico, as heterotopias**. 2013, 1ª edição.

1 – “Provavelmente não há uma única cultura no mundo que não se constitua de heterotopias” (*ibid.*, p. 21).

2 – “Toda sociedade pode perfeitamente diluir e fazer desaparecer uma heterotopia que constituíra outrora, ou então, organizar uma que não existisse ainda.” (*ibid.*, p. 22).

3 – “A heterotopia tem como regra justapor em um lugar real vários espaços que, normalmente, seriam ou deveriam ser incompatíveis” (*ibid.*, p. 24).

4 – “As heterotopias são frequentemente ligadas a recortes do tempo” (*ibid.*, p. 25), ou seja, elas tem o seu equivalente simétrico, as heterocronias.

5 – “As heterotopias possuem sempre um sistema de abertura e fechamento que as isola em relação ao espaço circundante” (*ibid.*, p. 26). Esse sistema, simultaneamente, as isola e as torna penetráveis.

6 – Elas têm, em relação ao espaço restante, uma função. “a contestação de todos os outros espaços (...) criando uma ilusão que denuncia todo o resto da realidade como ilusão, ou criando outro espaço real tão perfeito, tão meticuloso, tão bem disposto quanto o nosso é desordenado, mal posto e desarranjado” (*ibid.*, p. 28).

A partir desses princípios dos espaços heterotópicos, percebemos que esse entre-espaço *textural* o qual estamos nos referindo, ativado pelos usos do aplicativo "Nosso Líder o Tordo" / "O Tordo" é o efetivo espaço de encontro entre ficcional e real, sendo uma espécie de sobrecamada criada pelo discurso distópico e seus verismos, colocado em prática pela forma como a campanha transmidiática se configura e solicitando dos fãs o seu acesso constante. Uma heterotopia, uma vez que o entre-espaço ativado no aplicativo tem um espaço próprio, numa temporalidade própria, justapõe o real e o ficcional, sendo capaz de acionar aspectos da realidade a qual está inserida.

Todos os prolongamento transmidiáticos, dessa forma, viabilizam a presença da heterotopia de 'Jogos Vorazes'. Desde a maneira como a narrativa literária foi passada para a linguagem cinematográfica, cruzado pela construção do *World Building* e as divulgações ao redor do filme, até, finalmente, assumir a aproximação e tomada da Capital como principais nortes para constituir um extravasamento de Panem para a realidade. O desenvolvimento da transmídia em 'Jogos Vorazes', funciona como o agente que efetiva a construção de um entre-espaço onde, não só o discurso distópico pode se firmar, mas também onde é possível justapor real e ficcional sem estranhamento.

Percebendo essas questões no “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”, bem como na estrutura que se constitui a expansão de universos de ‘Jogos Vorazes’, passamos a crer que o aplicativo se configura como uma porta (talvez a mais importante) de entrada, de saída e de

um corredor extenso de uma heterotopia distópica e transmidiática, constituída pelas características do entre-espaço ficcional/real que a franquia se esforçou em constituir.

A ligação entre heterotopia e distopia não foi observada apenas por nós, Carolina Figueiredo (2011a) escreveu um trabalho sobre a constituição comunicacional nas distopias clássicas e afirma que “as utopias são espaços sem lugar real e mantêm com a sociedade uma relação de analogia direta ou oposta, sendo uma forma de reprodução da sociedade que as concebem, só que melhoradas – ou pioradas no caso das distopias” (p. 125).

Em outras palavras, a autora utiliza da ideia de um lugar efetivado na realidade, a partir de inquietações e que, por mais localizáveis e físicas que sejam, se tornam ambientes próprios, com suas próprias regras, crenças e potências. São locais que, similares às ideias de desterritorialização/reterritorialização, círculo mágico e *textura*, sobrepõem características amplas e com funções próprias para se criar um terceiro espaço, em que suas (supostas) oposições sejam desconsideradas e suas linhas borradas.

A época atual seria talvez de preferência a época do espaço. Estamos na época do simultâneo, estamos na época da justaposição, do próximo e do longínquo, do lado a lado, do disperso. (...) há lugares reais, lugares efetivos, lugares que são delineados na própria instituição da sociedade, e que são espécies de contraposições, espécies de utopias efetivamente realizadas, nas quais os posicionamentos reais, todos os outros posicionamentos reais que se podem encontrar no interior da cultura, estão ao mesmo tempo representados contestados e invertidos. (FOUCAULT, 2006, p. 411 e 415).

Passamos a considerar, a partir da noção de *textural* de Jansson e Falkheimer, e de heterotopia de Foucault, que o entre-espaço que o aplicativo aciona é um desses lugares de contestação, de “utopias efetivamente realizadas”, totalmente conectados à uma cultura e as suas múltiplas dinâmicas. É claro que neste caso estamos falando de uma utopia baseada em uma história ficcional distópica e a cultura a qual esse espaço faz referência é a *fandom*.

Então, acreditamos estar à frente de uma configuração espacial, totalmente baseada na cultura do fã de ‘Jogos Vorazes’, que está inserida nos contextos de cada um desses indivíduos que se consideram Tributos, aliadas a discursos midiáticos bem articulados e empossados de diversas ferramentas interacionais. Essa visão do extravasamento do ficcional, bem como da maneira pela qual a transmídia se comporta nesse meio, faz-nos voltar-nos para Firmino e Duarte (2012), sobre a percepção de um ambiente que se expande para além dele mesmo, como sendo sintomático e capaz de nos fazer ver as (re)configurações do espaço.

O novo vem da quantidade e da velocidade de informações trocadas nos dias de hoje, assim como novas e ubíquas maneiras de interação. Parece que estamos

vivenciando, de fato, uma intensificação de um fenômeno já existente, ou em outras palavras, uma ampliação do espaço ampliado. Mas não só isso. A ampliação do espaço e das vivências contemporâneas não se dá somente no volume de aparatos e técnicas que utilizamos para alcançá-la. A cidade e o espaço ampliados pelas tecnologias ganham novas dimensões qualitativas e coletivas. (p. 74)

Assim, vemos uma virada espacial na linguagem transmídia, que vem se alongando e chegando a espaços reais, de modo a propor uma nova forma de navegar na urbe. Nova, de fato, porque é personalizada, é própria de um grupo de pessoas e tem a ver com a ficção a qual se embasa. Não basta mais ser fã de carteirinha, é preciso ser fã com as solas dos sapatos, caminhando pela cidade, munido de um *smartphone*, enquanto observa pela tela o espaço que é a cidade, mas que também surge no *app*.

Espaço que passa abarcar não apenas as suas múltiplas comunicações já presentes e excitantes, desde outdoors, panfletos, placas, sinalizações e pessoas; mas que de repente encontra sítio para o mundo dos fãs e das suas várias narrativas favoritas. Do jogo em realidade alternativa do Batman⁸⁵, passando pelo Pokémon Go, até alçar voo nas costas do Tordo.

⁸⁵ “Why So Serious?” (2007) foi uma campanha transmidiática, ligada ao lançamento do segundo filme do Batman da trilogia de Christopher Nolan, “Batman – O Cavaleiro das Trevas” (2008). A campanha durou 15 meses, em diversas plataformas, online e offline; em 75 países. Veja mais em: <http://www.42entertainment.com/work/whysoserious>

Finalmente, depois do final da série de filmes que narravam a história de Katniss, Helena decidiu que era hora de investir em outra franquia. Passou o Panem Wonderland oficialmente para uma amiga e Tributo fiel, e escreveu o seu último post-editorial, dizendo:

A Distopia de lá, na Utopia de cá (e vice-e-versa)

A verdade é que eu nunca superei muito bem o final de Jogos Vorazes, principalmente o final do filme. Apesar de ter lido A Esperança em inglês, me lembro muito bem da sensação que eu tive, ao perceber no que Katniss tinha se tornado e como a fome de poder de um grupo alucinado de pessoas que realmente acreditavam estar fazendo o bem maior, determinou de modo profundo como seriam as vidas dos sobreviventes da revolução.

Eu, de fato, fui atingida por tudo que regeu a campanha de J.V, mas mais do que isso, fui atingida pelo que Suzanne Collins criou, forçando-me a procurar por respostas e até mesmo repensar sobre a minha própria realidade.

Como adolescente, mesmo com esse espaço aqui, pouco das minhas opiniões são verdadeiramente ouvidas, também pouco do que eu expresso é levado em conta por "adultos que sabiam mais", justamente porque minhas inquietações vêm de livros "juvenis". Alguns febris para surfar na onda das distopias, é verdade, mas tantos outros com tanto a dizer. E dizer para alguém como nós.

Mas aí vem a questão: "até que ponto estas histórias realmente movem (ou são capazes de mover) as pessoas?"

‘Jogos Vorazes’ não é, como muitos desavisados podem pensar rapidamente, apenas mais uma franquia da cultura pop, ou mais um distopia popular, porque tem seus protagonistas jovens e inspiradores. Não. ‘Jogos Vorazes’ é uma trilogia violenta, que te corrói como leitor de diversas formas. É uma trilogia que se foca na completa perda da infância, da inocência, de ser incorporado como um peão dentro de uma questão política, de perder completamente a esperança e, quando o fim chegar, valorizar cada uma dessas coisas para encontrar algum alento.

Mas não sei o quanto se extrai disso. Até porque não sei se foi apenas eu que vi essa trilogia dessa forma.

Vi dessa forma, porque tem um final perturbador no livro! Um final de mexer com você de forma psicológica e quase física. Um final que te leva a questionar até que ponto se pode levar alguém ao limite consecutivas vezes, até que o seu limite desapareça, ou que a pessoa enlouqueça. Até que ele deixe de ser um humano. Que discurso é esse, de bem maior, que compele a personagem a se sentir como um bestante? Que realidade é essa, sacal, a qual

eles precisam viver com aquilo para sempre e precisam se voltar, com armas e sentimentos, sendo eles de dois gumes, para um culpado?

É um final raivoso. Onde o verdadeiro sentido de esperança é resgatado apenas quando é possível se seguir em frente, mesmo quando o que resta é a costa de uma cadeira e um livro repleto de histórias de horrores, quando o humano era subjugado e a lembrança de que isso não se repita norteia a vontade de ir em frente. Endossa a esperança...endossa a utopia.

E que final doce nos espera na conclusão das duas horas e meia de A Esperança: o final. Ainda mais doce acompanhado dos suspiros deliciosos que soltaram as minha amigas no recinto, juntamente com a sensação de que tudo bem, o terror passou, agora é possível se deitar sobre uma campina verdejante e suspirar que existem Jogos muito piores do que aqueles.

Daí passei a me perguntar: porque estamos tão fascinados com as distopias? Porque nos envolvemos tão intensamente com um enredo violento, psicológico e cruel, sendo que, aparentemente, não conseguimos ultrapassar o olhar apaixonado de Peeta? Que tipo de seres humanos somos nós?

Sim, talvez eu entenda (ou ache que entenda) do mundo em maior parte pelo que li em livros e vi no cinema, mas simplesmente gosto de pensar que existe algo além em 'Jogos Vorazes'. Uma força motriz na sua essência, tal como nos contos de fada, que nos trazem reais ensinamentos de moralidade e, porque não, de utopias.

Vida Longa ao Tordo!

5 – O MOMENTO EM QUE UM TRIBUTO SE TORNA VITORIOSO

A pergunta que deu fôlego a esta pesquisa foi: “como a expansão do universo ficcional de ‘Jogos Vorazes’ se configurou criando passagens espaciais, a ponto de extravasar para ao mundo real?”, e foi a partir dela que pudemos nos debruçar tão intensamente no universo de ‘Jogos Vorazes’. Isto porque, essa pergunta não carrega apenas uma resposta, uma reflexão ou um caminho a ser trilhado e percebemos que ela trazia consigo a necessidade de entender as utilizações de mídias, como a construção transmidiática de ‘Jogos Vorazes’ foi estruturada e como podemos perceber essa linha que divide o real do ficcional sendo borrada, pelos usos do aplicativo “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”.

Desse modo, todo o percurso que fizemos até aqui, se preocupava em criar vias que pudessem chegar próximos da nossa questão principal e também das periféricas, esclarecendo o seu caráter múltiplo e até inexplorado dentro da comunicação.

No início, nos detivemos em compreender e conhecer o universo narrativo de 'Jogos Vorazes', para trazer em questão sua nuances e peculiaridades. Esse movimento serviu para que explorássemos sua complexidade, inclusive trazendo a distopia, assunto que, apesar de popular, é pouco explorado, especialmente pela comunicação.

Graças à compreensão dos princípios da distopia, foi possível explorarmos o potencial que a torna tão intensa na contemporaneidade, já que não é o oposto da utopia, mas sim um espaço intermediário entre as suas duas vertentes. Ainda é possível encontrar um ímpeto utópico nessas narrativas, propagadoras de esperança, mesmo que cercado por uma ambientação ditatorial. A luta que os personagens das distopias travam não é apenas física, mas também mental, ética e identitária, servindo para mostrar que é possível chegar a uma mudança, pretensamente melhor que a anterior, porque as únicas coisas que limitam o novo mundo são a imaginação e a crença.

É claro que as distopias contemporâneas não seriam nada sem que os personagens fossem impostos à provocações ilimitadas e de todos os tipos, porque só elas poderiam despertar o que há de melhor (e de pior) neles. Isso tudo tem a ver com a ideia de verismo, em que nossas atitudes são colocadas à prova por situações extremas e ao mesmo tempo questões morais e éticas são acessadas. Os verismos regem as distopias contemporâneas, porque colocam em questão nossas “manias sociais”, até o ponto de serem extremas e de nos colocar contra a parede, a fim de ver como agiríamos, tanto como sociedade, como quanto indivíduo. Nessas distopias, temos a possibilidade de visitar a psique que indivíduos que pensam

diferente da ordem vigente e por isso, são histórias que querem criar identificação com os seus leitores.

A identificação com o que é primordialmente da esfera da humanidade, de modo que logo hordas de fãs e pessoas que se identificavam com a narrativa de Katniss e companhia, se mobilizassem para conhecer e desvendar ainda mais o Mundo do Tordo. Frente a isso, uma história não poderia ser suficiente (nem econômica e nem ideologicamente). A Lionsgate, então, estruturou um universo complexo para ‘Jogos Vorazes’, dando a cada nova passagem midiática, uma nova e excitante informação. É aqui que levantamos uma das mais importantes questões ao redor das dinâmicas transmidiáticas: não é na adaptação, nem na transposição, muito menos na cópia que se expande e explora um universo ficcional, é na passagem. Num movimento mais ligado à compreensão de cada mídia, levando em conta o que ela pode oferecer à narrativa base e à expansão do universo como um todo.

Dos livros, contados em primeira pessoa, para a série de filmes narrados em terceira, destinados a olhar com atenção também para aquilo que os olhos de Katniss não enxergavam e nem seus ouvidos ouviam; até a possibilidade de se maquiar e vestir como personagens da Capital, entoar a música tema de ‘Jogos Vorazes’ e além, entrar de cabeça nessa revolução, deixando marcas clandestinas na cidade. Nada é por acaso nessa dinâmica e nenhuma passagem de mídia é inútil.

Logo, percebemos que existe um reposicionamento do fã dentro dessas franquias, principalmente das franquias transmidiáticas. O fã é colocado em papel de centralidade (conforme vimos no esquema 1) e vai além do consumo e do advogado da marca. Tornando-se parte do todo, como coprodutor, num sistema de produção flexível. Também se torna o objetivo na criação de camadas de imersão, bem como no sucesso de ações transmidiáticas. O público fiel, que vale mais do que vários flutuantes.

Se o grande objetivo é o fã, então porque não oferecer cada vez mais subsídios para uma imersão ainda mais profunda? O que podemos perceber, ainda, sobre as franquias transmidiáticas contemporâneas é que elas se embasam no princípio de que é necessário se construir uma experiência de entretenimento ampla, com múltiplas camadas, coesa e conexa, ainda sendo possível a entrada e criação de novas informações. Dessa maneira é possível dizer que as franquias podem se ampliar muito, enquanto ainda houver interesse em visitá-las e/ou acioná-las. Dessa forma, a narrativa passa a não se encerrar no último filme, porque abriram-se tantas portas de acesso e saída, que os diferentes níveis de aprofundamento estão se renovando sem que, necessariamente novas narrativas precisem ser criadas oficialmente.

Conforme percebemos essa ligação entre a narrativa-base, sua dinâmica transmidiática e a cultura fã, cremos que a expansão do universo de ‘Jogos Vorazes’ não teria outro caminho, se não o de chegar ao nosso, criando diversas pontes, mas talvez nenhuma tão efetiva quanto o *app* “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”. Isso porque o aplicativo aciona processos interacionais esperados, mas outros inéditos na transmídia, sendo uma ponte entre ficção e realidade; fã e franquia; fã, cidade e franquia; franquia e cidade; fã e fã.

Logo, temos a transformação de um discurso revolucionário fictício em midiático, que permitiu aos fãs tomarem partido em uma revolução de dentro da ficção. Esse tipo de movimento, em campanhas transmidiáticas como a de ‘Jogos Vorazes’, mostram que a transmídia passa a ocupar o espaço midiático real, com o conteúdo ficcional, mas que não se encerra nele mesmo e que tem ligações diretas com a realidade, não só pela utilização de mídias “daqui”, mas também com um conteúdo distópico e repleto de verismos relacionáveis e que despertam uma identificação tremenda, principalmente se levarmos em conta como os fãs se articulam.

Fronteiras vão se dissolvendo dessa forma, a tal ponto que novas espacialidade são acionadas até que entre-espacos se efetivam, contornados por um círculo mágico, o qual àqueles que acessam, não resta dúvidas de que faz parte da sua realidade e, mais, faz parte da sua compreensão de si mesmo, uma vez que estão intimamente ligados à uma história repleta de verismos.

É possível apontar vários caminhos nas expansões de universos ficcionais, até o ponto de chegarem ao nosso mundo, mas um deles nos chama mais a atenção, que é o caminho ligado ao espaço. Ou seja, perceber tais modos de expansão de universos, sob a égide das teorias espaciais, que nos oferecem uma revisão do entendimento que a própria comunicação tem do que é o espaço e como ele pode ser visto como mídia.

É possível afirmar que os estudos de Geografia na contemporaneidade já avançaram muito, ao levar em conta ambientes digitais e até os promovidos pelo círculo mágico dos *games*, no entanto ainda estamos nos firmando num terreno de investigação da Geografia da Comunicação, uma vez que ainda é forte na comunicação a interpretação do espaço apenas como uma espécie de cenário das mídias.

Franquias transmidiáticas contemporâneas, como ‘Jogos Vorazes’ e o seu aplicativo “Nosso Líder o Tordo” / “O Tordo”, parecem fazer, cada vez mais, o movimento de encontro do espaço urbano, seja porque estamos realmente em uma sociedade configurada pelos três dilemas contemporâneos, de mobilidade, hiperinteratividade e convergência cultural, tal qual

é defendido por Jansson e Falkheimer (2006); seja porque nossa percepção do espaço só tem se expandido, tal como Firmino e Duarte (2012) observam.

Além disso, estamos na era da justaposição (FOUCAULT, 2006), do sobreposto e por isso mesmo do entre camadas. Tanto os graus de imersão dos universos transmidiáticos, quanto o fato de histórias como essas não mais se encerrarem em si próprias, nos apontam para formas de comunicação e interação cada vez mais imersivas (e até invasivas), que primam por experiências vertiginosas, de interações corpóreas (ou não), repletas de sensações e capitais emotivos. Não basta consumir, assistir todos os filmes, saber o nome de todos os personagens e lembrar de cor cada função de cada distrito de Panem. É preciso participar, escrever sobre uma situação que nunca foi reportada nos livros ou nos filmes, ter acesso a uma linha de maquiagens inspiradas na Capital, concorrer em concursos de *cosplay* e até viajar para São Francisco e comemorar um evento, juntamente com um grupo de outras pessoas com a mesma identificação. Um grupo de outras pessoas que se diferenciam entre si de diversas formas, mas que são Tributos. E simplesmente por serem Tributos, tornam-se imediatamente velhos amigos.

Assim, muitas inspirações de diversos cantos, fossem nas redes sociais digitais, utilizando os próprios *apps* e assistindo aos filmes e trocando ideias com os colegas mestrandos; convergiram para que pudéssemos desenvolver essa pesquisa. Grande parte dela, é preciso admitir, veio diretamente da observação de adolescentes e jovens adultos (os quais a autora se inclui em certo ponto), parecidos com Helena. Entusiasmados com as tecnologias, as interações que se possibilitam através do uso de mídias em grandes franquias, a vontade de ser uma *digital influencer* e as apropriações que esses indivíduos, motivados pelo mundo de possibilidades, promovem.

Acreditamos que nunca foi tão divertido ser fã, quanto agora, quando, reconhecidos por suas criações, eles se tornam coprodutores, inspiram franquias inteiras e se tornam motivo de celebração global. Sendo tão divertido assim, que quase nos perdemos na fina linha que, embora imbricada, ainda existe entre realidade e ficção. Não porque achamos que uma está na outra, ou porque perdemos a noção dessas duas forças, mas porque nos deixamos levar pelo afeto e pela festa de se sentir integrante de uma narrativa como a de ‘Jogos Vorazes’.

Percebemos, inclusive, que o “fazer parte” não está apenas disponível para o fã. Na verdade ele é oferecido a todos, em diferentes níveis de aprofundamento e engajamento, criando uma rede de portas de entradas e saídas, possibilitadas por interesse, interação e, claro, associação. Assim como Helena é amiga daquelas pessoas na Austrália, Estados Unidos e Japão. Também é amiga do filho do padeiro e de mais de 100 mil seguidores de um site que

criou sobre ‘Jogos Vorazes’. Um site que, depois, se configurou com ‘Jogos Vorazes’, até alcançar o máximo de se tornar PARA ‘Jogos Vorazes’.

Talvez seja o fato de nada mais parecer limitar esse fã. Nada mais parece limitar as imbricações e potencialidades comunicacionais dessa franquia. Nenhum show parece mais ser o suficiente, porque para chegar nesse show se necessitam de linhas que o atravessem, nas mais diversas plataformas, linguagens e espaços. Ele foi desenhado para termos a impressão de que não se esgota e nem tem como se esgotar. O show dos ‘Jogos Vorazes’ se entrelaça ao show da urbe que pode ganhar formas híbridas e se tornar qualquer coisa. E se torna palco, se torna meio, mensagem e mediação. Afinal de contas estão todos bem mais distantes da “longínqua cidade chamada Capital” (COLLINS, 2010, p. 12), mas tomar e domar a Capital são os primeiros passos para uma revolução.

O espaço real que se invade nessa revolução e o que se cria a partir do encontro de ficção e realidade, se configura voltado para um grupo de visitantes, uma seleta horda de Tributos, prontos para compartilhar a sua própria impressão de alçar um longo voo nas costas do Tordo, enquanto se sentem integrantes fundamentais para a manutenção desse universo. O Mundo do Tordo tem um ninho. Um ninho mágico, de *textura* confortável e repleto de outros exploradores, que juntos reconstroem um espaço para si e que é acessível para aqueles que conhecem a sua porta de entrada e os que não conhecem são convidados a conhecer.

É ali que um Tributo se torna Vitorioso, (ou pelo menos se sente um), enquanto vaga em um espaço só dele, criado com ele e para ele.

Sendo assim, essa dissertação não tem a intenção de terminar com um ponto final, ou de ser categórica sobre apenas uma forma de se olhar para distopias que se tornaram franquias contemporâneas, mas de abrir várias possibilidades de análise de objetos como ‘Jogos Vorazes’.

REFERÊNCIAS

- AARSETH, Espen. Allegories of space: the question of spatiality in computer games. **Zeitschrift fuer semiotic**. University of Bergen, Norway, 2007. Disponível em: <http://www.gameology.org/bibliography/allegories_of_space_the_question_of_spatiality_in_computer_games> acesso 23 de out 2016.
- ADAMS, Paul. **Geographies of Media and Communication: a critical introduction**. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.
- AMARAL, Adriana R. A metrópole e o triunfo distópico. A cidade como útero necrosado na ficção cyberpunk. In **Revista Intexto**, Porto Alegre, v.2, n.13, p. 1-14, jul/dez. 2004. Disponível em: <<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-adriana-cyberpunk-e-cidade.pdf>>>. Acesso em: 03 jul. 2016.
- ANDRADE, Luiz Adolfo de. **Jogos Digitais, Cidade e (Trans)mídia. A próxima fase**. Editora Appris. Curitiba, PR. 2015.
- ANDRÉJEVIC, Mark. When everyone has their own reality show. In Laurie Oullette (ed), **A Companion to Reality TV**, Chichester, UK: John Wiley & Sons, p 40-56. 2014.
- BRANDÃO, Luis Alberto. **Teorias do espaço literário**. Editora Perspectiva. São Paulo, SP. 2013.
- CATALÁN, Óscar López e ELIAS, Pep Vivas. Metrópolis y tecnologías: nodos de conexión. In VARIOUS, **Paseando por la cibercidadad: tecnología y nuevos espacios urbanos**. Colección nuevas tecnologías y sociedad. Editorial UOC. Barcelona – Espanha. P. 9 – 40, 2006.
- CAVALCANTI-BRENDLE, Maria Betânia. A cidade dos ditadores. In **Continente Multicultural**, Recife, n.31, jul. 2003. Disponível em: <<<http://www.revistacontinente.com.br/conteudo/960-revista/urbanismo/17954-A-cidade-dos-ditadores.html>>>. Acesso em 01 jul. 2016.
- COLLINS, Suzanne. **A Esperança**. 1ª ed. Editora Rocco. Rio de Janeiro, RJ. 2012.
- _____. **Em Chamas**. 1ª ed. Editora Rocco. Rio de Janeiro, RJ. 2011.
- _____. **Jogos Vorazes**. 1ª ed. Editora Rocco. Rio de Janeiro, RJ. 2010.
- DELEUZE, G. e GUATTARI, F. **Os Mil Platôs, vol 5. Capitalismo e Esquizofrenia**. Editora 34. São Paulo, SP. 1997.
- DUARTE, F. e FIRMINO, R. Desterritorialização e Mídia: um ensaio. In **Fórum Patrimônio**. V.3, n.2, jul/dez. 2009. P. 1 – 16. Disponível em: <<http://www.forumpatrimonio.com.br/seer/index.php/forum_patrimonio/article/view/22>> Acesso em 13 de dez 2016.

DUNN, George A. e MICHAUD, Nicolas (org.) **Jogos Vorazes e a Filosofia**. Rio de Janeiro, RJ, Editora Best Seller, 2013.

EK, Richard. Media Studies, Geographical Imaginations and Relational Space. In FALKHEIMER, J. JANSSON, A. (org.) **Geographies of Communication: the spatial turn in Media Studies**. Göttenburg: Nordicom, 2006.

ELLWOOD, Iain. **The essential branding book: over 100 techniques to increase brand value**. Longon: Kogan Page, 2000.

EM Chamas. Paris Filmes e Lionsgate. Baseado nos personagens de: Suzanne Collins. Direção: Francis Lawrence. Roteiro: Suzanne Collins, Simon Beaufoy e Michael Arndt. 2013. 1 filme. 146 min.

ESPERANÇA – Parte 1, A. Paris Filmes e Lionsgate. Baseado nos personagens de: Suzanne Collins. Direção: Francis Lawrence. Roteiro: Suzanne Collins Peter Craig, Danny Strong. 2014. 1 filme. 123 min.

ESPERANÇA – O Final, A. Paris Filmes e Lionsgate. Baseado nos personagens de: Suzanne Collins. Direção: Francis Lawrence. Roteiro: Suzanne Collins Peter Craig, Danny Strong. 2015. 1 filme. 137 min

EPSTEIN, Michale, REEVES, Jimmie e ROGERS, Mark. Rewriting popularity: the cult files. In: CARTWRIGHT, M., HAGUE, A. e LAVERY, D. (Edis). **Deny all knowledge. Reading the X-Files**. London: Faber & Faber, 1996. P. 22-35.

FALKHEIMER, J. JANSSON, A. (org.) **Geographies of Communication: the spatial turn in Media Studies**. Göttenburg: Nordicom, 2006

FERRARA, Lucrécia. A mobilidade como contradição do espaço urbano. In **Matrizes**. Ano 4 – nº1. Jul/Dez 2010. São Paulo – Brasil. P. 165 – 176. Disponível em: << <http://goo.gl/wLyndV>>> Acesso: 28 de ago. de 2015.

_____. Cidade: meio, mídia e mediação In **Revista Matrizes**, São Paulo, ECA/USP, 2008a, Ano1, n. 2.

_____. **Comunicação, Espaço e Cultura**. São Paulo, SP. 1ª Ed. Editora Annablume, 2008b.
FIGUEIREDO, Camila A. Pires de. **Em busca da experiência completa: revisitando a adaptação por meio da franquia transmídia**. Tese. Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG. 2015.

FIGUEIREDO, Carolina Dantas. **A cidade distópica como construção utópica: uma discussão sobre a cidade como objeto da comunicação**. Revista do programa de pós graduação da escola de comunicação da ufrj. Vol. 14. N. 01. P. 116 – 129. Ano 2011a. Disponível em: << <http://goo.gl/WzuXiK>>> Acesso: 29 de ago. de 2015.

_____. **Admirável comunicação nova: um estudo sobre a comunicação nas distopias literárias**. Tese. Centro de Artes e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. 2011b. Disponível em: << <http://goo.gl/vZMDX9> >> Acesso: 28 de ago. de 2015.

FIRMINO, R. e DUARTE, F. Do Mundo codificado ao espaço ampliado. In **Qualidade do lugar e cultura contemporânea**: controvérsias e ressonâncias em ambientes urbanos, UFRJ, 2012. p.69-80. Disponível em: <<
https://www.academia.edu/2395084/Do_mundo_codificado_ao_espa%C3%A7o_ampliado>>
 Acesso: 12 de dez. de 2016

FOUCAULT, Michel. As heterotopias. In **O Corpo Utópico, as heterotopias**. Editora N-1 edições. Ano 2013. p. 19-30.

_____. Outros Espaços. In **Ditos e Escritos III**: estética, literatura e pintura, música e cinema. Forense Universitária. Ano 2006. p. 411 - 422. 2ª Edição.

GUATTARI, Félix. Espaço e Corporeidade *In Caosmose* – um novo paradigma estético. Coleção Trans. Editora 34. Ano 2012. p. 153 – 165.

_____, Restauração da Cidade Subjetiva *In Caosmose* – um novo paradigma estético. Coleção Trans. Editora 34. Ano 2012. p. 169 – 178.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 1999.

HAESBAERT, Rogério; BRUCE, Glauco. A desterritorialização na obra de Deleuze e Guattari. **Revista GEOgraphia**, Niterói, ano IV, n.7, p.7-31, 2002

HARVEY, David. **O espaço como palavra-chave**. Revista GEOgraphia. Rio de Janeiro: UFF, v.14, n. 28, p. 8 - 39, 2002.

_____. **Cidades Rebeldes**. Do direito à cidade à Revolução Urbana. São Paulo, SP. Editora Martins Fontes, 2014.

_____, **Social Justice and the City**. Baltimore: The John Hopkins University Press. 1973

JACOBY, Russel. **Imagem imperfeita**: pensamento utópico para uma época antiutópica. Rio de Janeiro, RJ. Editora Record, 2007.

_____. **O fim da utopia**: política e cultura na era da apatia. Rio de Janeiro, RJ. Editora Record, 2001.

JANSSON, André. Textural Analysis. Materialising Media Space. In FALKHEIMER, J. JANSSON, A. (org.) **Geographies of Communication**: the spatial turn in Media Studies. Göteborg: Nordicom, 2006

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

_____. **Confessions of an ACA-Fan**: The official Weblog of Henry Jenkins. Disponível em <<http://henryjenkins.org>>. Acesso em 11 de mar. 2016.

JOGOS Vorazes. Paris Filmes e Lionsgate. Baseado nos personagens de: Suzanne Collins. Direção: Gary Ross. Roteiro: Gary Gross e Suzanne Collins. 2012. 1 filme. 142 min.

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). In **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 4, n. 10, jul., p. 23-40, 2007a.

_____, Mídia Locativa e Territórios Informacionais. In ARANTES, P. e SANTAELLA, L. (org.). **Estéticas Tecnológicas**, Ed. PUC/SP. São Paulo, SP. 2007b. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/Andrélemos/midia_locativa.pdf> Acesso 20 de set. 2016.

MILGRAM, P., TAKEMURA, H. e KISHINO, F. Augmented Reality: a class of displays on the reality-virtuality continuum. In **Telemanipulator and telepresence technologies**. SPIE, vol. 2351, 1994. P. 282 – 292.

NEVES, Sheron das. Mad Men, Twitertainment e Fandom na era transmidiática. In **Revista Geminis**. Ano 2 – nº2. 2011. P. 46 – 64.

NIEUWDORP, Eva. The pervasive interface. Tracing the magic circle. 2005. Disponível em: << <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/06278.53356.pdf>>> Acesso 22 de out. 2016.

ROSE, Frank. **The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories**. W. W. Norton. 2011.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Editora USP. São Paulo, SP. 2004. 4ª edição.

SARGENTE, Lyman Tower. Em defesa da utopia. Trad. Irene Enes. In **Via Panorâmica - Revista Eletrônica de Estudos Anglo Americanos/An Anglo-American Studies Journal**, 2ª Ser. 1 (2008): 3-13. Disponível em: <<<http://ler.letras.up.pt>>>. Acesso 16 de jun. 2016

SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas Transmídias: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. In **Dossiê Comunicação, Tecnologia e Sociedade**. Parágrafo. V. 1, N. 3. Jan/Jul 2015.

SOJA, Edward. **Geografias Pós Modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica**. Editora Zahar. Rio de Janeiro, RJ. 1993.

_____, Thirdspace: expanding the scope of the geographical imagination. In MASSEY, D., ALLEN, J. and SARRE, P. (org.) **Human Geography Today**. Cambridge: Policy Press. Disponível em <<<https://pt.scribd.com/doc/170483132/SOJA-Edward-Thirdspace-1996-Cap1e2>>> Acesso 30 de set. 2016

THOMPSON, Kristin. **The Frodo Franchise: The Lord of the Rings and Modern Hollywood**. Berkeley: University of California Press. 2007.

VIANA, Silvia. **Rituais de Sofrimento**. Tese de Doutorado. 157 páginas. Universidade de São Paulo. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo. 2011.

ANEXO 1 – Cartaz do ConTribute



WELCOME TO
THE
HUNGER GAMES
TRIBUTE
POWERED BY
SAMSUNG

Welcome to The Hunger Games Tribute, a celebration of fans like YOU who have made this franchise a global phenomenon. From now until October 25, vote for your favorite Film Moments and Fan Art. We'll honor the winners at The Hunger Games Tribute Global Fan Appreciation Event at the Samsung Studio in Los Angeles. The cast of *The Hunger Games: Mockingjay – Part 2* will be on-hand to reminisce on the series as it comes to an end.

CONTRIBUTE
SUBMIT YOUR FAN ART
TO WIN A TRIP TO THE GLOBAL FAN CELEBRATION EVENT!

@charlottehussey_art

Fonte: <https://youtu.be/K8kDB9HADmw>

ANEXO 2: lista de ações relativas à Propaganda de Jogos Vorazes entre os anos de 2012 e 2015:

- 01 – Site Oficial da Capital - <http://www.thecapitol.pn/intl/br/>
- 02 – Ministério da Verdade - <http://www.thecapitol.pn/intl/br/onepanem>
- 03 – Capitol TV - www.capitolTV.pn
- 04 – Propaganda imagética - <http://mesadecafedamanha.blogspot.com.br/2014/07/panem-para-sempre.html>
- 05 – Facebook - <https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/>
- 06 – Linha de maquiagem e roupas - <http://mesadecafedamanha.blogspot.com.br/2013/10/em-chamas-no-guarda-roupas.html>
- 07 – Minidocumentário - <http://mesadecafedamanha.blogspot.com.br/2015/03/vozes-de-panem.html>
- 08 – Site oficial hackeado - <http://www.thecapitol.pn/intl/br/>
- 09 – Site do D13 - <http://district13.co.in/>
- 10 – Aplicativo Nosso Líder o Tordo - <http://mesadecafedamanha.blogspot.com.br/2014/08/d13-nos-apoiamos.html>
- 11 – The hunger games explorer (saiu do ar em maio de 2015) - <http://www.thehungergamesexplorer.com/>
- 12 - #unite – <http://mesadecafedamanha.blogspot.com.br/2015/06/unite.html>
- 13 – Squad 451 - <http://squad451.thehungergames.movie/br>
- 14 – Ações nas ruas e coletivas para tributos - <http://mesadecafedamanha.blogspot.com.br/2015/06/unite.html> e <http://mesadecafedamanha.blogspot.com.br/2015/10/entre-ingressos.html>
- 15 – Vídeos do D13 - <http://mesadecafedamanha.blogspot.com.br/2014/09/nossoliderotordo.html>
- 16 - Especial no Youtube, chamado "Jogos Vorazes: o fenômeno" - <https://www.youtube.com/watch?v=mQ9Srv2n6A4>
- 17 - Séries de artes gráficas contendo cartazes das propagandas dos tours dos antigos vitoriosos dos Jogos Vorazes - <http://www.thecapitol.pn/capitolTV/the-victors-a-look-back>
- 18 - Capitol Couture - www.capitolcouture.pn
- 19 – Especial Feuaturette: O Tordo Vive. – disponível apenas nos dvds dos filmes.
- 20 – Site de recrutamento para a revolução - <http://www.juntesearevolucao.com.br>
- 21 – Site da revolução, contendo os prontoprops citados no livro - <http://www.revolution.pn/>

21 - Carta de Katniss - as pessoas que se cadastraram no site

<http://www.juntesearevolucao.com.br/> receberam uma semana antes da estreia do último filme da franquia, uma carta na sua língua natal, assinada por Katniss Everdeen.

22 – Acrescentar o seu nome nos pilares da revolução: <http://www.revolution.pn/pillars-of-panem>

23 – The Hunger Games - Virtual Reality Experience (VR Video) -

<https://www.youtube.com/watch?v=EIx6642wphw>

24 – Explicação em vídeo do funcionamento do aplicativo Nosso Líder o Tordo / O Tordo:

<https://www.youtube.com/watch?v=eKodPh6sa6o>

25 – Card Game – aplicativo para celular:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.fluxgamestudio.jogosvorazescardgame>

26 – Série “A Message from the capitol” -

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLSmqgJBauALIGyFE0SsQzzoIeLxFx6CfE>

ANEXO 3 – Cartaz da “The Hunger Games Exhibition” e fotografias de Tim Palen



Fonte: <http://www.timpalen.com/>

ANEXO 4 – Ação em conjunto da Lionsgate com a Post-it nas capitais brasileiras



Texto da Lionsgate, publicado na fanpage oficial:

No sábado, dia 15 de novembro de 2014, aconteceu a primeira edição do *#DesafioA Esperança?*. Onde tributos de 13 cidades se encontraram para realizar, ao mesmo tempo, o maior evento de Jogos Vorazes no Brasil.

Uma das atividades era recriar o Tordo de Jogos Vorazes apenas usando Post-its da Post-it Brasil. O resultado você vê abaixo.

A votação será feita pela Paris Filmes, junto com a Post-it, mas você pode votar em seu favorito!

Fonte: <http://migre.me/vJpui>

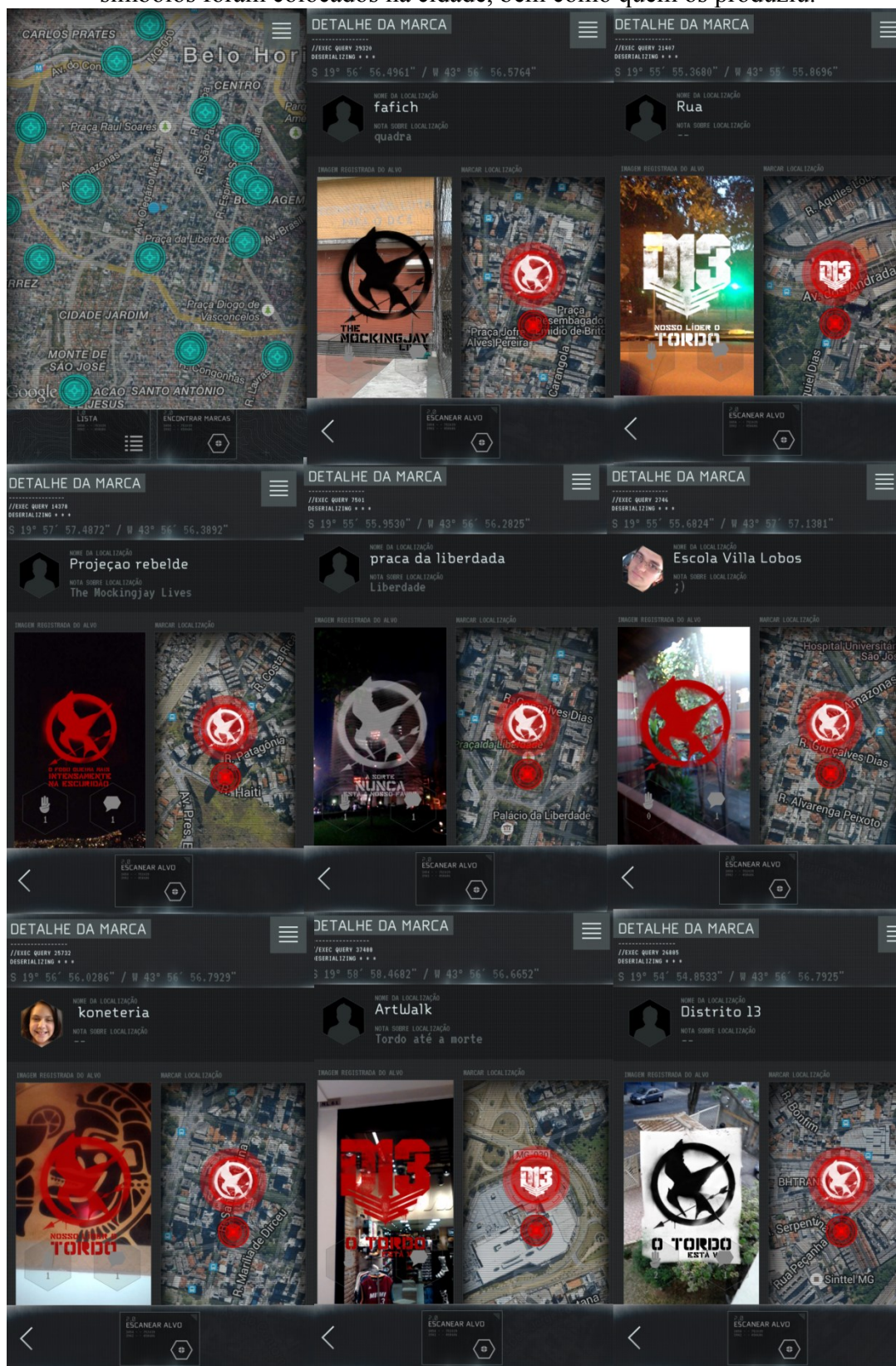
ANEXO 5 – Tabela original da metodologia proposta por Carlos Alberto Scolari

TV	WWW	Comics	Mobile	Videogames	Novels
					Trinity
		One shot			
		Nightfall			
					Op. Hell Gate
					Veto Power
					Trojan Horse
					Cat's Claw
					Vanishing Point
					Chaos Theory
					Collateral Damage
	Day Zero				
Season 1					
					The House...
Season 2					
				The Game	
	Countdown				
		Midnight Sun			
		Stories			
Season 3					
			Mobile game		
			Agent Down		
					Storm Force
		Cold Warriors			
Season 4 prequel					
Season 4					
Season 5 prequel					
Season 5					
Season 6 prequel					
Season 6					
	Day 6 Debrief				
24: Redemption					

“A Tabela 2 contém um mapa do mundo de 24 horas, de acordo com um eixo diegético temporal.” (SCOLARI, 2015, p. 14).

Fonte: SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas Transmídias: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. In **Dossiê Comunicação, Tecnologia e Sociedade**. Parágrafo. V. 1, N. 3. Jan/Jul 2015.

Colagem 1 - alguns símbolos feitos em Belo Horizonte. A primeira imagem mostra os pontos onde existem marcações na capital mineira e a partir da segunda vemos as diversas formas com que os símbolos foram colocados na cidade, bem como quem os produziu.



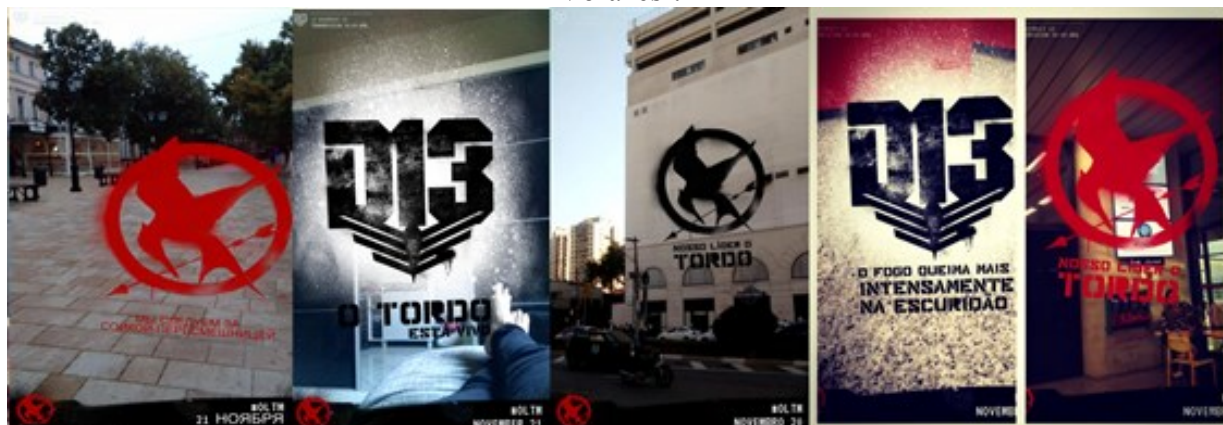
Fonte: SOUZA, Ana Carolina A. – captura no aplicativo Nosso Líder o Tordo em 2015.

Colagem 2 – Comparação da representação da Fênix com a do Tordo nas comunicações de ‘Jogos Vorazes’, ligadas ao filme.

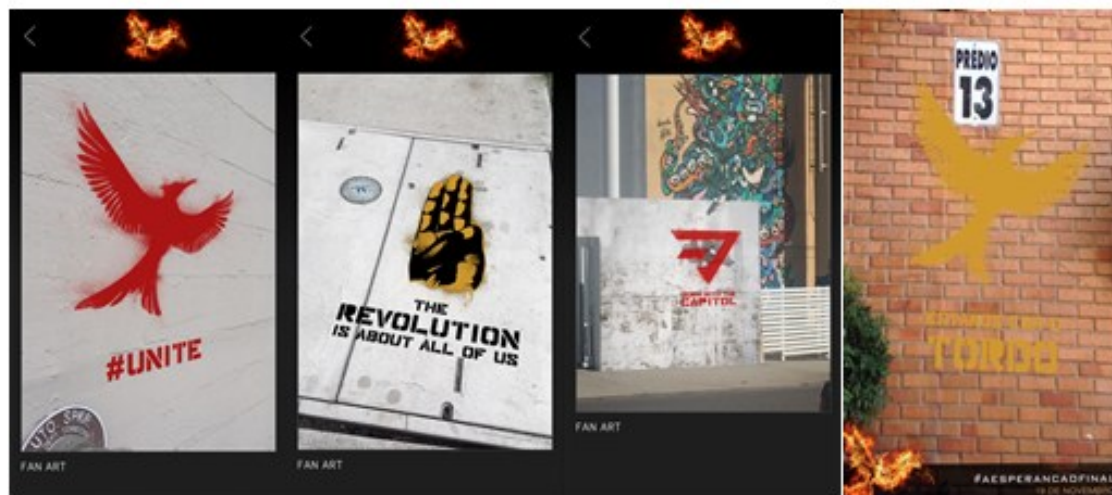


Fonte: Google imagens.

Colagem 3 – Marcas produzidas entre 2014 e 2015 com os símbolos relativos à franquia ‘Jogos Vorazes’.



Marcas produzidas em 2014



Marcas produzidas em 2015, depois da atualização do aplicativo

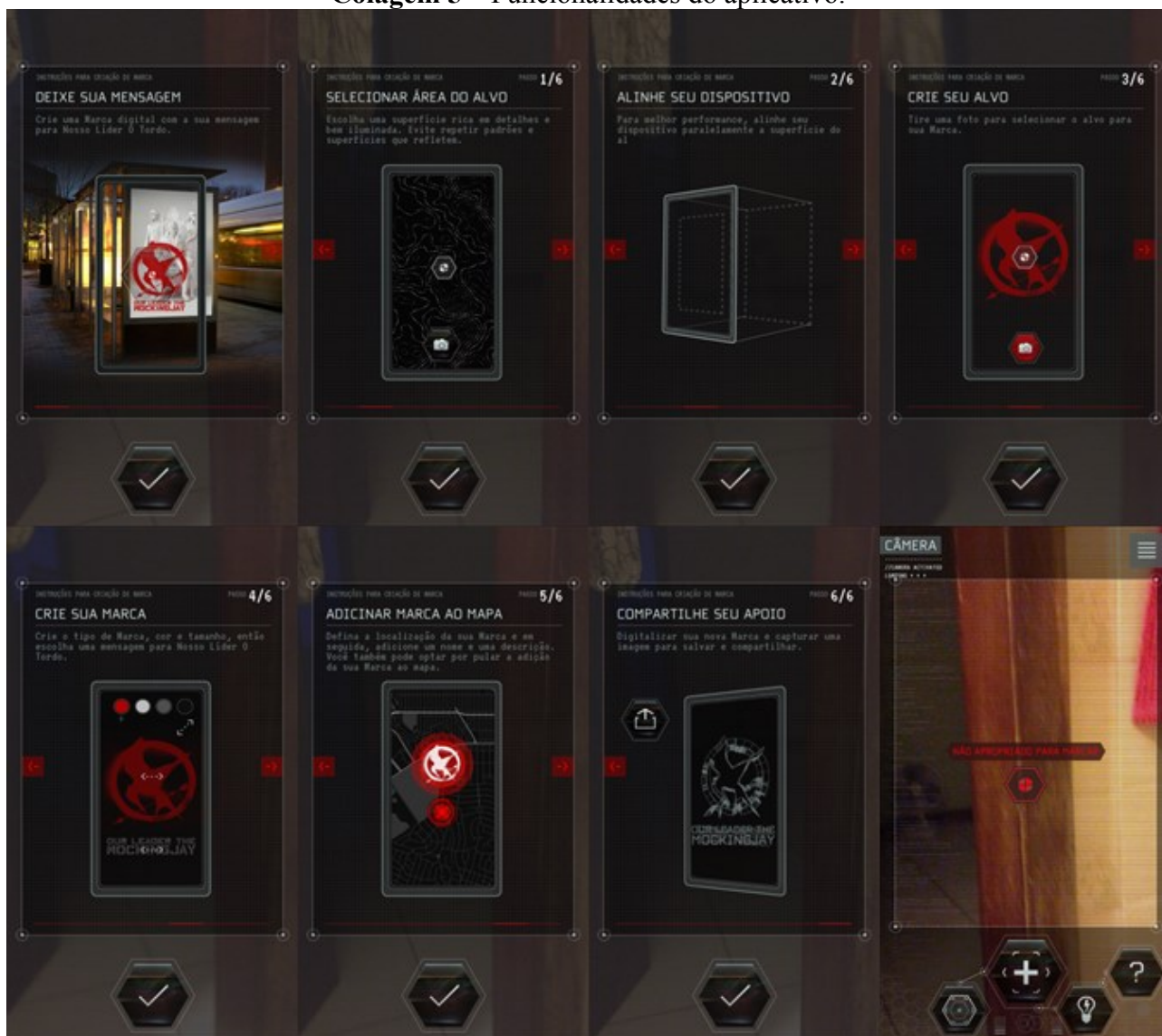
Fonte: SOUZA, Ana Carolina A. captura no aplicativo Nosso Líder o Tordo em 2014 e 2015.

Colagem 4 – Como deixar comentários nas imagens e como acionar o scanner do aplicativo e procurar por marcas na cidade.



Fonte: SOUZA, Ana Carolina A. captura no aplicativo Nosso Líder o Tordo em 2015.

Colagem 5 – Funcionalidades do aplicativo.



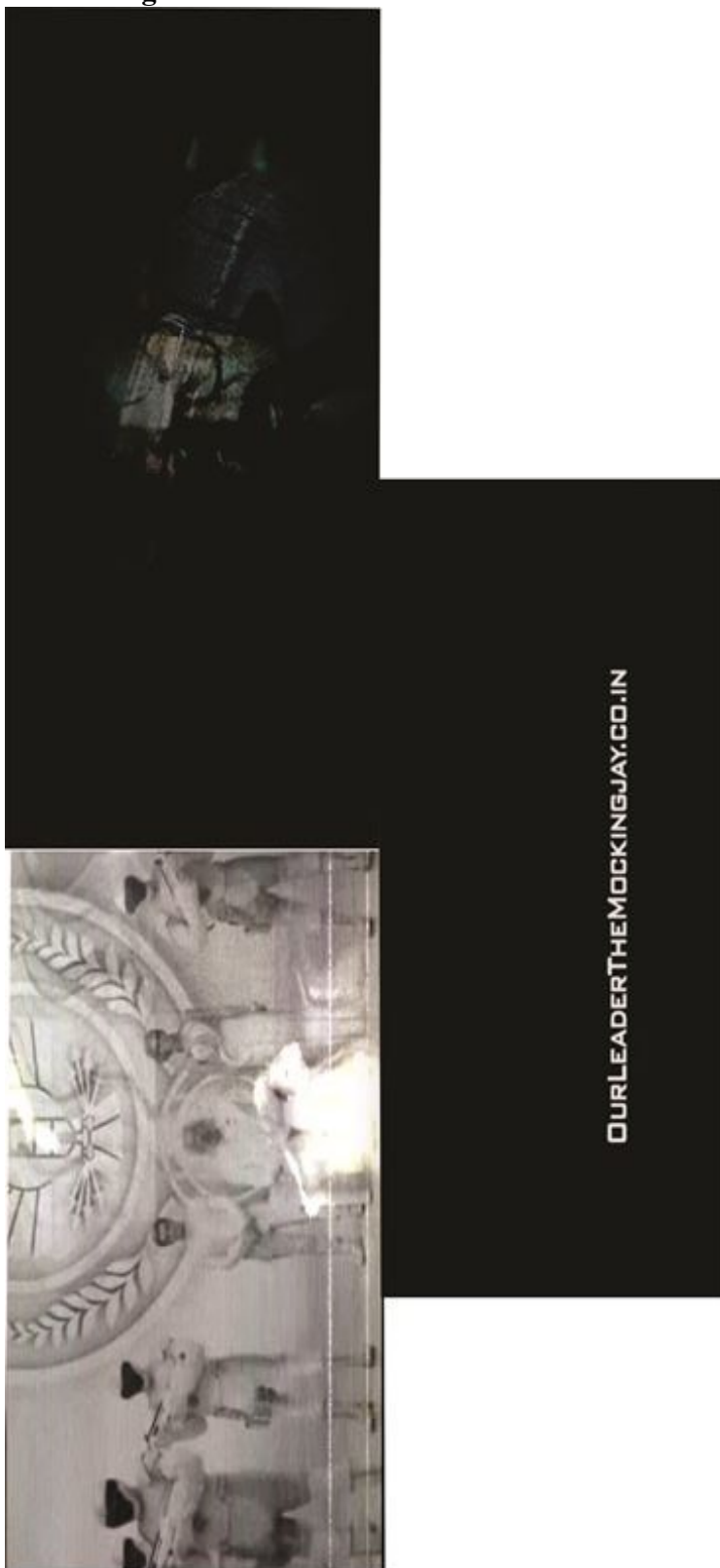
Fonte: SOUZA, Ana Carolina A. captura no aplicativo Nosso Líder o Tordo em 2015.

Colagem 6 – Frames dos *teasers* trailers da Capital.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

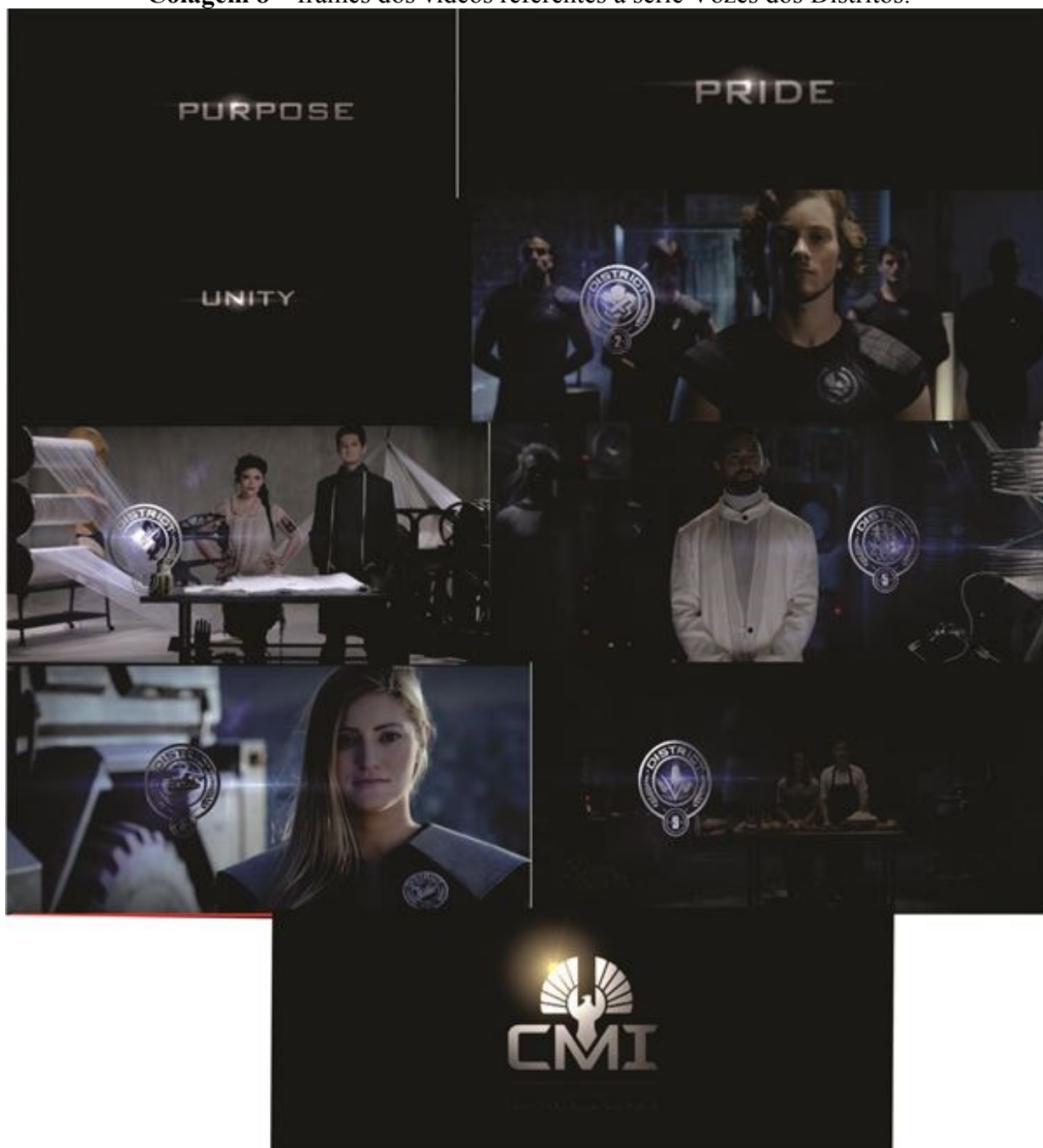
Captura de imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=7dCB2U9IX48>

Colagem 7 – frames dos teasers dos Rebeldes

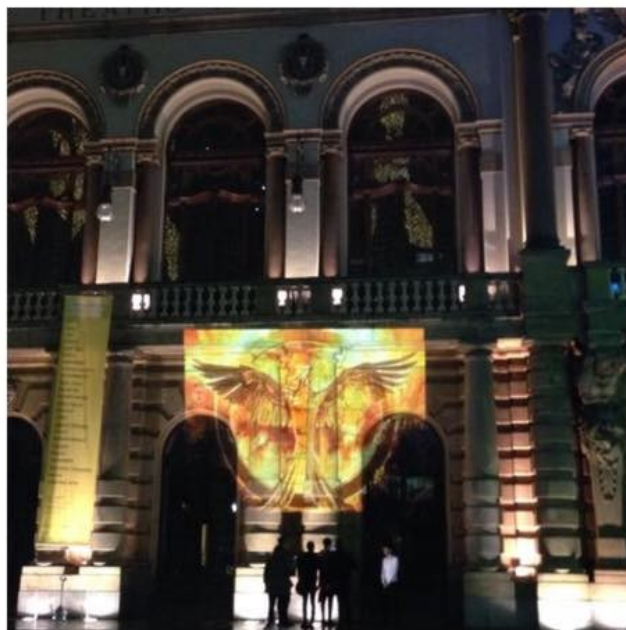
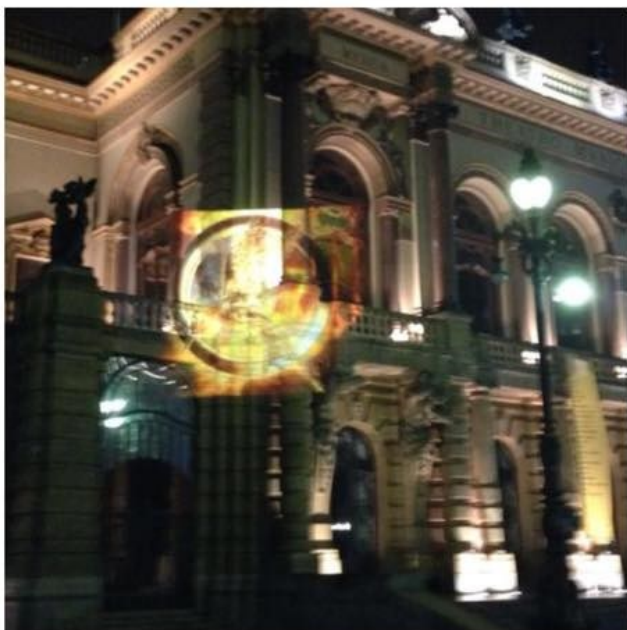
Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=k4e-qJdEAXo>

Colagem 8 – frames dos vídeos referentes à série Vozes dos Distritos.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.
Captura de Imagens: <http://migre.me/ue6f3>

Colagem 9 – Ação na Avenida Paulista

Fonte: <https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/?fref=ts>

Colagem 10 – Construção arquitetônica da Capital

Fonte: SOUZA, Ana C. A.
Captura de imagens: <http://migre.me/ueumV>

Colagem 11 – A mansão de Snow e a festa dos Vitoriosos.



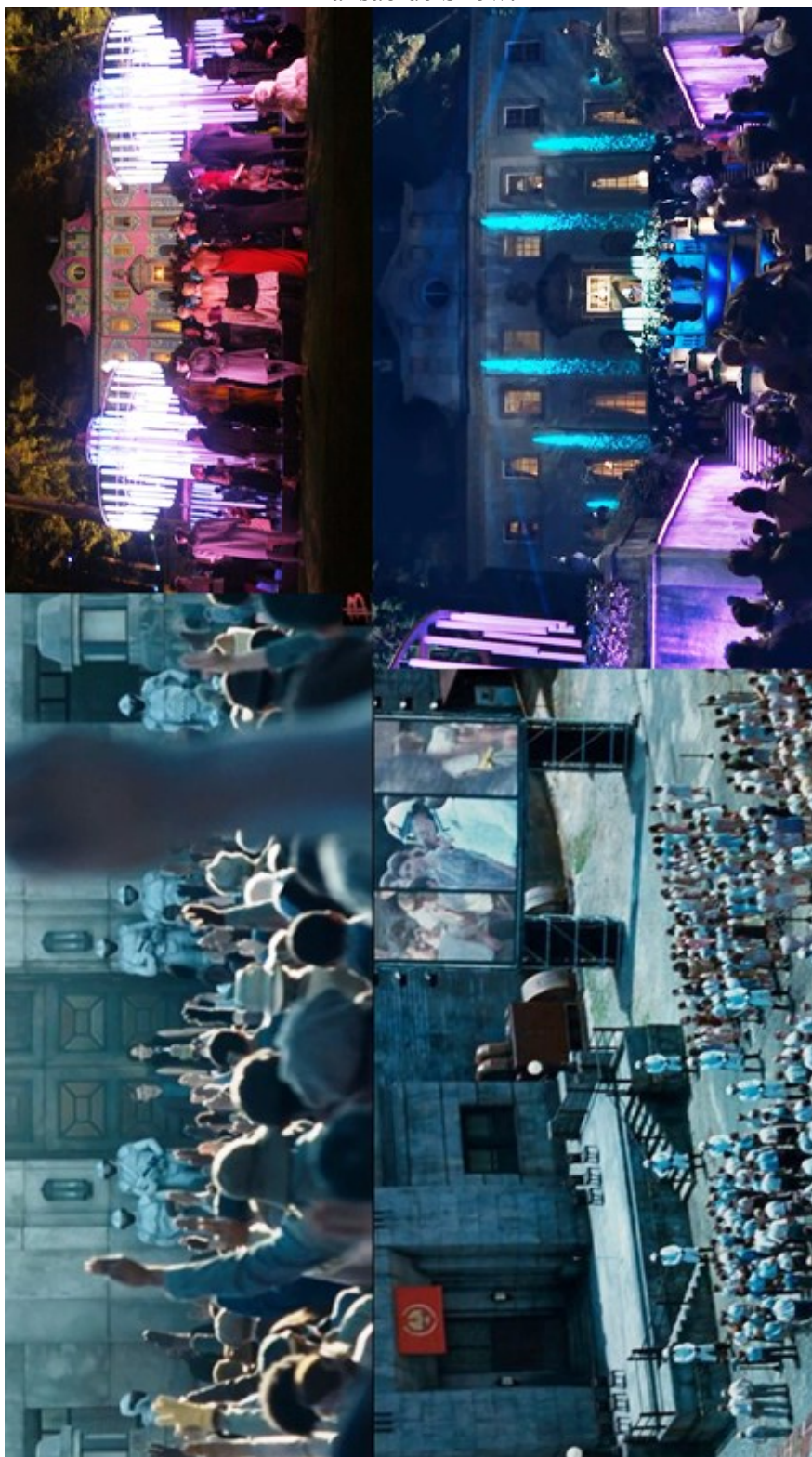
Fonte: SOUZA, Ana C. A.
Captura de Imagens: <http://migre.me/ufhSA>

Colagem 12 – Comparação de frames entre a panorâmica da metrópole em “Jogos Vorazes” e em “Em Chamas”.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.
Captura de Imagens: <http://migre.me/ufhRd>

Colagem 13 – Comparação de frames entre a construção imagética das praças dos distritos e da mansão de Snow.



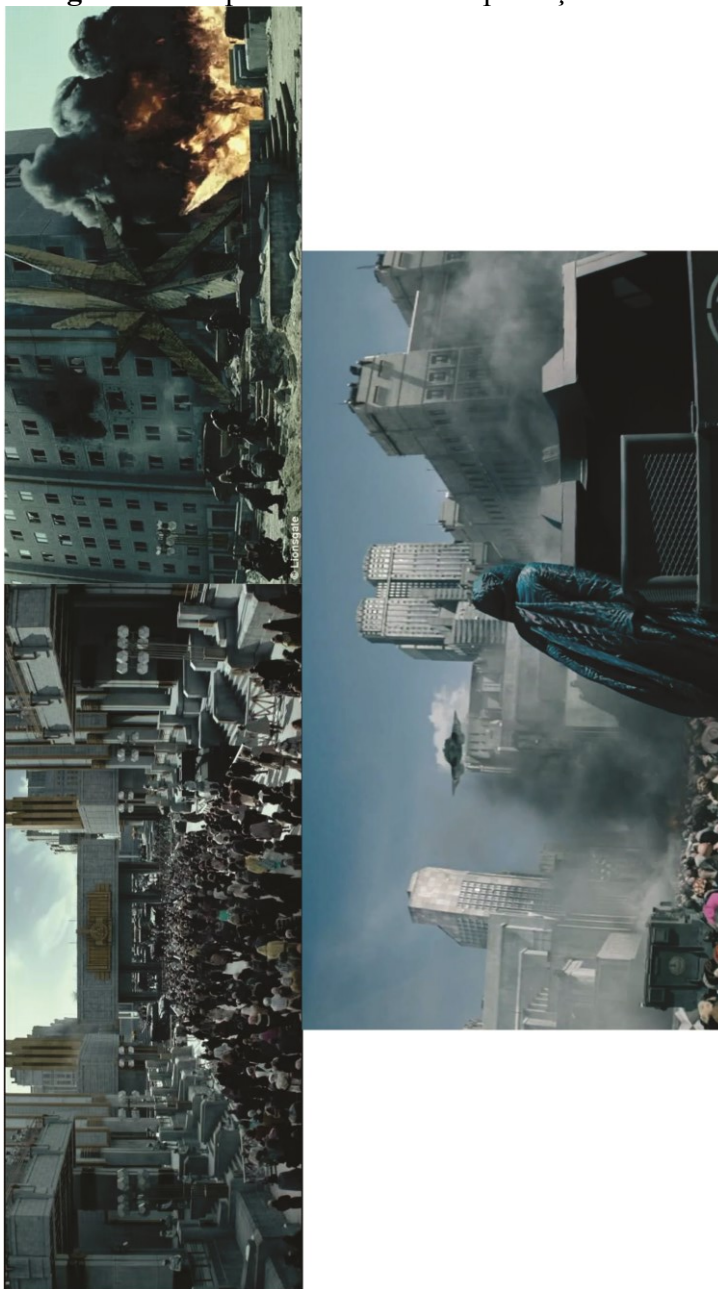
Fonte: SOUZA, Ana C. A.
Captura de Imagens: <http://migre.me/vIbwQ>

Colagem 14 – Comparação entre os frames da panorâmica do primeiro e do último filme



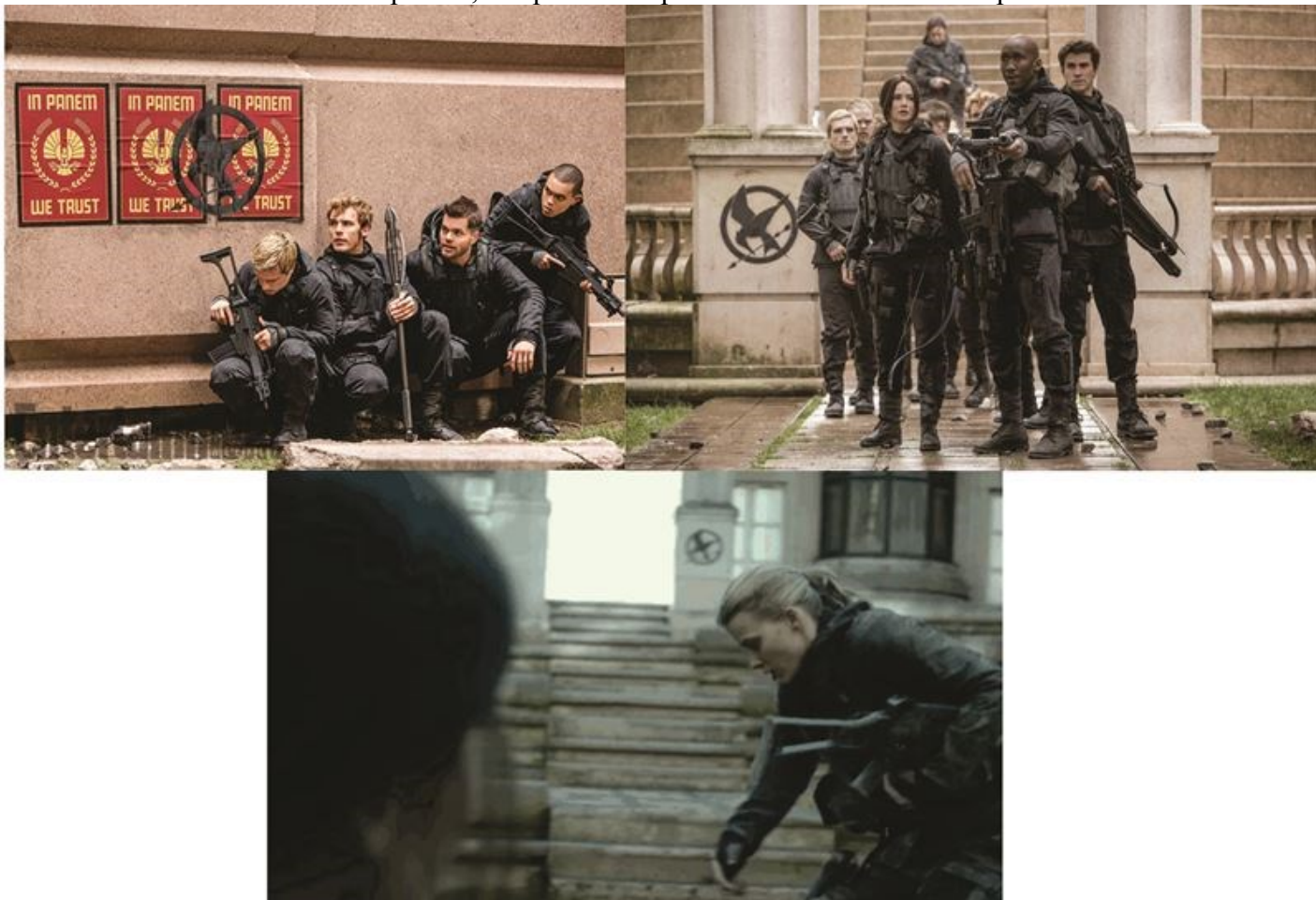
Fonte: SOUZA, Ana C. A.
Captura de imagens: <http://migre.me/uiaGH>

Colagem 15 - Capital no filme “A Esperança – O final”.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.
Captura de Imagens: <http://migre.me/uiaGH>

Colagem 16 – Cena do último filme (ocorre entre os 48 e 50 minutos) em que aparece o símbolo do Tordo em *stencil* na parede, nas pilastras e por cima dos cartazes da Capital.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de Imagens: <http://migre.me/uiaGH>

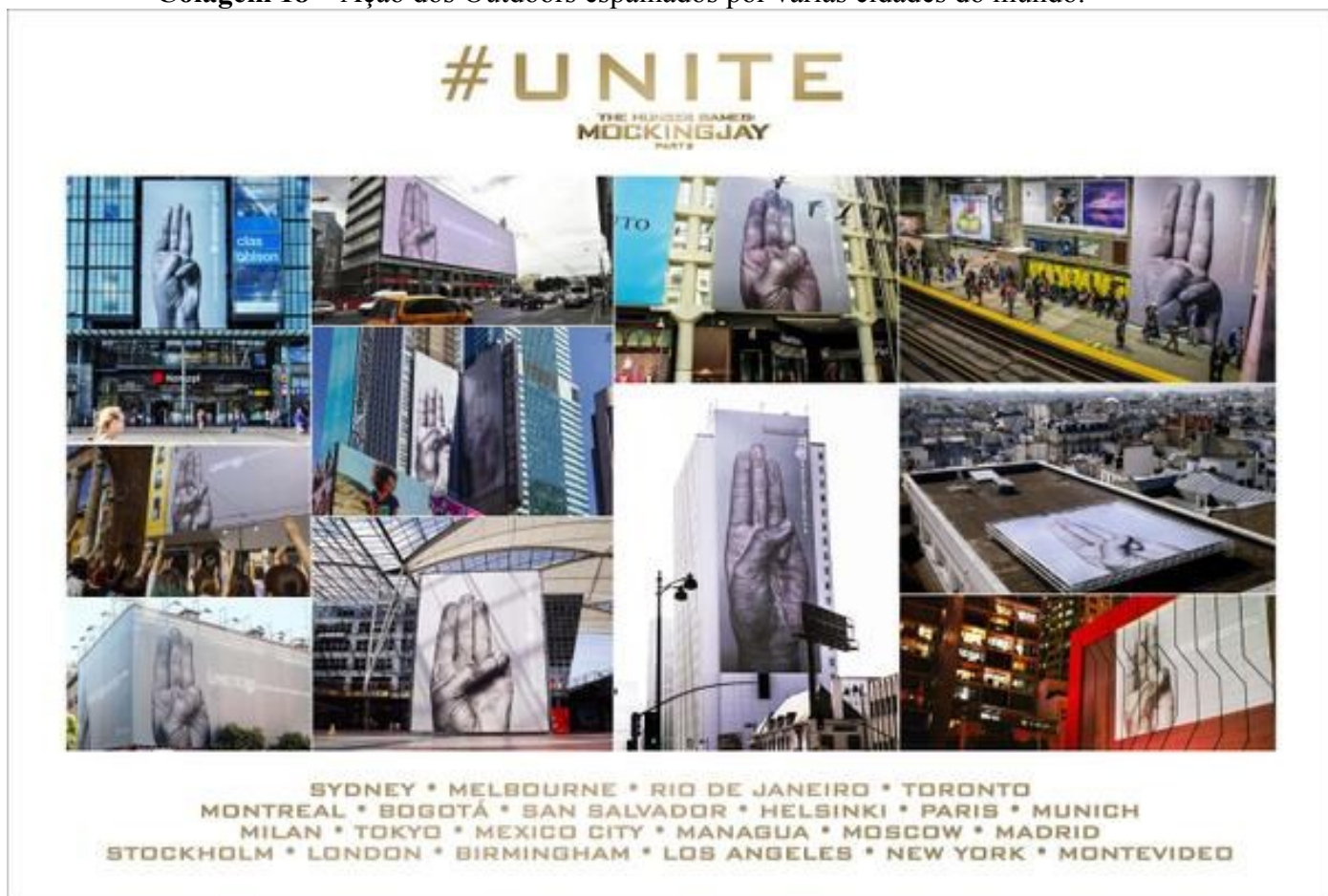
Colagem 17 – Ação nas ruas do Rio de Janeiro e São Paulo. O Tordo.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

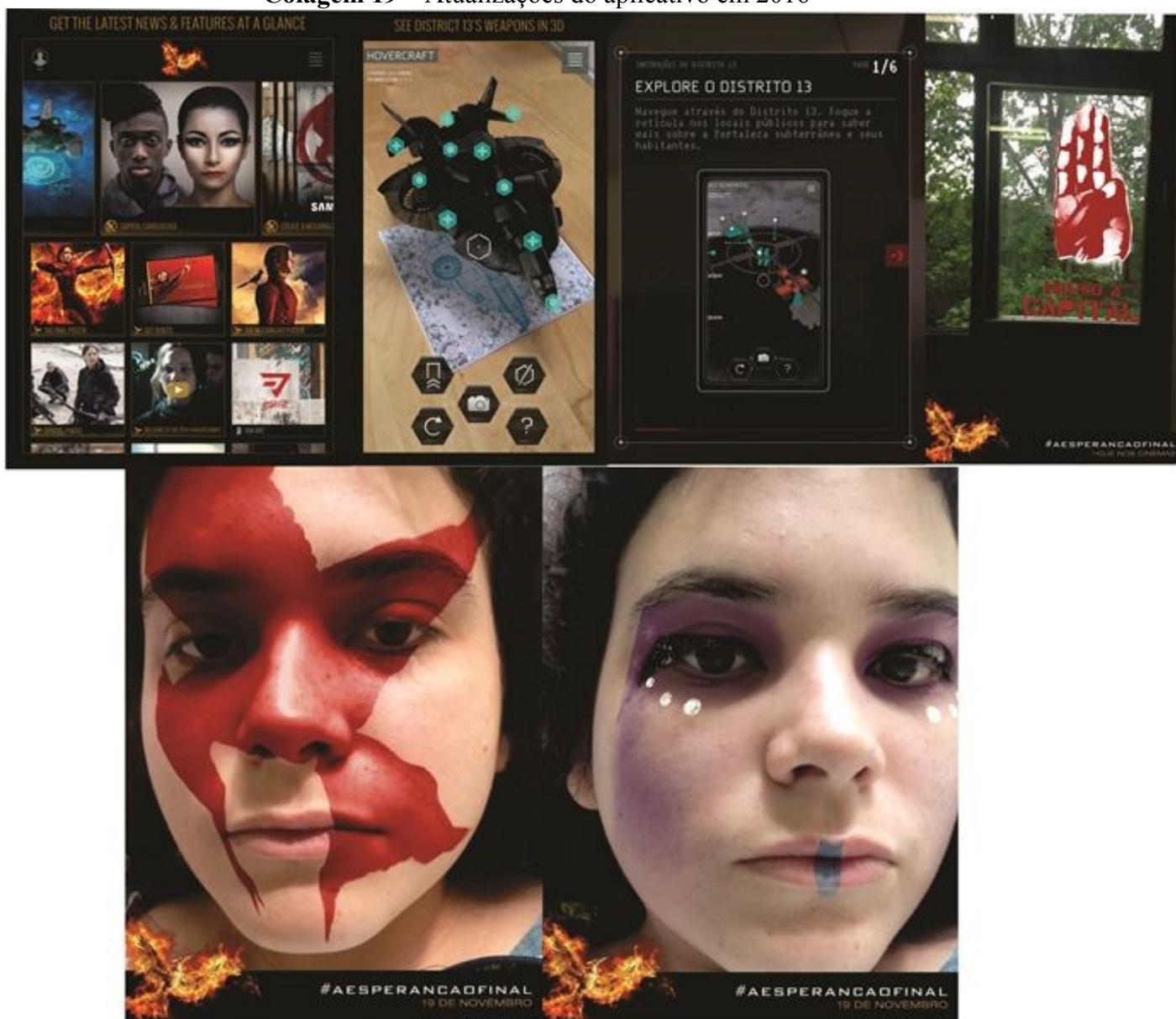
Captura de Imagens: <https://www.facebook.com/JogosVorazesOFilme/>

Colagem 18 – Ação dos Outdoors espalhados por várias cidades do mundo.



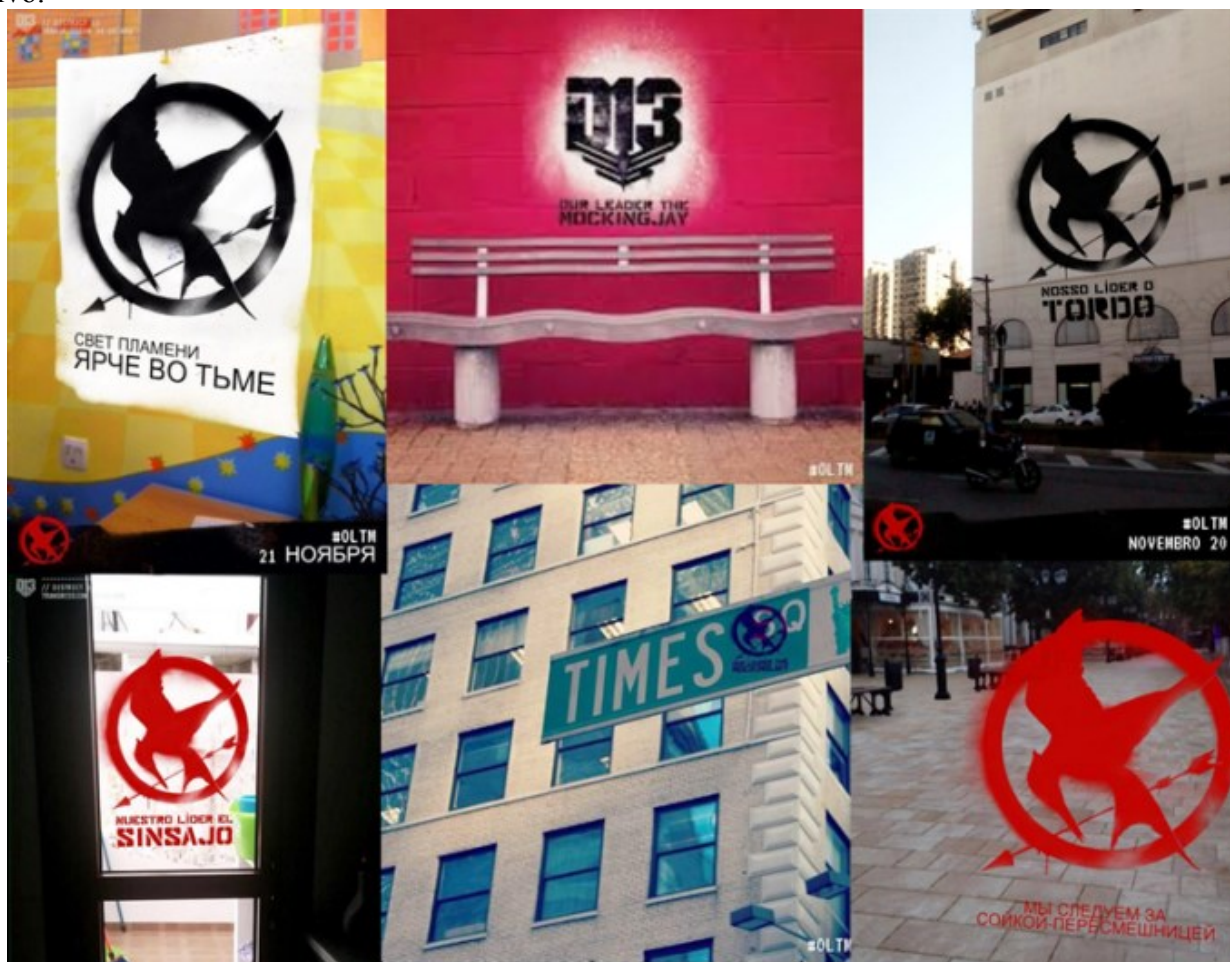
Fonte: Venture Capital Post em <http://migre.me/uiAvs>

Colagem 19 – Atualizações do aplicativo em 2016



Fonte: SOUZA, Ana C. A. captura no aplicativo Nosso Líder o Tordo em 2016.

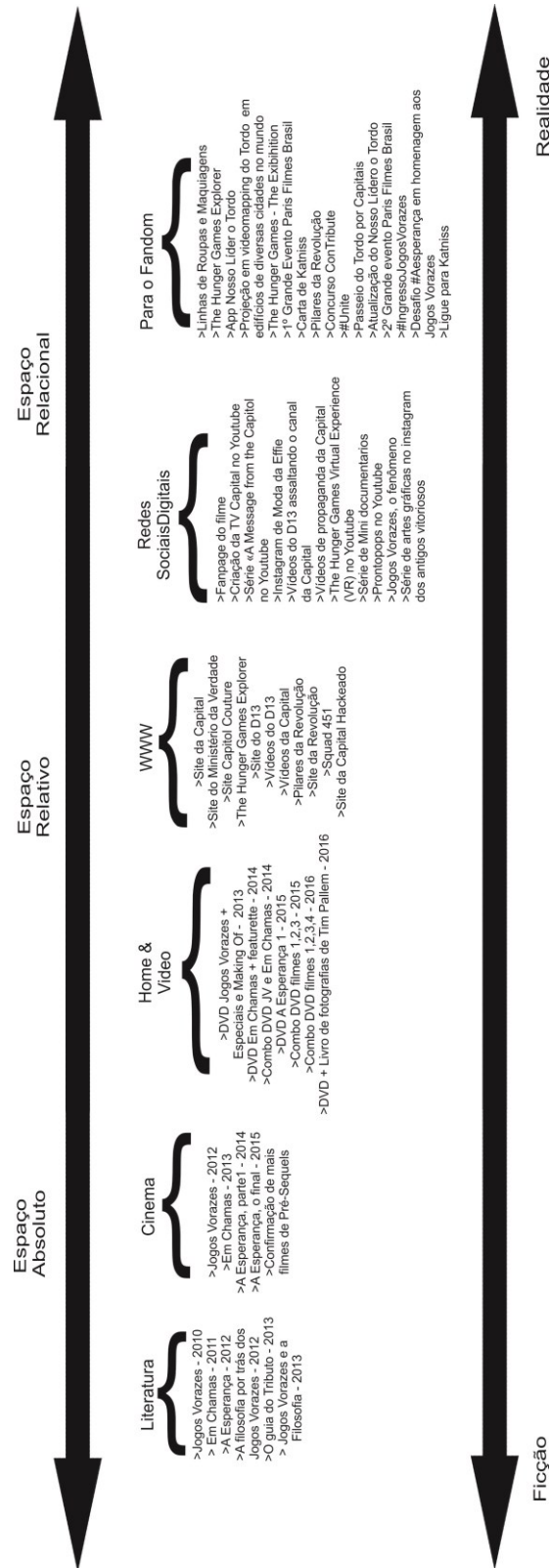
Colagem 20 - imagens capturadas através de pesquisa das *hashtags* relacionadas ao aplicativo.



Fonte: SOUZA, Ana C. A.

Captura de Imagens: uso das hashtags (#) “Nosso Líder o Tordo”, “O Tordo”, “OurLeadertheMockingjay”, “OLTM”, “NLOT”, nas redes sociais digitais, como Instagram, Twitter e Facebook.

Esquema 2: O encontro das mídias da dinâmica transmidiática de ‘Jogos Vorazes’ e da tripartição espacial de Harvey.



Fonte: SOUZA, Ana Carolina Almeida (2017).