

**VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo**  
**III Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo**  
**I Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo**

**Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei**

24, 25 e 26 de setembro de 2014

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

**A obra Jogos Vorazes: o consumo ressignificado da estética nazista**

Jerônimo Teixeira Strehl<sup>1</sup>

**Resumo**

Esta pesquisa busca analisar a atualização para um público fruidor contemporâneo da estética nazista presente na obra *Jogos Vorazes*, que apresenta uma nação totalitária, onde os conceitos de democracia e liberdade não existem. Em seu lugar tem-se uma divisão radical das classes sociais, onde uma minoria vive em opulência, impondo uma ditadura de miséria e fome à massa majoritária servil. O elemento principal desse controle é o uso dos meios de comunicação de massa como forma de doutrinação, tendo seu ápice através do *reality show*. Entre as diversas ressignificações dos elementos presentes em sua materialidade, que permitem uma maior tangibilidade pelo viés da intermedialidade, especialmente a trazida por meio de sua adaptação cinematográfica, seu maior paralelo se dá pela estética da Alemanha Nazista. A obra, de grande clamor popular entre o público consumidor jovem fortemente influenciado por sua narrativa, ao fim levanta questionamentos a cerca das questões relacionadas ao poder e as iminências da violência real e simbólica: ela busca alertar sobre o perigo de um regime totalitário ou a legitimar? Essas concepções permeiam a realidade, sendo as mídias instrumentos fundamentais para essa observação.

**Palavras-chave:** Intermedialidade; Jogos Vorazes; Nazismo.

---

<sup>1</sup> Mestrando em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista - UNIP, email: [je2design@hotmail.com](mailto:je2design@hotmail.com)

## **1 – Introdução ou Que a sorte esteja sempre a seu favor**

Esta pesquisa tem como foco principal compreender a intermedialidade e as ressignificações entre os elementos, contidas na teoria da materialidade, e presente na obra “Jogos Vorazes”, tanto na sua origem literária quanto especialmente de sua adaptação cinematográfica, levando em consideração uma ambiência nazista à sua materialização, permeando uma conexão com a realidade de forma mais ampla, sendo instrumento fundamental de observação da sociedade.

A obra literária ao todo é constituída de três volumes, e sua adaptação às telas planejada para ser realizada em quatro filmes. O desenvolvimento deste trabalho – abrangendo tanto o primeiro volume quanto sua adaptação cinematográfica, bem como a campanha de divulgação dessa adaptação e parte da campanha de divulgação do segundo filme – é um estudo teórico-empírico de natureza qualitativa, sendo elaborado através de pesquisa documental e análise audiovisual, mediante levantamento bibliográfico por meio de livros, vídeos, revistas, artigos e websites.

Apesar da estética totalitária nazista ser objeto de pesquisas há muitos anos, seu estudo ainda é de significativa relevância quando seus conceitos são atualizados para um público fruidor contemporâneo bem diferente de outrora, através de uma obra de grande influenciadora e abrangência, a qual somente os livros já venderam mais de 50 milhões de unidades mundialmente, sendo que somente no Brasil já ultrapassou a marca de meio milhão. Ao se acrescentar os números referentes ao cinema, somente no Brasil foram aproximadamente 1,9 milhão de espectadores. Além desses números expressivos, a obra também se mostra de grande clamor popular entre o público jovem, que se entregam à narrativa de forma a vivenciar os personagens, reinserindo elementos em seu próprio dia a dia por meio do consumo de produtos relacionados à obra.

Para tanto, entre os diversos autores referenciados, temos em especial os teóricos Müller (2012) e Gumbrecht (1998) a respeito da intermedialidade e da materialidade da comunicação, e sobre a ambiência nazista especialmente ancorada em Foucault (2010), auxiliado por Lenharo (1991).

## **2 - Intermedialidade ou Você poderia viver centenas de vidas e não merecê-lo**

É essencial iniciar conceituando o que se compreende, no contexto deste trabalho, por intermedialidade, pressuposto para um melhor entendimento do que será tratado ao seu decorrer.

Ao se tomar como fundamento elementar que a comunicação humana é a manifestação de um objeto cultural, seja este um sinal, símbolo ou signo – portanto todo e qualquer código – compreende-se então que esta comunicação é, em suma, um mecanismo de transmissão da cultura vigente (MIRANDA, 1976). Mas para que ocorra uma comunicação é necessário haver um suporte material, conforme referencia o campo não-hermenêutico (GUMBRECHT, 1998), suporte este definido como meio, ou mais especificamente mídia. Portanto, deve ser entendida a mídia como toda e qualquer estrutura pelos quais os códigos funcionam, visão compartilhada por Flusser (2008), Luhmann (2005, 2009), McLuhan (2002) e Müller (2012), os quais

permite considerar que a produção humana, incluindo o próprio homem como indivíduo socializado, é entendida como mídia<sup>2</sup>.

Para evitar o estranhamento desta conceituação devido a sua grande abrangência, é preciso sair do paradigma moderno hermenêutico, o qual entende essa produção como obra fechada em si mesmo – de contorno imaculado, circunscrito – passível apenas de simples comparação para com outra. Em vez disso, é preciso compreender, por meio da abordagem pós-moderna a qual se propõe a não-hermenêutica, o qual entende que essa produção está correlacionada e em contínuo diálogo – portanto de contorno difuso –, gerando constantes hibridizações e ressignificações mútuas, nos mais variados níveis. Com isso em vista, é importante compreender que essa produção não pode mais ser considerada neutra e isenta, não cabendo análises plenas, puramente distintas e isoladas em cada mídia. É justamente por meio desta nova concepção que se convergem os estudos da teoria da intermedialidade.

Para uma melhor compreensão, se fazem necessárias as palavras de Müller, que se relacionam de modo contundente a esta pesquisa, ao tratar da intermedialidade existente entre cinema e literatura:

Tanto para os estudos de literatura quanto para os de cinema, interessa compreender os processos de mutação, transformação, transferência, tradução, adaptação, citação, hibridação entre as duas mídias, e ainda em relação a outras mídias. Entender de que modo ambas (literatura e cinema) representam (ou deixam de representar) a realidade, ou se autorepresentam, a partir de suas relações. (MÜLLER, 2012, p. 173)

Encontra-se então, por meio da teoria da intermedialidade, um modo eficaz de estudar a experiência obtida com cada reconfiguração, no que para Gumbrecht (1998) permeiam uma conexão com a realidade de forma mais ampla, sendo as mídias instrumentos fundamentais de observação da sociedade. Lembrando que o cinema pode ser interpretado tanto como reflexo quanto sonho de uma realidade.

### **3 – A obra ou Que os Jogos Vorazes comecem**

A obra literária *Jogos Vorazes* foi escrita pela estadunidense Suzanne Collins, lançada originalmente em 2008 pela editora Scholastic, e publicada no Brasil pela editora Rocco a partir de 2010. Considerado um romance destinado a jovens adultos, é constituído por três volumes – o primeiro é simplesmente *Jogos Vorazes*; o segundo *Em Chamas*; e o terceiro *A Esperança* –, sendo que, somente no mercado norte-americano passou 300 semanas consecutivas como *best-seller* do *The New York Times*, figurando na lista dos mais vendidos da consultoria internacional Nielsen, bem como no Brasil apareceu na lista da Revista *Veja*. A obra já foi publicada em 56 países, e em 51 línguas diferentes (NIELSEN, 2012; VEJA, 2012; COLLINS, 20--?).

Estes dados corroboram aos que foram apresentados no início desta pesquisa, sobre suas vendas já estarem em mais de 50 milhões de unidades mundialmente, bem como mais de meio milhão somente no

---

<sup>2</sup>Mas é preciso observar, conforme Müller, que nem todo meio é necessariamente uma mídia, e que portanto agirá como um elemento de relação com os outros campos (MULLER, 2012, p. 223).

Brasil. Portanto não é de se estranhar que a indústria do cinema hollywoodiano aproveitasse a oportunidade de um filão desses.

O filme “Jogos Vorazes” (*The Hunger Games*, 2012) foi dirigido por Gary Ross e produzido pela *Lionsgate*, ao custo de produção total de 78 milhões de dólares. Análises estimavam que ao menos arrecadaria o dobro do seu investimento, mas este valor foi conquistado apenas no fim de semana de estreia. Ao todo, somente nos EUA o filme arrecadou mais de 407 milhões de dólares, se somando aos 283 milhões de dólares arrecadado no resto do mundo. Portanto, a produção lucrou mais de 884% seu investimento inicial (IMDB, 20--?; *The Hollywood Reporter*, 2012). Esses dados não contabilizam a venda de DVDs nem Blu-Rays, sendo o segundo mais vendido de 2012 (NIELSEN, 2012).

Conforme entrevista para a revista *The Hollywood Reporter*, é digno de nota que foi o próprio Gary Ross que se candidatou a direção e roteiro do filme, por se surpreender com a obra: “Fazia muito tempo que não tinha contato com um material que mexesse tanto com a nossa cultura quanto comigo mesmo” (Tradução própria<sup>3</sup>). Este fato se torna ainda mais contundente ao descobrir que Gary Ross, apesar de diretor indicado ao Oscar e conhecido no meio como um dos mais bem conceituados e bem pagos *Script Doctors*<sup>4</sup> de Hollywood, se candidatou a um filme que lhe pagaria entre 3 e 4 milhões de dólares – considerado uma bagatela para os padrões de Hollywood –, sendo que facilmente ganharia isso sem precisar se afastar do conforto de seu lar e família pelo prazo da produção – tudo por acreditar no potencial da obra (*The Hollywood Reporter*, 2012).

#### **4 – Enredo ou Na arena, o mais capaz vence.**

Mas para uma melhor compreensão deste trabalho, não basta apresentar apenas dados de sua produção e consumo da obra. Na impossibilidade de um contato prévio com a obra, é importante apresentar ao menos um resumo, pois apesar de sua ampla divulgação, é quase uma total desconhecida pela academia.

A história se passa em uma época futura indeterminada, e apresenta a nação de Panem, onde os conceitos de democracia e liberdade não existem. Em seu lugar tem-se uma divisão radical das classes sociais, onde a dominante impõe uma ditadura a uma massa dominada – por meio de vigilância, monitoramento, opressão e coerção – se valendo para isso de altíssima tecnologia. O elemento principal desse controle é o uso dos meios de comunicação de massa como forma de doutrinação, tendo seu ápice através do *reality show* *Jogos Vorazes*.

Panem é formada por uma poderosa cidade central, a Capital, onde uma elite minoritária vive em opulência, se entregando a todos os tipos de extravagâncias e consumismo. Entendem a si mesmos como espécie superior na hierarquia da sociedade, enquanto o resto da população, mesmo majoritária, não passa de uma massa servil, inferior, ridicularizada, domada e controlada, vivendo ao redor da capital em doze

---

<sup>3</sup> I hadn't seen a piece of material that touched the culture and moved me the same way in a very long time.

<sup>4</sup> *Script Doctors* são profissionais consultores especializados em roteiros, contratado por uma produtora para reescrever ou lapidar um roteiro, em qualquer um de seus aspectos, como estrutura, diálogos, caracterização etc.

distritos de absoluto atraso e miséria, quer seja de um ponto de vista social, quanto econômico ou político.

Os Jogos Vorazes é um evento de proporções épicas, televisionado para toda a nação, e fora criado a fim de lembrar à massa da “grande traição” que cometeram no passado: o envolvimento em uma rebelião encabeçada por um 13º distrito totalmente eliminado ao fim do levante. Para evitar a reincidência dessa insubordinação e lembrar às pessoas do seu poder, anualmente cada um dos doze distritos deve oferecer à Capital, no que é denominado Dia da Colheita, um menino e uma menina com idades entre 12 e 18 anos. Assim conhecidos como Tributos, irão para uma arena ao ar livre, devendo se digladiar até a morte, onde somente um poderá sair vitorioso.

Neste futuro distópico, é narrada a luta dos tributos do Distrito 12, Katniss [Jennifer Lawrence] e sua contraparte masculina Peeta [Josh Hutcherson], colocados contra representantes variados, alguns dos quais treinaram a vida inteira para esse momento. Ao distrito vencedor é dado o direito ao aumento na provisão de alimentos; já ao jogador vencedor é dado o mérito de se tornar um cidadão da Capital.

## **5 – Totalitarismo ou Na arena lembre-se de quem é seu verdadeiro inimigo**

Por meio dos elementos da história informadas nesse breve resumo, em uma tentativa de não revelar fatos importantes da narrativa e evitar atrapalhar uma possível fruição, não é preciso ter contato prévio com a obra em questão para apontar que esta apresenta como seu sistema político o totalitarismo, regime pelo qual o Estado

não reconhece limites à sua autoridade e se esforça para regulamentar todos os aspectos da vida pública e privada, sempre que possível. [...] Os regimes ou movimentos totalitários mantêm o poder político através de uma propaganda abrangente divulgada através dos meios de comunicação controlados pelo Estado, um partido único que é muitas vezes marcado por culto de personalidade, o controle sobre a economia, a regulação e restrição da expressão, a vigilância em massa e o disseminado uso do terrorismo de Estado. (BOTTOMORE; OUTHWAITE, 1996, p. 771-772)

Esses regimes se utilizam de expressões estéticas na forma de cultura de massa, utilizando de forma peculiar a indústria cultural e toda sua produção. Para Bottomore e Outhwaite (1996), as descrições mais contundentes sobre regimes totalitários são encontradas nas obras de ficção, sugerindo, entre outros, os romances cânones Admirável Mundo Novo (de Aldous Huxley, publicado em 1932) e 1984 (de George Orwell, publicado em 1949). Desta forma, não é de se estranhar que diversos dos elementos presentes nestas obras encontram paralelo em Jogos Vorazes, que atualiza os conceitos do gênero: se em 1984 as massas têm seu idioma extremamente simplificado para facilitar seu controle, em Jogos Vorazes esse controle é pela miséria. Já em Admirável Mundo Novo ou se é nativo do Estado, ostensivamente civilizado em uma vida de maravilhas – condicionada por meio de drogas, consumismo e cinema de massa – ou se é um selvagem, vivendo à margem; semelhante ao que ocorre em Jogos Vorazes, entre os moradores da Capital e dos

distritos. E em todas estas obras, o controle do governo é extremamente invasiva<sup>5</sup>, só sendo possível em uma sociedade de normalização (FOUCAULT, 2010).

Mas apesar dos exemplos mais contundentes destes regimes estarem na ficção, o maior paralelo que se possa fazer com Jogos Vorazes é com a realidade. Existem diversos elementos em comum para ser comparada com qualquer desses regimes ocorridos especialmente no século XX, em especial o tipo de repressão mostrado, uma espécie de segregação, poderia ser comparável ao *apartheid* sul-africano. Mas por toda a simbologia e estética envolvida, o seu maior paralelo acaba por se encontrar no totalitarismo promovido pela Alemanha Nazista (1933 à 1945), em sua busca de estabelecer um terceiro reich. Se, conforme informado, uma das características dos regimes totalitários é fazer uso de expressões estéticas na forma de cultura de massa, utilizando de forma peculiar a indústria cultural e toda sua produção, no caso do nazismo foram estabelecidas verdadeiras políticas de Estado para estética, de modo a promulgar sua ideologia, orientando a maioria, senão todos os aspectos da vida pública e privada.

## **6 – Ambiência Nazista Resignificada ou Os Jogos Vorazes continuam**

Além dos diversos elementos representativos da sociedade contidos na obra por meio do seu enredo, quando da transposição para o cinema obtém-se uma outra gama de elementos, seja por meio da cenografia – formada pela inter-relação da iluminação, sonorização e especialmente arquitetura – e do figurino – formada pela totalidade dos trajes cênicos, indumentária e acessórios –, entendidas também como mídias, são imprescindíveis para proporcionar uma eficiente ambientação e comunicação junto a abrangência de público que uma produção desse porte se propõe atingir. Deste modo, a identificação destes elementos permite uma maior tangibilidade da intermedialidade proposta neste trabalho.

Excluindo-se a arte da capa, o livro é bem mais contido e ambíguo em descrições que possam proporcionar um paralelo direto ao nazismo; já em sua transposição para as telas esse paralelo é notável na presença de forte referencial estético, desde semelhanças estruturais com os filmes de propaganda nazista da cineasta Leni Riefenstahl; passando por uma característica do nazismo alemão – o revivalismo de civilizações antigas que representam suas raízes –, visivelmente o Império Romano, mais precisamente o Sacro Império Romano-Germânico, considerado o primeiro *reich*; bem como por meio de todos os elementos presentes na campanha de divulgação do filme. Para Foucault (2010), ao vincular e deslumbrar, ao subjugar valorizando obrigações e intensificando o brilho da sua força, tal como era praticada na civilização romana, temos presente os três eixos do discurso histórico – o genealógico, a função de memorização e o de circulação de exemplos – narrando a grandeza dos acontecimentos ou dos homens do passado, se valendo de rituais e lendas, para se referenciar e influenciar um valor ao presente, buscando eternizá-lo.

---

<sup>5</sup> Outras obras referenciais também podem ser correlacionadas, destacando-se no gênero literário O Senhor das Moscas (1954) e Battle Royale (1999); e no gênero cinematográfico O Sobrevivente (1987) e O Show de Truman (1998).

Já ao primeiro contato que se tem com a obra, seja por meio do livro (capa) ou do filme (cartaz), é identificado um elemento de importância para o enredo: o broche usado pela personagem principal – um tordo – é muito semelhante ao broche utilizado pela força aérea da Alemanha Nazista (*Luftwaffe*), representada pela Águia Imperial (*Reichsadler*). Esta águia, como símbolo heráldico representava tanto o *Reich* quanto o partido nazista – conforme disposição de sua cabeça – e no filme é utilizada para representar a Capital. Como revivalismo, também era o símbolo usado para representar tanto as Legiões quanto o Império Romano (*Senatus Populusque Romanus* ou SPQR) (LENHARO, 1991).



Figura 01: Semelhança entre símbolos: A capa do romance Jogos Vorazes; o broche símbolo da obra; o broche da força aérea nazista alemã; a heráldica da Capital no filme Jogos Vorazes; heráldica nazista; heráldica romana (fotomontagem elaborada pelo autor).

Outra ressignificação presente se refere a apropriação de um dos elementos mais conhecidos: a saudação nazista (*Hitlergruß*), na qual se estende o braço direito com a mão espalmada, sendo o revivalismo direto das supostas saudações romanas (*saluto romano*) ocorridas durante cerimônias de coroação dos césares. Mas em Jogos Vorazes esse gesto se apresenta pelo braço esquerdo estendido, mostrando a mão com os três dedos do meio em riste. Na obra, inicialmente é entendido como um antigo e raro gesto usado pelo Distrito 12 geralmente em funerais, com significado de agradecimento, admiração e despedida de quem se ama (COLLINS, 2012). É preciso ressaltar que, ao fim tanto do primeiro livro quanto do filme, que este simbolismo se modifica, tornando-se símbolo de oposição, luta e revolução. É preciso lembrar que em sua origem, o partido nazista era de oposição, que objetivava revolucionar a Alemanha por meio do retorno à tradição, reconstruindo um passado de glórias.

Por ser simples e impactante, é interessante notar o fascínio que este tipo de simbolismo exerce no público, seja durante a Alemanha nazista, seja contemporaneamente por admiradores da obra – o que demonstra uma rápida apropriação, sendo noticiada seu uso por jovens torcedores norte-americanos em uma

partida oficial da liga de basquete norte-americana (HEFA, 2014), até os recentemente protestos tailandeses contra o golpe militar ocorrido no país, sendo introduzido por jovens mas também apropriado pelos mais velhos. Conforme noticiado pelo *The Bangkok Post* “tendo banido protestos públicos, os militares da Tailândia enfrentam um novo desafio: como lidar com cidadãos que fazem a saudação dos três dedos em riste como sinal de resistência ao golpe” (tradução própria<sup>6</sup>) (MACKEY, 2014). Já o *New York Post* noticiou que “os governantes militares da Tailândia (...) estão monitorando uma nova forma de resistência silenciosa ao golpe – uma saudação de três dedos retirada de ‘Jogos Vorazes’ – e vai prender aqueles em grandes grupos que ignoram os avisos para baixarem os braços” (tradução própria<sup>7</sup>) (NYPOST, 2014).



Figura 02: Semelhança entre símbolos: mão espalmada nazista; os três dedos em riste de Jogos Vorazes; Apropriação por jovens durante um jogo nos EUA; Apropriação por jovens e reapropriação pelos mais velhos em protestos contra o golpe militar na Tailândia. (fotomontagem elaborada pelo autor).

<sup>6</sup> Having banned public protests, Thailand’s military faces a new challenge: how to treat citizens who make a three-fingered salute, a sign of resistance borrowed by opponents of last month’s coup from “The Hunger Games,”

<sup>7</sup> Thailand’s military rulers said Tuesday they are monitoring a new form of silent resistance to the coup — a three-fingered salute borrowed from “The Hunger Games” — and will arrest those in large groups who ignore warnings to lower their arms.



Não se pode ignorar a utilização de planos de câmera que criam uma exaltação à Capital, a imponência da sua arquitetura, bem como a celebração da magnificência de seu povo, muito semelhantes a desenvolvida pela cineasta da propaganda nazista alemã Leni Riefenstahl em sua obra “Triunfo da Vontade” (1934). De igual modo, os tributos são apresentados assim como em “Olimpíadas e Mocidade Olímpica” (1936) com um ar de tragédia heroica e romântica, inspirada na mitologia guerreira nórdica, exaltando esses gladiadores (LENHARO, 2003). Desta forma é digno de nota a que os tributos são apresentados conduzidos por *bigas* – carro de guerra da antiguidade, com duas rodas e movido por cavalos, muito utilizado em competições durante o Império Romano – como em um desfile de beleza, cada candidato com vestes de luxo representativas de seus distritos.

É assim que o nazismo vai reutilizar toda uma mitologia popular, e quase medieval, para fazer o racismo de Estado funcionar numa paisagem ideológico-mítica que se aproxima daquela das lutas populares que puderam, em dado momento, sustentar e permitir a formulação do tema da luta das raças. (FOUCAULT, 2010, p. 69)

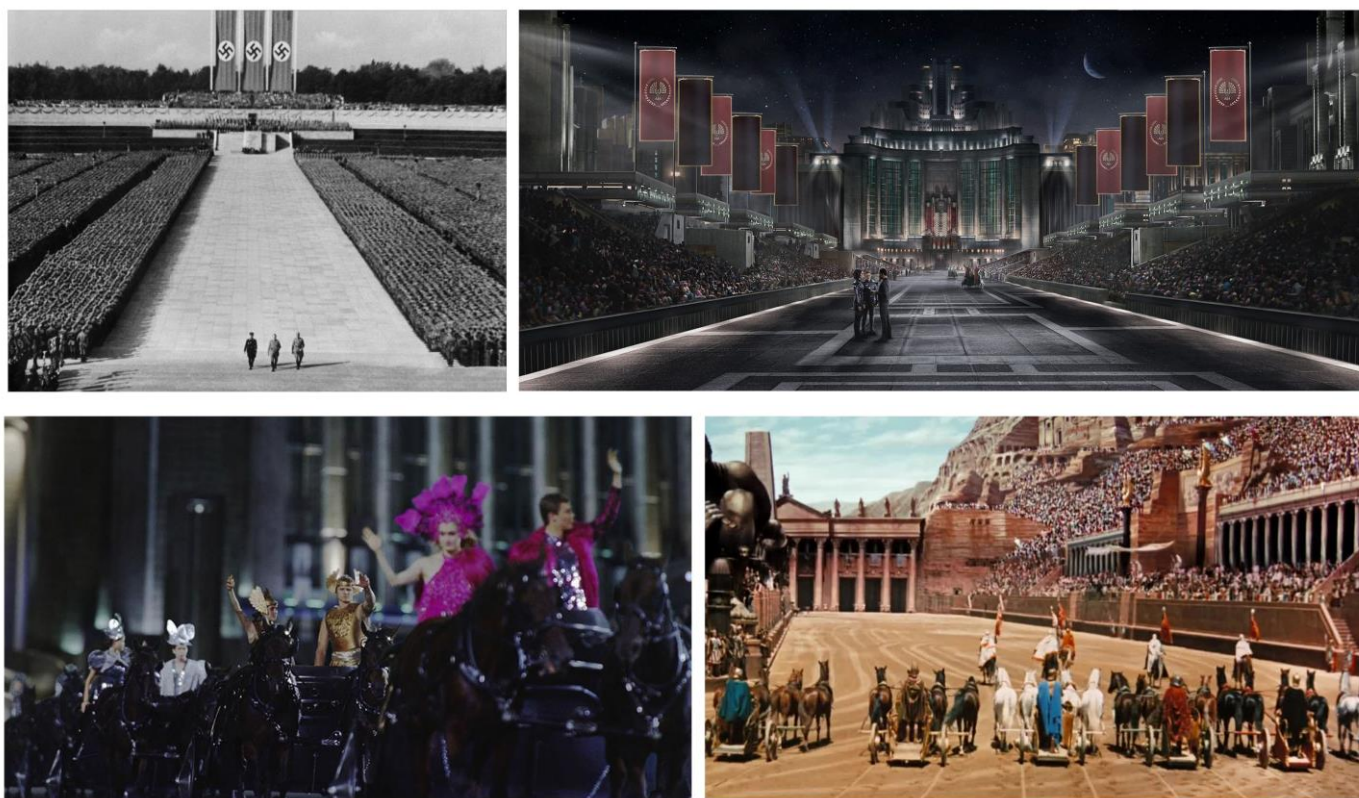


Figura 03: Semelhança entre as obras Triunfo da Vontade e Jogos Vorazes; O desfile dos tributos em bigas Jogos Vorazes, e o desfile de bigas para competição no filme Bem-Hur de 1959 (fotomontagem elaborada pelo autor).

Dando continuidade, ao se adentrar um pouco mais no figurino, o filme se apresenta como perfeito exemplo de como a moda também é comunicação de poder, com seu valor de troca simbólico e passível de discriminante de classe (DEBORD, 1997). Isto pode ser facilmente constatado ao se observar o quanto a massa servil vive em péssimas condições de vida, compatíveis ao início da revolução industrial, sendo basicamente desprovida de valor de troca simbólico – representativo fiel de sua miséria. Já por outro lado, a elite da Capital alcançou um grau de estetização do cotidiano, no qual esse valor de troca é puro excesso, tendo sua realidade verdadeiramente transformada em imagem – representativo compatível com sua plena

opulência. Portanto tem se uma fronteira do status social bem dividida pela moda presente na obra. “As roupas, como artefatos, “criam” comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes” (CRANE, 2006, p.22).



Figura 04: Contraponto do filme Jogos Vorazes entre o figurino da elite cidadã da Capital e dos moradores dos distritos – no caso jovens candidatas a tributos (fotomontagem elaborada pelo autor).

Não é incomum a transposição contemporânea do conceito dos combates entre gladiadores, em arenas rodeadas por espectadores, para os esportes atuais – seja em uma partida de futebol (disputada em estádios, alguns renomeados de arenas), pelo boxe (e seu ringue) e mais atualmente no MMA (e seu octógono), entre tantos outros esportes de contato. Mas o expoente mais próximo ao encontrado na obra Jogos Vorazes seria o *reality show* TUF (*The Ultimate Fighter*). Inclusive na obra, conforme o desenrolar do personagem durante os Jogos, este pode receber patrocínios, que o auxiliarão durante a competição – o que não destoia do da grande maioria dos esportes de hoje em dia. Por mais que o exemplo de competição mostrado na obra possa ser considerado um absurdo para os padrões atuais, guardadas as devidas proporções, não soa tão irreal assim, ainda mais se levado em conta sua existência em uma sociedade de normalização, e extremamente disciplinar quanto a do regime nazista, uma sociedade que generalizou absolutamente o direito soberano de matar.

Se o poder de normalização quer exercer o velho direito soberano de matar, ele tem de passar pelo racismo. E se, inversamente, um poder de soberania, ou seja, um poder que tem direito de vida e de morte, quer funcionar com os instrumentos, com os mecanismos, com a tecnologia da normalização, ele também tem de passar pelo racismo. É claro, por tirar a vida não entendo simplesmente o assassinio direto, mas também tudo o que pode ser assassinio indireto: o fato de expor à morte, de multiplicar para alguns o risco de morte ou, pura e simplesmente, a morte política, a expulsão, a rejeição, etc. (FOUCAULT, 2010, p. 216)

## 7 – Mercado ou De que outra forma poderia me orientar neste mar de cinzas?

A última obra de tamanho clamor entre jovens havia sido Crepúsculo, do qual predominava o público feminino. Em vez disso, Jogos Vorazes atrai na mesma medida ambos os sexos. E as oportunidades de monetização e merchandising têm sido abundantes. Enquanto grandes estúdios tendem a se afastar das ações de marketing mais tradicionais, a *Lionsgate* as abraçou, distribuindo 80 mil pôsteres, anunciando em 3 mil outdoors e abrigos de ônibus, além de 50 capas de revistas. Mas o elemento principal da campanha se deu online, construída ao redor de um ano em torno das plataformas de conteúdo de maior audiência do público jovem. Portanto foi criado e atualizado assiduamente contas no *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*; um canal do *YouTube*; um *blog* no *Tumblr*; um *website*; videojogos para dispositivos móveis; além da transmissão ao vivo da *premiere* do filme pelo portal Yahoo (BARNES, 2012).

Dados não oficiais estimam que para a divulgação do filme, somente nos EUA foi investido aproximadamente 45 milhões de dólares. Para se ter uma ideia da amplitude durante a campanha de divulgação de Jogos, somente durante as primeiras 24 horas da divulgação do primeiro trailer já haviam sido realizadas 8 milhões de visualizações, viralizando através do *Twitter*, se tornando número 1 nos *trending topics* mundiais. E como não podia ser diferente, todo esse alvoroço em torno do filme também alavancou as vendas dos livros.

Em parceria com o grande portal de vendas online *cafepress.com*, foi elaborada a loja oficial de Jogos Vorazes, contendo aproximadamente 5 mil produtos à venda. Essa loja segue basicamente os moldes de um comércio eletrônico tradicional, vendendo pôsteres, pingentes, camisetas, chaveiros, *bottons*, porta-celular, relógio, maleta, marcadores de páginas, roupa de cama, etc. Sua maior diferenciação está na possibilidade de que fãs desenvolvam alguns dos produtos e ponham à venda. Somente a venda do pingente gerou uma receita de mais de 15 milhões de dólares, durante o primeiro filme.

Mas os fãs querem mais do que apenas mercadorias derivadas: eles querem encarnar os personagens. Em algum momento o público consumidor tentará incluir ao seu dia-a-dia a inspiração que a tela lhe causou. Nada melhor para isso que a moda, pois não é de hoje que o cinema influencia a moda, bem como é inspirada por ela. Para o Diretor de Marketing da *Lionsgate*, Tim Palen, “no mundo de Jogos Vorazes, uma das formas que a Capital define a si mesmo é através da moda” (BARNES, 2012). É aí que mora a grande jogada da campanha de divulgação do filme: por meio do *website* “*TheCapitol.pn*” e do *tumblr* “*CapitolCouture.pn*”.

O *website* “*TheCapitol.pn*”, foi construído com todos os elementos para simular um portal oficial de

uma nação, como se não fosse ficcional. Para aumentar essa verossimilhança, foi utilizada uma extensão com código oficial de abreviação de nações totalmente ficcional “*pn*”, representando que esse site é oriundo da nação de Panam<sup>8</sup>. Neste site para se ter uma experiência completa o usuário deve se registrar como sendo um cidadão de Panem (seja por meio de uma conta do *Facebook* ou do *Twitter*). Após completar esse processo torna-se cidadão de um dos distritos, recebendo uma carteira de identidade digital ficcional, como se verdadeiro morador da nação. O *website*, totalmente em português, é o perfeito exemplo institucional, alardeando a propaganda e o *status quo* de uma nação, elaborado de modo muito realista, contendo elementos como “Aprovado pelo Ministério de Informação da Capital”, vídeos da TV oficial da capital, textos de união e coesão, discursos etc. E inclusive está disponível totalmente em português. Com isso, mais de 800 mil pessoas se registraram e receberam sua identidade durante o primeiro filme (BARNES, 2012).

Ao mesmo tempo, o *tumblr* “*CapitolCouture.pn*” se tornou a plataforma perfeita da *Lionsgate*, permitindo não apenas um lugar para divulgação dos produtos de seus parceiros, mas um lugar onde atrelá-los. Seu desenvolvimento permitiu evitar produtos ou patrocínios desconectarem os fãs, e em vez disso, aumenta sua imersão com o ambiente da história. *Capitol Couture* é mais que um portal pseudo-fictício de moda – a moda da Capital –, se tornando uma experiência incomparável para ambos fãs da franquia e obcecados por moda, onde o fruto de parcerias com diversos estilistas badalados são apresentados. E pseudo-fictício porque suas criações começaram a ser comercializadas como coleções cápsulas oficiais.

Um dos fundamentos das estratégias do marketing é trabalhar em cima da oferta e demanda, pois “as empresas devem medir não apenas quantas pessoas desejam seu produto, mas também quantas efetivamente estão *dispostas e aptas* a adquiri-lo” (KOTLER; KELLER, 2000, p. 33 – grifo no original). Ao se valer do conceito de limitar a oferta para tirar vantagem de uma demanda que tende a crescer, se adapta perfeitamente ao conceito do mercado da moda de “Coleção Capsula”, tendência que vem se firmando anualmente, impulsionando as vendas para um público imediatista e consumista. Uma coleção cápsula é a denominação dada a uma coleção composta por um número básico de peças, muitas vezes lançadas em ocasiões especiais e por meio de inovadoras colaborações – no caso em questão, o sucesso do filme *Jogos Vorazes*.

A coleção *Capitol Couture* por *Net-A-Porter*, a varejista global de comércio eletrônico de moda luxuosa, é composta por 19 peças baseadas no vestuário do filme, entre casacos, vestidos, joias e roupas de ginástica. É vendido exclusivamente através do site da varejista a preços que variam de 95 dólares à 1288 dólares.

Já a marca britânica Lucas Hugh, especializada em roupas esportiva femininas de luxo vende exatamente o mesmo vestuário de treino dos personagens do filme. São calças, jaquetas, tops entre outras, feitas de tecidos leves e maleáveis, com bolsos estrategicamente escondidos e áreas de ventilação, detalhes que, em vez de facilitarem o combate fictício, existem para facilitar o “combate” presente na realidade dos

---

<sup>8</sup> Todos os domínios oficiais de qualquer nação possuem como extensão final seu código de abreviação internacional – no Brasil é usado *.br*, nos EUA é *.us* – sendo isto denominado domínio de primeiro nível ou TLD (*top level domain*).

seus fãs, como a ida à academia.

As joias também não foram deixadas de lado, ficando a cargo da mestra joalheira dinamarquesa Maria Black, que desenvolveu anéis, braceletes, brincos e algemas de orelha e colares em ouro, prata oxidada entre outros materiais valiosos, a preços que variam entre 135 dólares a 400 dólares.

Ao fim da campanha de divulgação do primeiro filme, a *Lionsgate* fechou um contrato de exclusividade com a *CoverGirl*, braço da gigante *Procter & Gamble* especializada em maquiagem. A coleção *Capitol* é uma linha especial de maquiagem com kits representativos para cada um dos doze distritos, consistindo em rímel, gloss, esmaltes e adesivos para unhas, criando uma camada adicional de beleza à narrativa e inspiração para os fãs.

Até mesmo os cílios postiços utilizados no filme são comercializados. Realizados pela inglesa *Paperself*, especializada em cílios de papel reciclado, inspirados na arte do corte de papel chinês e nas rendas francesas do século XIX.

Toda essa miríade de produtos tem tudo para continuar vendendo muito, se depender da pesquisa realizada pela consultoria internacional *Exponential Interactive Inc.* que analisou o comportamento dos fãs da obra *Jogos Vorazes*, entre o lançamento do primeiro e do segundo filme, com maior ênfase às vésperas do segundo. A metodologia utilizada foi a coleta e análise de um tráfego de 2 bilhões de dados diários, do comportamento online de milhares de fãs da obra *Jogos Vorazes* – em torno de 46.200 fãs do Reino Unido, 141.075 fãs dos EUA e 12.466 da Austrália. Como visto, é sabido do enorme sucesso do filme, especialmente com seu jovem público fiel, ávido para consumir produtos relacionados. A pesquisa deixou claro que estes fãs adoram comprar acessórios de vestuário online. Em comparação com a média mundial dos usuários de internet, os fãs estadunidenses se mostraram 21 vezes mais propensos, os australianos 10 vezes mais, e os britânicos 6 vezes mais. Também confirmaram que para fãs da obra, os produtos de beleza encabeçam as listas de compras. Em comparação com o usuário comum da internet, esse dado é 20 vezes maior nos EUA, 14 vezes maior no Reino Unido e 9 vezes na Austrália. Basicamente metade dos fãs de *Jogos Vorazes* são do sexo masculino, o que refletiu em quase todas as categorias dos dados obtidos, demonstrando que estes são consumidores tão ávidos por produtos quanto o feminino, mas sem possuírem a mesma variação de produtos à disposição. Também se destacou interesse parentais, seja por roupas, utensílios e produtos infantis (MCINTOSH, 2013).

Um outro fator muito significativo sobre a influência da obra *Jogos Vorazes* no mercado se dá indiretamente. Por exemplo, a academia estadunidense *New York Sports Club* desenvolveu um circuito de treinamento inspirado no próprio filme. A ideia é praticar como os personagens do filme, e os bem sucedidos recebem como recompensa inclusive um pingente igual ao da protagonista (Revista *Glamour*, 2013). Também a gigante dos tecidos *Lycra* incluiu em seu catálogo de referência *Moda Praia Verão 2015* releituras de obras do cinema, dentre elas *Jogos Vorazes*, como fonte de inspiração para suas cores, estampas, estilos e designs (SINDITEXTIL, 2014). Ao definir seu produto baseado em *Jogos Vorazes*, a empresa acredita que

A mistura do mundo dos esportes e fitness na praia está cada vez mais forte e é uma das tendências mais comerciais da estação. Este mix traz uma cara futurista à moda praia, com tops hiper trabalhados. As estampas são fractais e com um toque do futuro. Tecidos com aspecto mais tecnológico ganham destaque. (LYCRA, 2013)

Mas a maior influência está ocorrendo em uma quebra de paradigma do mercado de consumo. Por muito tempo foi tido como regra que o protagonismo feminino não gera o mesmo retorno financeiro quanto o masculino, adquiridas especialmente por meio do merchandising de brinquedos. Este assunto gera acaloradas discussões, seja no mercado de videogames, de histórias em quadrinhos etc. E como reflexo, encontramos bem visível duas situações distintas: a diferenciação bem delimitada de produtos entre os gêneros masculino e feminino; quanto uma falha nas tentativas em retratar protagonistas mulheres, que não passam de uma adaptação do arquétipo masculino "travestido", não representando e nem ocasionando uma identificação para o público feminino.

Mas esta visão não reflete a realidade da sociedade atual, onde diariamente os gêneros alcançam um novo patamar em busca da igualdade, onde o protagonismo feminino existe, seja como CEOs e chefes de estado, ou como chefes de família. O público está mudando, o mercado se adaptando e conseqüentemente esta identificação também. E a obra *Jogos Vorazes* é uma das expoentes atuais desta mudança conceitual sobre o protagonismo feminino. Para Stout e Harris (2014), as heroínas das meninas estão mudando rapidamente, estão abandonando as bonecas como brinquedo preferido, e para muitas dessas meninas a mudança culminou com a chegada de Katniss, protagonista de *Jogos Vorazes*. A indústria está lutando para não ficar para trás, comercializando uma linha mais competitiva de brinquedos e armas para meninas – inspiradas em heroínas guerreiras como Katniss.

A seguindo esse pensamento é interessante perceber que a obra também aqueceu o mercado de arqueria<sup>9</sup>, a popularizando principalmente entre as garotas, com fornecedores de equipamentos esportivos afirmando grande aumento nas vendas desde a estreia do filme. Para a *CEO* da *USA Archery* o crescimento após o filme pegou a maioria de surpresa (HOOD, 2013). O *Los Angeles Times* relata que as vendas de equipamentos aumentaram mais de 20% em 2011, de acordo com a *Archery Trade Association*, a organização dos fabricantes, varejistas, distribuidores, representantes comerciais de arqueria (HSU, 2012). Já o *United States Olympic Committee*, o comitê olímpico estadunidense, viu seus associados passarem de 4.185 em 2011 para 8.589 em 2013 – um crescimento de 105% em dois anos. Um crescimento considerável também ocorreram nos clubes de arqueria bem como na participação em torneios (USA Archery, 2013).

## **Considerações Finais**

Apesar de todo a euforia vista pelo consumo gerado em torno da obra *Jogos Vorazes*, seja por produtos de beleza, de moda luxuosa, ou de um simples pingente, o ano de 2014 poder ser lembrado como importante

---

<sup>9</sup> Esta ascensão é especialmente estimulada por uma onda de filmes de grande sucesso com protagonistas arqueiros, começando por *Legolas* (Trilogia *O Senhor dos Anéis*, 2001-2003), passando por *Avatar* (2009) e filmes inspirados na mitologia grega - *Percy Jackson e o Ladrão De Raios* (2010), *Imortais* (2011) e *Duelo de Titãs* (2010) – e mais recentemente pela animação *Valente* (2012) e o filme *Os Vingadores* (2012). Mas o maior responsável parece ser realmente a obra *Jogos Vorazes*, inclusive devido a sua literatura.

marco do avanço da extrema direita na Europa, mais especificamente tendo no Parlamento Europeu, pela primeira vez, representações de partidos com formação fascista ou neonazista. São partidos que abertamente se definem como ultra-nacionalistas, racistas e xenófobos, contrários ao integrismo dos seus países à União Europeia. Por diversos fatores, os espaços para estas dinâmicas eleitorais só foram possíveis devido a brecha deixada por níveis altíssimos de abstenção por toda a Europa, reflexo de uma apatia em relação à política e a conjuntura econômica atual.

Diante dessas emergências, para esta pesquisa é digno de atenção o Partido Jobbik da Hungria, que surpreende por ser constituído basicamente por homens jovens de classe média alta, dos quais muitos universitários. Preocupantemente esta situação remete a outra obra cinematográfica, o filme *A Onda* (Die Welle, 2008), que narra os acontecimentos quando um professor tenta demonstrar aos seus alunos que eles poderiam ser partidários de um regime nos moldes do nazismo, mesmo com todo os seus conhecimentos históricos, ao botar em prova o vazio de identidade com o qual a juventude sofre, o consumismo desenfreado, a ausência de objetivos coletivos e o desinteresse pela política.

Apesar de ser uma história fictícia, ela é fortemente respaldada por acontecimentos reais, o que nos permite lembrar dos diversos problemas de desigualdade que nos rodeia, o qual podemos questionar o quanto a realidade presente em *Jogos Vorazes*, de certo modo já não está ocorrendo. Atualmente a ONU estima que um total de 842 milhões de pessoas sofrem de fome crônica. São indivíduos que não obtém regularmente alimento suficiente para uma vida saudável e ativa. Destes, são estimadas 162 milhões de crianças com riscos no desenvolvimento cognitivo e físico devido a esta forma crônica de desnutrição. (United Nations - UN, 2014). Já entre 1980 e 2010, a desigualdade econômica cresceu em 15 dos 16 países membros da OECD, enquanto que os países não-membros notoriamente possuem taxas de desigualdade maiores, mas dados sugerem que na América Latina houve diminuição, enquanto aumentou na Ásia e permanece muito alto na África do Sul (Organisation for Economic Cooperation and Development - OECD, 2014). Em dados obtidos pela Federação Estadunidense do Trabalho, mostrou-se que do total de ganhos entre 2009 à 2012, 95% ficaram nas mãos da parcela mais rica da população, de 1%, que anualmente ficam mais ricos, enquanto a renda familiar média caiu 8% desde 2000 (American Federation of Labor and Congress of Industrial Organizations - AFL-CIO, 2013).

Essa relação ajuda a compreender a preocupação deste trabalho com essa iminência de violência real, e a sua “verossimilhança” pela violência simbólica encontrada na obra cinematográfica. Portanto, com tudo isto que se apresenta, pode-se levar a um questionamento: seria a obra *Jogos Vorazes* uma tentativa de avisar ao seu público fruidor – uma juventude já distante dos acontecimentos originários da sociedade nazista, muitas vezes apática às questões sociais e políticas contemporâneas, a não ser relativo a questões consumistas – sobre o perigo de permitir que o sistema atual se transforme em um pesadelo totalitário? Ou indo além, seria uma forma de preparar terreno para uma possível validação ou legitimação desse sistema?

Vislumbra-se por meio desta campanha massiva de divulgação da obra *Jogos Vorazes* a possibilidade de simular a materialidade da propaganda de um regime totalitário, nos moldes dos existentes no século XX,

mas totalmente transposto e atualizado para a nossa contemporaneidade. Apenas um vislumbre dessa validação estética voltada ao poder por meio dos avanços nas técnicas e tecnologias, seja de impressão, fotografia, vestuário, arquitetura e design etc. bem como dos meios de comunicação inexistentes como a internet, e a mobilização bem como comoção que ocasionam.

Estes questionamentos perniciosos podem ficar em aberto, pois não cabe a este trabalho essa hercúlea tarefa de averiguar e comprovar se a obra possui esse entendimento de servir de mensageira de advertência ou legitimação dessa estética. Salvo outrossim, a existência de uma apropriação e transposição para o mundo real de alguns elementos simbólicos, pelos admiradores da obra, bem como averiguar a transposição de uma obra influenciada para uma obra influenciadora.

O que cabe a este trabalho, após tudo que fora apresentado, é inegável a existência de ressignificações presentes na obra *Jogos Vorazes*, tanto de sua mídia original – a literatura – quanto para o cinema. De igual modo é possível perceber a ambiência de elementos da estética totalitária nazista, também ressignificados quando atualizados para a contemporaneidade. E também cabe o questionamento sobre a verdadeira importância do consumo dos produtos derivados dessa obra, diante da ainda enorme e absurda desigualdade e miserabilidade que se espalha mundialmente, como uma epidemia.

Este trabalho está longe de esgotar a obra *Jogos Vorazes*, rica em simbolismos, servindo como escopo inicial para que ajam futuras pesquisas neste universo tão rico, mas até agora pouco (ou nada) explorado pela academia.

## Referências bibliográficas

A **Onda**. Direção: Dennis Gansel. São Paulo: Paramount Pictures, 2008. DVD (107 min.), son., color., legendado.

AFL-CIO. **The Hunger Games Are Real**. EUA, 2013. Disponível em: <<http://www.aflcio.org/Blog/Political-Action-Legislation/The-Hunger-Games-Are-Real>>. Acesso em 27 junho 2014.

BARNES, Brooks. How ‘Hunger Games’ Built Up Must-See Fever. **New York Times**. 18 mar. 2012. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2012/03/19/business/media/how-hunger-games-built-up-must-see-fever.html>>. Acessado em: 24 jun. 2014.

BOTTOMORE, Tom; OUTHWAITE, William. **Dicionário do pensamento social do século XX**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996. 990p.

COLLINS, Suzanne. **Jogos Vorazes**. Rio de Janeiro: Rocco, 2010. 400p.

COLLINS, Suzanne. Disponível em: <<http://www.suzanecollinsbooks.com>>. Acesso em: 07 jul. 2014.

CRANE, Diana. **A Moda e seu Papel Social**. São Paulo: Ed. SENAC, 2006. 532p.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. 240p.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008. 210p.

FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. 269p.



GLAMOUR. Arco, luta e força: o verdadeiro “Jogos Vorazes” existe! 2013. Disponível em: <<http://revistaglamour.globo.com/Lifestyle/noticia/2013/11/arco-luta-e-forca-o-verdadeiro-jogos-vorazes-existe.html>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

GUMBRECHT, Hans Ulrick. **Modernização dos sentidos**. São Paulo: Editora 34, 1998. 320p.

HEFA, Kiran. Josh Hutcherson Gets Hunger Games Salute at Kentucky Louisville Game. **People.com**. 02 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.people.com/people/article/0,,20771457,00.html>>. Acesso em: 24 jun. 2014.

HOOD, Grace. More Girls Target Archery, Inspired By 'The Hunger Games'. **National Public Radio**. 27 nov. 2013. Disponível em: <<http://www.npr.org/2013/11/27/247379498/more-girls-target-archery-inspired-by-the-hunger-games>>. Acesso em: 24 jun. 2014.

HSU, Tiffany. Interest in archery shoots up with 'Hunger Games' mania. **Los Angeles Times**. 21 mar. 2012. Disponível em: <<http://articles.latimes.com/2012/mar/21/business/la-fi-archery-hunger-20120322>>. Acesso em: 21 jun. 2014.

JOGOS VORAZES. Direção: Gary Ross. São Paulo: Paris Filmes, 2012. Blu-Ray (142 min.), son., color., legendado.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. Pearson Education: São Paulo, 2000. 794p.

LENHARO, Alcir. **Nazismo** – “o triunfo da vontade”. São Paulo: Ática, 2003. 93p.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005. 200p.

\_\_\_\_\_. **Introdução à teoria dos sistemas**. Petrópolis: Vozes, 2009. 416p.

LYCRA. Marca LYCRA apresenta tendências Moda Praia Verão 2015. 2013. Disponível em: <[http://www.lycra.com/la\\_po/webpage.aspx?id=609&contentid=1917&cat=0&web=20&pg=1](http://www.lycra.com/la_po/webpage.aspx?id=609&contentid=1917&cat=0&web=20&pg=1)>. Acesso em: 22 jun. 2014.

MACKEY, Robert. Thai Protesters Flash ‘Hunger Games’ Salute to Register Quiet Dissent. **The New York Times Company**. 02 jun. 2014, Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2014/06/03/world/asia/thai-protesters-flash-hunger-games-salute-to-register-quiet-dissent.html>>. Acesso em: 22 jun. 2014.

MCLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem. São Paulo: Cultrix, 2002. 408 p.

MCINTOSH, Cassandra. 4 controversial Hunger Games marketing choices: is Lionsgate playing with fire? 2013. Disponível em: <<http://blog.exponential.com/2013/12/18/4-controversial-hunger-games-marketing-choices-is-lionsgate-playing-with-fire/>>. Acessado em: 20 jun. 2014.

MIRANDA, Orlando. **Tio Patinhas e os mitos da comunicação**. São Paulo: Summus Editorial, 1976. 184 p.

MÜLLER, Adalberto. **Linhas imaginárias**: poesia, mídia, cinema. Porto Alegre: Sulina, 2012. 231p.

NIELSEN. Nielsen Tops of 2012 Entertainment. 12 dez. 2012. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2012/nielsen-tops-of-2012-entertainment.html>>. Acesso em: 22 jun. 2014.

NYPost.com. Thai military to crack down on rebels hunger games salute. 03 jun. 2014. Disponível em: <<http://nypost.com/2014/06/03/thai-military-to-crack-down-on-rebels-hunger-games-salute/>>. Acessado em: 22 jun. 2014.

OECD. **Factbook 2014**: Economic, Environmental and Social Statistics. Paris, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/factbook-2014-en>>. Acesso em 23 jun. 2014.

**Olympia**. Direção: Leni Riefenstahl. Alemanha: 1936. 217min. Disponível em: <<http://youtu.be/nzmIvJMjRWE>>. Acesso em: 20 de mar. 2014.

PAECH, Joachim. **The Intermediality of Film**. Acta Universitatis Sapientiae film and media studies journal, vol. 4, 2011, p.7–21. Disponível em: <<http://www.acta.sapientia.ro/acta-film/C4/Film4-1.pdf>>. Acessado em: 13 abr. 2014.

SINDITEXTIL, De Hitchcock a Jogos Vorazes o cinema inspira catálogos da Lycra. 2014. Disponível em: <<http://www.sinditextilsp.org.br/index.php/materias/item/1205-de-hichtcock-a-jogos-vorazes-o-cinema-inspira-cat%C3%A1logos-da-lycra>>. Acesso em: 22 jun. 2014.

STOUT, Hilary; HARRIS, Elizabeth. Meninas têm novas heroínas e abandonam as bonecas como brinquedo preferido. **Zero Hora**. 29 mar. 20014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2014/03/meninas-tem-novas-heroinas-e-abandonam-as-bonecas-como-brinquedo-preferido-4460349.html>>. Acesso em: 21 jun. 2014.

**Triumph des Willens**. Direção: Leni Riefenstahl. Alemanha: 1934. 114min. Disponível em: <<http://youtu.be/b0kwnLzFMIs>>. Acesso em: 17 de mar. 2014.

UN. **The Millennium Development Goals Report 2014**. New York, 2014. Disponível em: <<http://mdgs.un.org/unsd/mdg/Resources/Static/Products/Progress2014/English2014.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

USA Archery. Archery Catching Fire Faster Than Ever Thanks To Pop Culture Boost. **United States Olympic Committee**. 19 nov. 2013. Disponível em: <<http://www.teamusa.org/News/2013/November/19/Archery-Catching-Fire-Faster-Than-Ever-Thanks-To-Pop-Culture-Boost>>. Acesso em: 21 jun. 2014.

VEJA. 'Jogos Vorazes' assume a liderança na lista dos mais vendidos. 29 mar. 2012. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/jogos-vorazes-lidera-lista-de-livros-mais-vendidos-no-brasil>>. Acesso em: 20 jun. 2014.