



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

IURI GOMES MATIAS

**A ESPERANÇA:
O PAPEL DAS REPRESENTAÇÕES DE MARKETING POLÍTICO NA
CONSTRUÇÃO DA DISTOPIA DE PANEM**

FORTALEZA

2025

IURI GOMES MATIAS

A ESPERANÇA:
O PAPEL DAS REPRESENTAÇÕES DE MARKETING POLÍTICO NA CONSTRUÇÃO
DA DISTOPIA DE PANEM

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. João Flávio Menezes Amaral.

Aprovado em: __/__/__.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. João Flávio Menezes Amaral (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Márcio Moreira dos Santos Filho
Centro Universitário Maurício de Nassau (Uninassau)

Prof. Me. Pedro José Arruda Brandão
Universidade Federal do Ceará (UFC)

“A neve pode cair, mas o sol também nasce.”

(Collins)

AGRADECIMENTOS

Ao meu marido, Fabricio, que além de ser o grande amor da minha vida, é meu melhor amigo. Agradeço por ele estar presente e manter minha cabeça erguida quando eu pensei em desistir. Aguentar meu mau humor e me ajudar a espairecer a mente quando meus pensamentos estavam confusos e sobrecarregados.

Ao meu orientador, Professor Doutor João Flávio Menezes Amaral, que aceitou entrar nessa jornada no meio do caminho e me guiou com maestria à linha de chegada.

À minha grande amiga de infância Me. Ana Carolina Pereira da Costa, que me auxiliou na revisão ortográfica e das regras ABNT desta monografia.

Aos membros da banca Professor Mestre Pedro José Arruda Brandão e Professor Doutor Márcio Moreira dos Santos Filho (a quem também agradeço pelas orientações iniciais desta monografia), por aceitarem ler, analisar e avaliar esta monografia.

À Universidade Federal do Ceará e ao corpo docente do curso de Comunicação Social — Publicidade e Propaganda, por proporcionar um ambiente de aprendizado e desenvolvimento através das metodologias diversas que tive o prazer de viver durante meus anos de graduação.

RESUMO

Esta monografia analisa a obra *A Esperança*, de Suzanne Collins, terceiro volume da trilogia *Jogos Vorazes*, sob a perspectiva da comunicação, do marketing político e da propaganda como elementos estruturantes da narrativa distópica da obra. Partindo dos conceitos de utopia e distopia, o trabalho investiga como a obra constrói uma sociedade marcada pelo controle ideológico, pela manipulação simbólica e pela espetacularização da política, estabelecendo paralelos com práticas reais de propaganda política. O objetivo central é compreender de que maneira as estratégias de marketing político e propaganda são representadas na narrativa e como elas influenciam tanto o desenvolvimento do enredo quanto a construção da protagonista Katniss Everdeen enquanto símbolo político. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, fundamentada na análise narratológica da obra, examinando elementos como enredo, personagens, espaço, tempo e narrador, articulados a referenciais teóricos do marketing político e da propaganda. Esta monografia demonstra que, ao longo da narrativa, Katniss é instrumentalizada por diferentes forças políticas antagônicas, sendo transformada em produto comunicacional e ferramenta de mobilização das massas. Por fim, esta monografia conclui que *A Esperança* evidencia criticamente que, mesmo em discursos que se apresentam como libertadores, os mecanismos de manipulação, controle simbólico e propaganda permanecem ativos, reforçando a lógica distópica da obra e problematizando as relações entre poder, comunicação e política.

Palavras-chave: Distopia; Marketing político; Propaganda política; Manipulação de massas; Jogos Vorazes.

ABSTRACT

This monograph analyzes the novel *Mockingjay*, by Suzanne Collins, the third volume of *The Hunger Games* trilogy, from the perspective of communication, political marketing, and political propaganda as structuring elements of its dystopian narrative. Based on the concepts of utopia and dystopia, the study investigates how the work constructs a society marked by ideological control, symbolic manipulation, and the spectacularization of politics, establishing parallels with real-world practices of political propaganda. The central objective is to understand how political marketing and propaganda strategies are represented within the narrative and how they influence both the development of the plot and the construction of the protagonist Katniss Everdeen as a political symbol. The research adopts a qualitative approach, grounded in narratological analysis, examining elements such as plot, characters, space, time, and narrator, articulated with theoretical frameworks from political marketing and propaganda studies. This monograph demonstrates that, throughout the narrative, Katniss is instrumentalized by opposing political forces, being transformed into a communicational product and a tool for mass mobilization. Finally, it concludes that *Mockingjay* critically reveals that, even within discourses presented as liberating, mechanisms of manipulation, symbolic control, and propaganda remain active, reinforcing the dystopian logic of the work and problematizing the relationships between power, communication, and politics.

Keywords: Dystopia; Political marketing; Political propaganda; Mass manipulation; The Hunger Games.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 01 - Controle distópico.....	17
Ilustração 02 - Pirâmide da estrutura do discurso político.....	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Definições de termos.....	16
Tabela 02 - Momentos fundamentais do enredo em A Esperança.....	51

LISTA DE ABREVIATURA DE SIGLAS

AIDA Atenção, Interesse, Desejo, Ação.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. QUADRO TEÓRICO.....	15
2.1 Utopia e Distopia.....	15
2.2 Narratologia.....	20
2.3 Marketing Político.....	22
2.4 A Propaganda Política.....	33
2.4.1 As leis da propaganda segundo Bartlett.....	36
3. ANÁLISE DA OBRA A ESPERANÇA.....	38
3.1 Marketing Político, Propaganda Política e A Esperança.....	38
3.1.1 Símbolos em A Esperança: o tordo e a rosa.....	38
3.1.2 Construção imagética planejada.....	40
3.1.3 O método AIDA (Atenção, Interesse, Desejo, Ação).....	43
3.1.4 Segmentação de mensagens.....	45
3.1.5 Manipulação pela dor coletiva.....	46
3.1.6 Comunicação Integrada.....	47
3.1.7 Gestão da imagem em crise.....	48
3.1.8 A desconstrução do mito político: Presidente Snow e Presidente Coin como dois lados da mesma moeda.....	50
3.2. A Distopia em “A Esperança”.....	51
3.3 Análise Narrativa da Obra “A Esperança”.....	53
4. CONCLUSÃO: A DISTOPIA É O PÃO E O MARKETING POLÍTICO É O CIRCO....	56
REFERÊNCIAS.....	63

1 INTRODUÇÃO

“*Panem et circenses*” é uma expressão que aparenta ter sido esvaziada ao longo de décadas de críticas rasas a inúmeras peças de entretenimento, seja ela ligada ao governo ou não. Futebol? Pão e circo. Festivais de música gratuitos? Pão e circo. Reality show na televisão? Pão e circo.

Mas quando voltamos às origens da frase, podemos entender que a estratégia do “pão e circo” é uma tática de manipulação de massas para gerar o desinteresse do povo pela política que um clássico rei às quatro horas da tarde em um domingo de fevereiro.

O famoso recorte de uma sátira de autoria do poeta Décimo Júnio Juvenal era uma crítica à forma que a plebe romana estava insensibilizada pelo governo populista romano, vivendo do pão gratuito e do entretenimento, muitas vezes extremamente violento, como lutas entre gladiadores e até mesmo execuções públicas.

Podemos traçar o primeiro paralelo a partir daí: um mundo fictício onde 24 jovens, entre 12 e 18 anos, são sorteados aleatoriamente e jogados em uma arena para lutar até a morte, tudo isso enquanto são gravados e transmitidos para todo o país como uma forma de *reality show* macabro.

Essa é a premissa da série literária de *Jogos Vorazes* (*Hunger Games*), escrito por Suzanne Collins, que conta com três livros na trilogia principal, sendo eles *Jogos Vorazes*, *Em Chamas* (*Catching Fire*) e *A Esperança* (*Mockingjay*), além dos dois livros derivados *A Cantiga dos Pássaros e das Serpentes* (*The Ballad of Songbirds and Snakes*) e *Amanhecer na Colheita* (*Sunrise on the Reaping*).

Na trilogia principal, somos apresentados ao mundo distópico onde o país Panem existe. Ele é dividido entre 13 distritos e a capital. Cada distrito tem a sua função na economia do país em um ecossistema capitalista de exploração do ecossistema de produção capitalista. Na narrativa, o distrito 13 deseja independência e é supostamente aniquilado pela Capital após uma longa guerra.

A partir deste acontecimento, a Capital desenvolve uma macabra forma de controle de novas revoltas. Todos os anos, são sorteados 2 adolescentes de cada um dos 12 distritos restantes entre 12 e 18 anos em um ritual conhecido como “A colheita”. Os 24 jovens devem então lutar até a morte em uma arena, onde apenas um deve sair vivo e vitorioso, para o entretenimento da população da capital.

É na manhã da colheita da septuagésima quarta edição dos jogos vorazes que passamos a acompanhar a história através da narração em primeira pessoa da protagonista

Katniss Everdeen. Filha de uma mãe traumatizada pela morte do marido nas minas de carvão, que é a matéria prima encontrada no Distrito 12, Katniss é a provedora da família, composta por sua mãe e irmã mais nova. Ela é uma exímia caçadora que vende a sua caça ilegal em um mercado ilícito, é conhecida e respeitada na sua terra natal.

Após ver o nome de sua irmã mais nova, de 14 anos, ser sorteado na colheita, ela se voluntaria e vai aos jogos vorazes. O tributo (como são chamados os adolescentes sorteados) masculino sorteado é Peeta Mellark, o filho do padeiro da cidade. Ambos partem para a capital, onde acontecem os jogos, para um destino que parece ser certo e nem um pouco feliz.

Após um preparatório com desfiles e entrevistas na TV, preparadas para transformar os tributos em estrelas antes de enviá-los para uma morte certa, o tributo masculino Peeta Mellark revela ser apaixonado por Katniss Everdeen, gerando comoção e simpatia pelos dois personagens. O romance não é o foco desta dissertação, mas é importante entender como a narrativa contada pelos personagens é enquadrada de maneira a transformá-los em personagens de um espetáculo.

Já na arena, Katniss se aproveita da história de amantes desafortunados criada por Peeta e, usando uma brecha nas regras dos jogos vorazes, consegue fazer com que ela e Peeta saiam vitoriosos, algo inédito na história dos jogos. Este ato é visto pelo presidente de Panem como um ato de rebeldia, que pode iniciar uma revolução. Mas no encerramento do primeiro livro, Katniss e Peeta voltam ao distrito 12 com prêmios em dinheiro e posses, além de cicatrizes, traumas e um ainda nefasto futuro.

A história continua no livro “*Em Chamas*” (*Catching Fire*, no original), adaptado para os cinemas com o título “*Jogos Vorazes: Em Chamas*”. Na sequência, vemos que os dois ganhadores da 74ª edição dos jogos vorazes estão vivendo luxuosamente, em grandes mansões generosamente cedidas pela capital como parte do grande prêmio, que também inclui suprimentos mensais e uma significativa quantia de dinheiro. Porém, eles vivem em medo.

Descobrimos que o ato da protagonista Katniss Everdeen foi um incentivo para levantes contra a capital, os jogos vorazes e o sistema vigente começarem a acontecer, especialmente em distritos menos afortunados. Para tentar conter a situação, o presidente de Panem, Coriolanus Snow (daqui para frente, citado como “Presidente Snow”) intima a protagonista a se tornar uma personagem fútil e convincente para que a sua imagem pare de ser associada a de uma salvadora ou esperança para uma liberação de Panem do sistema opressor. Ela falha.

O Presidente Snow decide então usar os 75º jogos vorazes como uma última tentativa de suprimir as revoltas sem iniciar uma nova guerra civil. A cada 25 anos, é celebrado o massacre quartenário, que é uma versão dos jogos vorazes com uma única regra diferente, que muda de acordo com a edição. No terceiro Massacre Quaternário, um tributo e uma tributa de cada distrito serão escolhidos entre os antigos ganhadores dos jogos. Katniss Everdeen é a única campeã do Distrito 12, então obrigatoriamente ela voltaria para uma nova arena. Peeta se voluntaria para participar da nova edição com Katniss.

Durante a edição, é revelado que os demais tributos (antigos ganhadores dos jogos vorazes) se aliaram com a rebelião e executam, com sucesso, um plano para interromper os jogos que envolve a destruição da arena onde acontecem os jogos. Katniss é resgatada, Peeta fica para trás. A protagonista acorda após alguns dias em coma e descobre que está no Distrito 13 (que supostamente foi massacrado pela capital na guerra civil) e que a sua terra natal, o Distrito 12, foi destruída por completo em um bombardeio da capital. A guerra civil agora é inevitável e Katniss, contra sua vontade, será uma peça chave para a vitória dos rebeldes.

Após estes acontecimentos, entramos na narrativa do terceiro e último livro: *A Esperança* (*Mockingjay*, na sua publicação oficial). Aqui, a protagonista do livro torna-se também a protagonista de uma guerra civil, na qual cada ato seu é utilizado politicamente para incitar ainda mais a revolta: seja dos distritos que se rebelam, ou da Capital e distritos aliados contra Katniss Everdeen e “seu exército”.

Através da narração em primeira pessoa, conhecemos Alma Coin. A presidente do Distrito 13 é a verdadeira beligerante que busca conquistar a Capital de Panem sob o pretexto de libertar os distritos de um governo opressor. Durante os eventos do livro, Presidente Coin tenta forjar momentos de Katniss Everdeen em campo de guerra, com discursos roteirizados e gravados em um estúdio para inflamar a revolta. Ao perceber que não havia o mesmo apelo, ela é convencida a entregar Katniss para um batalhão militar para que ela participasse de missões menos arriscadas e seja registrada de fato em campo de batalha. Trata-se de uma estratégia que em diversos momentos (que serão descritos mais à frente) funciona e traz vitórias importantes para os rebeldes, como a destruição de uma represa que fornecia eletricidade para a Capital.

Entre idas e vindas do campo de batalha e alguns dramas românticos, Katniss e seu pelotão são enviados para o ataque final à Capital. Após grandes perdas no percurso, nossa protagonista chega na mansão do Presidente Snow. Mas para sua surpresa, os rebeldes já avançaram o suficiente na cidade para encerrar os civis da Capital nas grades da fortemente

policiada mansão presidencial. Após uma bomba detonar entre os civis, os médicos rebeldes avançam sem pensar para cuidar dos ferimentos dos civis sobreviventes. Katniss reconhece a sua irmã, Primrose, por quem se voluntariou no 74º jogos vorazes, ser engolfada por uma nova explosão de bombas disparadas por um aerodeslizador com a insígnia da Capital.

A morte de milhares de civis, grande parte sendo crianças, faz com que os civis ao redor e o próprio exército que protegia a mansão do Presidente Snow se voltassem contra o líder da capital e se unissem aos rebeldes na invasão da mansão, capturando o nefasto presidente de Panem. Antes de sua execução, ele tem uma conversa com a protagonista e exalta a Presidente Coin, revelando que o aerodeslizador foi uma estratégia para voltar o povo de Panem contra ele, enfim derrotando seu regime.

Neste momento, a nossa protagonista Katniss Everdeen percebe que um governo vindo daquela que matou sua irmã e outras crianças inocentes não seria diferente do governo vigente. A certeza acontece quando Alma Coin, auto-proclamada Presidente Interina de Panem, sugere uma edição especial dos jogos vorazes com as crianças da Capital, como uma forma de vingança para os Distritos. Diante de todos os fatos narrados, Katniss é a encarregada por executar o Ex-presidente Snow, em um grande espetáculo com plateia. Porém, ao invés de mirar no réu de morte, a protagonista prefere impedir um novo massacre (por guerra ou por entretenimento) e atira em Alma Coin, encerrando aqui tanto a vida da beligerante ex-presidente do Distrito 13 quanto a sua história e vida como um símbolo político que movimentou uma guerra.

Nesta terceira publicação da saga é onde majoritariamente estão as cenas em que podemos enxergar com clareza táticas de marketing político e manipulação de massas, mas, além dele, também há indícios no primeiro e no segundo livro da franquia. Nesta monografia, pretendo identificar e analisar dentro do contexto fantasioso da obra “*A Esperança*” sem abdicar dos acontecimentos dos dois livros antecessores, uma vez que estes estruturam o ambiente para os acontecimentos do último livro, bem como entender as representações do Marketing Político presentes na obra e analisar como elas colaboram para a construção da distopia da obra. Para entender as questões relacionadas ao marketing político, utilizarei como base teórica o livro “*Novo manual de marketing político*” de Gaudêncio Torquato (2014) e “*La Propaganda Política*” de Frederic Charles Bartlett (1941). Para a questão da distopia e da narrativa irei me basear na dissertação “*Utopia/Distopia e Discurso Totalitário: uma análise comparativo-discursiva entre Admirável mundo novo, de Huxley, e A república, de Platão*” por Maurício Moraes Wojciekowski (2009) e na dissertação “*Toda distopia começa com uma faísca: as centelhas discursivas na construção da heroína distópica na*

trilogia Jogos Vorazes” por Mikaela Silva de Oliveira (2024). Farei uma análise qualitativa e interpretativa dos textos citados a fim de aspectos narrativos da obra para gerar o conhecimento necessário para atingir o objetivo citado desta monografia. Primeiramente, identificarei representações das estratégias do marketing político e da propaganda política na narrativa da obra, concentrando-me em cenas, diálogos e situações. Por fim, realizarei uma análise considerando os elementos narrativos da obra de acordo com o conceito de distopia como gênero literário. A interpretação será fundamentada nas ideias dos campos do marketing político, propaganda política e narratologia, organizadas no quadro teórico da pesquisa permitindo compreender a instrumentalização da comunicação como um elemento que estrutura o universo fictício distópico analisado nesta monografia.

2 QUADRO TEÓRICO

2.1 Utopia e Distopia

Entender os conceitos de utopia e distopia é fundamental para o desenvolvimento metodológico desta monografia. Afinal, todas as obras do universo *Jogos Vorazes* seguem o mesmo caminho trilhado por outras obras literárias, nas quais é utilizado um mundo ficcional para refletir e criticar estruturas políticas e sociais do mundo real. O objetivo deste capítulo é apresentar elementos e fundamentos teóricos da utopia e da distopia.

O conceito de utopia surge no século XVI a partir da obra *Utopia*, do autor Thomas More, publicada originalmente em 1516. O termo deriva do grego *ou-topos*, que significa “lugar nenhum”, o que indica desde a sua origem um espaço que não existe na realidade. More apresenta em sua obra uma sociedade imaginária e organizada a partir de princípios como a ausência de propriedade privada, trabalho voltado ao bem comum e leis justas e igualitárias. Ou seja, um modelo social perfeito que busca a harmonia coletiva e a supressão de desigualdades estruturais.

A distopia enquanto gênero surge como resposta direta às fraturas do mundo contemporâneo. Se a globalização foi anunciada como a promessa de um planeta mais conectado e equilibrado, o que se consolidou foi também uma intensificação das desigualdades e uma progressiva perda de identidade submetida às lógicas do mercado. Castells (2017) afirma que, quanto mais o Estado-nação se distancia da nação que representa, mais se aprofunda a crise de legitimidade, pois decisões fundamentais passam a ser tomadas fora do alcance da participação cidadã.

Do ponto de vista conceitual, a distopia pode ser compreendida como o reverso crítico da utopia. Claeys (2017) destaca que embora visões apocalípticas existam desde a Antiguidade, a noção moderna de distopia está vinculada ao pessimismo secular e à experiência histórica de regimes marcados por coerção extrema, desigualdade e supressão de liberdades.

Em muitos casos, o termo é associado ao totalitarismo, entendido como a materialização violenta de projetos idealizados que prometiam perfeição social. Assim, a distopia evidencia os riscos de transformar ideais políticos em sistemas rígidos e dogmáticos. Desta forma, o gênero atua como advertência sobre os limites da engenharia social e das promessas de ordem absoluta.

A trajetória histórica da distopia revela sua capacidade de adaptação às transformações sociopolíticas. Baccolini e Moylan (2003) identificam quatro variações do

gênero. A primeira consolida-se no século XX com obras como *Admirável Mundo Novo*, de Aldous Huxley, e *1984*, de George Orwell, que apresentam sociedades estruturadas pelo controle e pela vigilância. A segunda surge entre as décadas de 1960 e 1970, influenciada pelos movimentos ecológicos e feministas, dando origem às chamadas utopias críticas, que reformulam o ideal utópico a partir de perspectivas mais plurais e inclusivas. Nos anos 1980, há um ressurgimento das narrativas distópicas em meio ao avanço do conservadorismo político. Por fim, as distopias críticas contemporâneas ampliam as fronteiras formais do gênero ao incorporar hibridismos estéticos e múltiplas vozes, expandindo seu potencial de crítica social.

A distopia também cumpre uma função reveladora no campo literário. Bosi (1997) argumenta que a literatura, mesmo sendo ficção, pode se tornar o espaço da verdade mais exigente, pois ao desfamiliarizar a realidade, permite enxergar aquilo que a normalização cotidiana oculta. Baccolini e Moylan (2003) descrevem a imaginação distópica como um veículo profético, capaz de alertar para tendências sociopolíticas que, se mantidas, podem transformar o mundo contemporâneo em regimes de opressão.

A consolidação da distopia na cultura contemporânea está diretamente relacionada ao desencanto com o futuro. Booker (1994) observa que a utopia tornou-se uma palavra temida, não apenas pela dificuldade de realizá-la, mas pelo receio de que sua concretização resulte em novas formas de opressão. Fisher (2014) complementa ao afirmar que vivemos sob a sensação de que o futuro parece ter sido cancelado, embora o desejo por ele persista, configurando uma melancolia com dimensão política. Essa atmosfera se manifesta em produções da cultura pop marcadas por pessimismo e fatalismo, como exemplificado na análise de Fisher (2020) sobre o filme *Wall-E*, que retrata uma Terra devastada pelo consumismo corporativo e uma humanidade passiva e alienada. Nesse contexto, a distopia tensiona e mantém vivo o impulso utópico, impedindo que a esperança se transforme em dogma ou propaganda.

Para a análise desta monografia, escolhi a dissertação de Mikaela Silva de Oliveira (2024) como uma das bases teóricas desta pesquisa. Tal escolha se justifica por três fatores centrais. Em primeiro lugar, trata-se de um trabalho que não apenas conceitua a distopia enquanto gênero literário, mas operacionaliza as características que elenca como típicas do gênero ao aplicá-las diretamente à análise da trilogia *Jogos Vorazes*, o que oferece um modelo metodológico coerente com a proposta desta monografia. Em segundo lugar, por se tratar de uma pesquisa recente, o texto dialoga com debates contemporâneos sobre narrativa distópica, ampliando a atualização teórica da análise aqui desenvolvida. Por fim, destaca-se a relevância

de utilizar uma autora nacional, inserida no contexto acadêmico brasileiro, contribuindo para fortalecer a produção científica local e aproximar a discussão teórica da realidade acadêmica na qual esta pesquisa está inserida.

Segundo Mikaela Oliveira (2024), a ideia de utopia consolida-se justamente por sua função de projeção de um ideal. Não é apenas a descrição de uma sociedade perfeita, mas de um exercício crítico que convida aquele que consome uma obra (neste caso, um leitor) a refletir sobre as falhas do mundo em que vive. No entanto, a noção de perfeição em uma utopia é questionável: o mundo perfeito, é de fato perfeito para quem? Quem é beneficiado por tal organização social ideal? E como sustentar tal ideal diante das contradições humanas histórias?

Ou seja, a utopia é propositalmente inatingível. Ela existe como um horizonte que se busca alcançar, no sentido de desejo, mas não é uma condição de realidade possível. A partir dessa característica de perfeição impossível podemos compreender o surgimento da distopia, uma vez que, ao tentar atingir um ideal absoluto, sociedades fictícias acabam criando estruturas autoritárias e excludentes.

A distopia surge, historicamente, justamente como uma resposta crítica à utopia. Como diz Oliveira (2024), uma distopia nasce de uma utopia no momento em que uma sociedade, incapaz de lidar com adversidades, conflitos internos ou crises maiores, passa a ver a resposta para seus problemas em um governo totalitário, que promete uma solução para preservar um ideal coletivo. Ou seja, a população de uma realidade fictícia é movida pela promessa de segurança, ordem e prosperidade, ao ponto de abrir mão de sua própria liberdade em nome de uma suposta utopia.

É importante frisar que distopia não é um antônimo de utopia. Segundo definições discutidas por Sargent (1994) e retomadas por Oliveira (2024), a antiutopia é quem faz uma crítica direta à utopia e não a distopia, que expõe aquilo que é chamado de “mau lugar” (do grego, *dys-topos*) que evidencia as consequências de sistemas políticos e sociais opressores que se legitima a partir de discursos idealizados.

Assim, é possível estabelecer as seguintes distinções apresentadas nesta tabela:

Tabela 01 — Definições de termos

Conceito	Definição
Utopia	O “não lugar”, um ideal projetado, organizada a partir de princípios de harmonia, justiça e igualdade social.

Eutopia	O “bom lugar”, uma sociedade percebida como ideal por determinados grupos, ainda que tal bem-estar não seja universal.
Distopia	O “mau lugar”, marcado pela opressão e pela supressão de liberdades
Antiutopia	Crítica direta à ideia de Utopia.

Fonte: Elaboração própria, com base em Oliveira (2024).

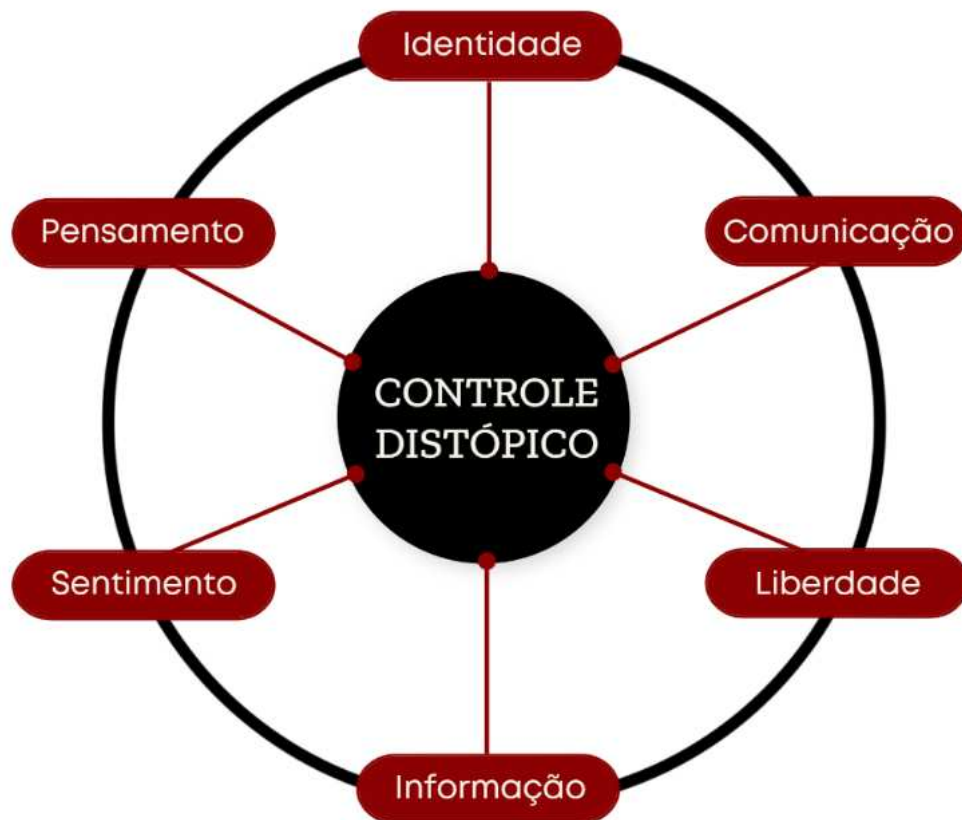
Com essa distinção em mente, podemos compreender como a Capital de Panem se apresenta como uma eutopia enquanto os distritos vivem sob condições distópicas. Isso mostra como a “utopia” de um grupo pode ser sustentada pela distopia de outro.

A distopia se popularizou e se consolidou como gênero discursivo no século XX, refletindo a situação da sociedade mundial: guerras mundiais, regimes totalitários e o avanço de tecnologias de vigilância e controle. Obras como *1984* (George Orwell), *Admirável Mundo Novo* (Aldous Huxley), *Fahrenheit 451* (Ray Bradbury) e *A Máquina parou* (E. M. Forster) são citadas por Oliveira como narrativas que compartilham um ponto central: sistemas que exercem controle direto sobre o indivíduo. Ou seja, há um sistema opressor que age diretamente sobre a liberdade dos cidadãos de suas sociedades fictícias.

Tais narrativas citadas por Oliveira refletem medos coletivos de suas épocas, mas também funcionam como alerta sobre os riscos da concentração de poder, da alienação social e da manipulação ideológica. Com isso de acordo, a distopia tem aqui um papel político e pedagógico, convidando o leitor a entender paralelos entre o mundo ficcional e o mundo real considerando a realidade histórica.

Em sua análise, Oliveira (2024) identificou elementos recorrentes que estruturam distopias clássicas e que servem como categorias analíticas para esta pesquisa, conforme a ilustração abaixo.

Ilustração 01: Controle distópico



Fonte: Oliveira, 2024.

- a) Padronização da identidade: os indivíduos têm suas identidades suprimidas ou moldadas por meio de vestimentas, nomenclaturas e divisões sociais rígidas.
- b) Limitação da comunicação: o controle ou a restrição da comunicação impede a circulação de ideias dissidentes e dificulta a organização de resistências.
- c) Vigilância constante: o uso de tecnologias de monitoramento, como câmeras, escutas e até mesmo pessoas com tais funções, é um mecanismo de intimidação e repressão preventiva.
- d) Privação do acesso à informação: o regime dominante controla o fluxo informacional, disponibilizando apenas o que é conveniente para a manutenção do poder.
- e) Supressão emocional: sentimentos que não estão de acordo com a ideologia dominante são vistos como ameaças e tratados como rebeldia.
- f) Manipulação do pensamento: a doutrinação ideológica busca estabelecer uma única versão da verdade, alienando os indivíduos e naturalizando a opressão.

Os elementos aqui apresentados evidenciam que a essência da distopia está no controle do Estado sobre o indivíduo, sendo todas as esferas da vida social pensadas para evitar revoltas e assegurar a permanência do regime.

Baccolini (1995) aponta que as distopias se estruturam a partir de uma narrativa sustentada por um poder dominante e de uma contranarrativa de resistência, do qual surge o protagonismo que desafiam as regras impostas. Frequentemente, essa figura é associada a figuras femininas que desafiam regras impostas.

O foco no ponto de vista do protagonista permite que o leitor descubra as contradições do sistema junto ao personagem. No caso da saga *Jogos Vorazes*, Katniss Everdeen é a protagonista que ocupa este espaço, mediando as estruturas de poder de Panem aos leitores.

Porém, as obras distópicas não oferecem respostas concretas prontas. Como afirma Oliveira (2024, p. 60), “não é papel da literatura dar as respostas, isso compete aos leitores o fazerem”. Ou seja, a distopia é um espelho deformado da realidade que expõe falhas, violências e excessos. A distopia é um convite à reflexão crítica.

Diante do que foi apresentado, a utilização dos conceitos de utopia e distopia nesta monografia se justifica como categorias importantes para a análise narrativa e discursiva empreendida neste trabalho. Ao analisar elementos distópicos presentes em *A Esperança* e outros livros da saga *Jogos Vorazes* é possível entender como a obra constrói representações de poder e propaganda, dialogando diretamente com fundamentos do Marketing Político.

2.2 Narratologia

Para esta monografia, também adotarei como metodologia a análise narratológica, que é entendida como um conjunto de procedimentos teóricos voltados à investigação das estruturas da narrativa literária. A narratologia permite que sejam examinados de forma metódica os elementos que constituem uma história, como enredo, personagens, espaço, tempo e narrador. Estes elementos se articulam para criar uma história com sentido. A abordagem da narratologia será adequada para analisar a obra *A Esperança*, da autora Suzanne Collins, para poder entender como a narrativa se estrutura através de discursos políticos e simbólicos e todos os conflitos que orbitam a construção desta obra de ficção distópica.

O enredo (também chamado de intriga; porém, nesta monografia, irei utilizar somente o termo “enredo” para me referir a esse elemento narratológico) é definido por Gancho (1991, p. 9, apud Wojciekowski, 2009) como “o conjunto de fatos de uma história”. Ou seja, é a sequência de acontecimentos que vão compor uma narrativa e que vão conduzir a leitura. O enredo do livro *A Esperança* pode ser descrito como o período final da história da

protagonista Katniss Everdeen, que se vê inserida em meio a uma guerra civil no qual a sua imagem é instrumentalizada pelos rebeldes como um símbolo da revolução.

Todo enredo apresenta dois elementos fundamentais: a verossimilhança e a estrutura interna. A verossimilhança não se refere a uma semelhança fiel ao mundo real, mas sim a uma coerência de sua narrativa interna. Ainda que uma obra esteja ambientada em um universo fictício e distópico, as ações, conflitos e consequências devem obedecer uma lógica própria construída consistentemente ao longo da narrativa. É isso que faz o leitor entender como plausível os acontecimentos narrados.

Podemos compreender a estrutura interna de um enredo através de modelos teóricos propostos por estudiosos da narrativa. Por exemplo, Reuter (2002) dialoga com autores como Adam, Greimas e Larivaille para apresentar um esquema de divisão do enredo em cinco momentos fundamentais: estado inicial, complicação ou força perturbadora, dinâmica, resolução ou força equilibradora e estado final. Este modelo é o chamado esquema canônico de narrativa e oferece uma ferramenta analítica que pode ser utilizada para compreender o movimento interno de uma narrativa.

No estado inicial, o autor deve apresentar elementos básicos da narrativa e estabelecer um equilíbrio inicial. Durante a complicação ou força perturbadora, o equilíbrio inicial estabelecido no estado inicial é quebrado para irmos à próxima etapa do esquema. A dinâmica é o desenrolar das ações desencadeadas pela complicação. A resolução acontece ao mesmo tempo que o clímax de uma narrativa, normalmente acontece próximo ao fim de uma história. Por fim, o estado final é um novo equilíbrio, diferente do apresentado no estado inicial.

Os personagens em uma narrativa ocupam o papel central e estes elementos são os responsáveis por movimentar o enredo. Afinal, não há enredo sem personagens. São eles quem executam ações e vivem os conflitos presentes na história. Personagens podem ser protagonistas (personagem principal), antagonista (se opõe ao protagonista) ou secundários (que têm relações de amizade ou poder com o protagonista ou o antagonista).

O espaço é o local físico onde a narrativa acontece. Já o ambiente incorpora características sociais, econômicas, morais e psicológicas associadas a tal espaço. Como afirma Gancho (1991 p. 23 *apud* Wojciekowski, 2009), o ambiente é um espaço carregado de significados que influenciam diretamente o comportamento e as relações das personagens. Ou seja, o espaço é geográfico enquanto o ambiente é social.

O tempo fictício, conforme diz Gancho (1991 *apud* Wojciekowski, 2009), está relacionado à época em que se passa a narrativa e a sua duração interna, não se confundindo

com o tempo de leitura do leitor. Este tempo pode ser linear ou não, seguindo um ritmo cronológico ou psicológico, com rupturas temporais, recuos e fluxos de consciência. Reuter (2002) diz que o tempo narrativo tem funções diversas, sendo a principal uma fixação do caráter realista ou não realista de uma história. O tempo pode qualificar personagens, marcar etapas da vida ou funcionar como um obstáculo narrativo para intensificar um conflito. Em *A Esperança*, podemos observar uma alternância entre o tempo cronológico e o psicológico, sendo o cronológico predominante e o psicológico surgindo quando a autora explora traumas da protagonista Katniss Everdeen.

O narrador é o responsável por contar a história. Este não deve ser confundido com o autor da obra. Por definição de Gancho (1991, p. 29 *apud* Wojciekowski, 2009) o narrador é “um entidade de ficção, isto é, uma criação linguística do autor, e portanto só existe no texto”. Embora haja uma distinção clara entre autor e narrador, Maurício Wojciekows (2009) cita que ainda assim é possível identificar traços ideológicos do autor na narração, assim como em personagens. Mas que não é correto se estereotipar um autor por um personagem. A distinção entre autora e narradora no contexto desta monografia é importante também para situar que as estratégias de marketing político a serem analisadas aqui pertencem a um universo ficcional e não devem se confundir com práticas reais.

Sobre o narrador, Gancho (1991 *apud* Wojciekowski, 2009) aponta dois conceitos ou modelos de narração: o foco narrativo e o ponto de vista, sendo eles respectivamente narradores em terceira pessoa e em primeira pessoa.

O foco narrativo seria um narrador observador, que é onisciente e onipresente ao contar ao leitor a história em terceira pessoa. Este pode ser parcial (contando a história sob o ponto de vista de um ou mais personagem) ou intruso (falando diretamente com o leitor, julgando ações de personagens.)

Já o narrador em primeira pessoa vai narrar o que vivencia ou ouviu falar. Tem um campo de visão limitado ao ambiente e ao espaço no qual está inserido. Há duas variações citadas no texto de Wojciekows (2009), o narrador testemunha e o narrador protagonista.

A partir dos elementos apresentados para análise narratológica, será possível compreender como estes (enredo, personagens, espaço, ambiente, tempo e narrador) se organizam e produzem sentido dentro da obra *A Esperança*. Também será possível, após analisar a articulação dos elementos na narrativa, investigar se ou como os as práticas políticas de disputa simbólica, na figura de estratégias de marketing político, se apresentam como elementos que ajudam a estruturar essa narrativa.

2.3 Marketing Político

Crescer em uma república que passou por um processo de redemocratização há poucas décadas foi vivenciar, a cada biênio, uma enxurrada de ações de marketing político. Campanhas de vereadores, prefeitos, deputados estaduais, deputados federais, governadores, senadores e até presidentes tomavam as ruas. Ainda é comum, durante o período eleitoral, presenciar a distribuição de santinhos, adesivos, camisetas, bonés, bandeiras, além de carreatas e dos infames carros de som, cujas músicas perturbam a paz na mesma medida em que fixam na mente do eleitorado a mensagem que o candidato, ou seu marqueteiro, deseja comunicar.

A partir do estudo sobre marketing político, torna-se possível compreender como esses elementos (presentes de forma recorrente nas campanhas eleitorais) compõem a memória coletiva de gerações que vivenciaram tais práticas a cada eleição, seja municipal ou federal. Gaudêncio Torquato (2014), ao se apoiar no conceito de estado-espetáculo, desenvolvido por Schwartzberg, argumenta que esse fenômeno seria responsável pela “carnavalização” da política, impulsionada pelo uso massivo de símbolos, slogans e jingles. Soma-se a isso o encantamento e a mistificação das massas, promovidos pela construção de figuras heróicas, geralmente efêmeras, que duram até o fim da eleição, ou um pouco mais, no caso de segundo turno. Um exemplo clássico é o candidato com uma imagem despolitizada e clichê: alguém que vem de uma família simples, sem padrinhos políticos, apaixonado pela sua cidade e que se apresenta como representante da “nova política”. Outro exemplo é aquele deputado cujo discurso foca na pauta ambiental, que imprime seu material em papel reciclado e constrói toda a narrativa de campanha em torno da sustentabilidade, da preservação ambiental e da defesa da política verde.

Em uma campanha política, o candidato deve alinhar seus valores e princípios aos interesses do público que deseja conquistar. Segundo Torquato (2014), essa estratégia envolve oferecer promessas que se ajustem às aspirações, desejos e crenças do eleitorado. Uma “recompensa mutável”, adaptada ao perfil do destinatário da mensagem política. Por exemplo, um candidato que busca atrair eleitores progressistas tende a defender pautas associadas aos direitos civis e sociais, oferecendo propostas que beneficiem grupos historicamente oprimidos. Isso pode incluir a defesa da união civil homoafetiva (reconhecida no Brasil desde 2011) ou medidas econômicas, como a redução ou até isenção do Imposto de Renda para pessoas físicas de baixa renda. Por outro lado, quando o segmento-alvo pertence ao campo conservador, o discurso geralmente se apoia em valores religiosos e tradicionais.

Nesse contexto, pode-se, por exemplo, defender propostas para proibir o aborto em território nacional, sem exceções, refletindo uma agenda conservadora.

Mais do que propostas, comportamentos, atitudes e ações precisam ser cuidadosamente planejados, em alinhamento com a equipe de marketing político responsável pela campanha, de forma que sejam coerentes com a imagem apresentada ao eleitorado. Nesse processo, a construção de uma rede social, entendida aqui como uma estrutura composta por grupos de pessoas ou organizações que compartilham interesses, objetivos e valores comuns, conectados por algum tipo de relacionamento, torna-se um fator decisivo para consolidar a imagem pública do candidato. Vale destacar que, neste contexto, o termo rede social não se refere às plataformas digitais, mas sim às conexões sociais e simbólicas no mundo offline e online. Afinal, o candidato é, essencialmente, um produto que deve ser estrategicamente posicionado e vendido.

É natural que, no marketing político, o candidato deseje que sua mensagem alcance o maior número possível de eleitores dentro do seu segmento-alvo. Para isso, expande sua comunicação utilizando todos os meios disponíveis: rádio, TV, jornais impressos, lambes, santinhos, adesivos, panfletos, além de campanhas de tráfego pago nas redes sociais. Esse processo deve ser estruturado de forma a garantir que todas as mensagens transmitidas sejam coerentes, consistentes e alinhadas com os valores e a imagem do candidato. É justamente esse princípio que se baseia na Comunicação Integrada de Marketing, conceito que, segundo Kotler e Keller (2012), busca assegurar clareza, coerência e máximo impacto nas ações comunicacionais, fortalecendo o posicionamento do candidato diante do eleitorado. Ou seja, o marketing político busca posicionar e maximizar a exposição do candidato, empregando toda e qualquer estratégia capaz de impactar o eleitorado e, assim, conquistar e garantir o voto.

Para que a conversão do segmento-alvo em eleitorado seja efetiva, não basta apenas que a mensagem do candidato chegue até essas pessoas. É fundamental que ela seja corretamente processada, compreendida, assimilada e, acima de tudo, bem recebida pelo público.

Para garantir que todas essas etapas sejam concluídas com êxito, é fundamental que a mensagem seja direcionada ao público certo, no momento certo, e construída de forma que sua compreensão seja simples, direta e acessível. Além de definir cuidadosamente o público-alvo a ser impactado, é necessário evitar o uso excessivo de termos técnicos ou discursos muito complexos. O foco deve estar nos resultados que são relevantes e

convenientes para esse grupo específico, despertando seu interesse e, assim, favorecendo a conversão do segmento-alvo em eleitorado.

Esta etapa é fundamental, pois representa o caminho para conquistar a simpatia e a adesão do eleitor à figura do candidato. No entanto, a precisão no planejamento e na execução dessa comunicação tem ainda mais peso por um motivo crucial: evitar que a mensagem provoque um efeito contrário, gerando rejeição, distanciamento ou desconfiança por parte do eleitorado, exatamente o oposto do que se deseja em uma campanha.

Para conquistar a simpatia do eleitor, todos os detalhes que cercam a imagem do candidato possuem valor comunicativo. A sua forma de se vestir. Seja adotando um visual formal, como terno e gravata; mais casual, com camisa e jeans; ou utilizando cores associadas ao partido, à ideologia ou até mesmo a determinados grupos sociais. Isso transmite mensagens que impactam diretamente a percepção pública. Além da aparência, sua postura, atitudes ao longo da campanha (e, muitas vezes, antes dela) e, principalmente, sua maneira de discursar, debater e se comunicar são elementos fundamentais na construção dessa imagem. Cada escolha, seja estética ou comportamental, atua como um signo que aproxima ou afasta o candidato de seu eleitorado.

A comunicação verbal, especialmente no que diz respeito ao tom de voz, é um elemento mutável e precisa ser ajustada de acordo com o ambiente no qual o candidato está inserido. É fundamental que o tom, a intensidade e o ritmo da fala estejam alinhados ao contexto, evitando que o candidato soe deslocado perante seu público. Cada espaço de discurso representa uma oportunidade estratégica de impactar a audiência, atender às suas expectativas e, quando possível, superá-las. Por isso, é necessário saber adaptar e modular a entonação, a inflexão, o timbre e a força da mensagem, de modo que ela gere conexão e provoque o efeito desejado.

Não é estrategicamente recomendado adotar um tom agressivo, com expressões como “tomar a cidade” ou “destruir a oposição”, em ambientes cerimoniosos, como uma entrevista televisionada. Nestes contextos, é mais apropriado explicitar as propostas e intenções de forma clara, objetiva e acessível, evitando tanto a linguagem bélica quanto o excesso de termos técnicos. Por outro lado, esse mesmo tom moderado e formal pode não ser o mais eficaz durante um comício, onde a comunicação demanda mais energia, entusiasmo e, muitas vezes, apelos emocionais que gerem identificação direta com a plateia.

Portanto, o local onde o discurso da figura política é realizado é, indiscutivelmente, um elemento determinante na forma como a mensagem será percebida pelo público. Por esse motivo, o tom de voz, assim como a linguagem e a performance do candidato, deve ser

critérios ajustado ao ambiente, de modo a garantir que a comunicação seja efetiva e gere o impacto desejado.

Em um debate televisionado, especialmente dentro do formato tradicional consolidado no período recente da Nova República, espera-se que o candidato adote uma postura mais técnica, moderada e alinhada às normas institucionais do espaço midiático. Essa mesma conduta também se estende a outros ambientes formais, como entrevistas para televisão, rádio, transmissões online e formatos semelhantes, nos quais a expectativa social privilegia discursos claros, objetivos e menos carregados de apelos emocionais ou linguagem combativa.

Por outro lado, ao ocupar um palanque durante um comício, cercado de apoiadores e diante de uma multidão entusiasmada, que já deposita suas expectativas e esperanças em sua candidatura, espera-se que o candidato adote uma postura mais enérgica, combativa e enfática. Nessa circunstância, o discurso deve ser carregado de emoção, reforçando convicções, estimulando a participação e mobilizando afetivamente os presentes.

No contexto de um debate político televisionado, além da adaptação do tom de voz ao ambiente, existe um fator estratégico que não pode ser negligenciado: a presença do opositor. Nesse cenário, o candidato precisa estar preparado não apenas para apresentar suas propostas, mas também para reagir de forma rápida e assertiva às provocações, questionamentos e ataques que possam surgir, modulando seu discurso de acordo com as circunstâncias impostas durante o confronto.

A depender da estratégia comunicacional adotada pelo opositor, é possível que surjam acusações, armadilhas retóricas, abordagens excessivamente técnicas ou até posturas de desinteresse em relação ao debate. Por esse motivo, torna-se fundamental que o candidato possua uma estratégia previamente estruturada para lidar com essas situações, de modo a preservar sua imagem, manter a credibilidade e, sempre que possível, transformar o embate em uma oportunidade de fortalecimento diante do eleitorado.

É válido afirmar que, ao participar de um debate, o objetivo do candidato é alcançar uma posição vitoriosa, compreendida, nesse contexto, como a capacidade de converter o maior número possível de indivíduos do segmento-alvo em eleitores efetivos. O debate político consiste, essencialmente, em uma exposição pública de ideias, na qual o candidato se coloca em constante contraste com seu adversário, disputando a preferência do eleitorado no campo dos argumentos e da retórica. Ainda que, idealmente, esses confrontos ocorram pautados na troca de ideias e na argumentação racional, é fato conhecido que, por vezes, os

embates descambam para ataques pessoais, estratégias desleais ou desvios retóricos, situações que devem ser previstas e gerenciadas pela equipe de comunicação do candidato.

Ao final desse confronto discursivo, caberá ao eleitor, enquanto espectador do debate, tomar sua decisão: apoiar um determinado candidato, escolher seu opositor, optar por uma terceira via ou, ainda, decidir-se pela abstenção ou pelo voto nulo, recusando, de alguma forma, as opções apresentadas naquele pleito.

Considerando esse cenário, no qual o candidato precisa não apenas enfrentar opositores que representam riscos concretos à sua eleição, mas também lidar com a apatia de uma parcela do segmento-alvo, que prefere abster-se do voto a escolher um candidato, torna-se fundamental recorrer a estratégias específicas de conexão com o eleitorado. Nesse sentido, Gaudêncio Torquato, em sua obra *Novo Manual de Marketing Político* (2002), apresenta o conceito dos “Vetores do Marketing Político”, que se configuram como condicionantes de voto, capazes de orientar as ações de campanha, estabelecendo vínculos simbólicos, afetivos ou racionais entre o candidato e seu público-alvo.

Dentre esses vetores, destacam-se a razão e a emoção, que atuam como fundamentos psicológicos determinantes no processo de decisão do voto. Segundo Torquato (2014, p. 48), “há uma comparação entre ideias, e o eleitor acaba achando seu candidato melhor que o outro, encaixando-o no perfil que considera mais adequado”. Dessa forma, a decisão eleitoral se constrói tanto a partir de critérios racionais (como propostas, argumentos e análises objetivas) quanto de elementos emocionais, que mobilizam afetos, identificações simbólicas e percepções subjetivas sobre o candidato.

Torquato (2014) classifica o eleitorado em dois grandes grupos: a classe racional e a classe emocional, defendendo que as estratégias de campanha devem ser formuladas com base nessa segmentação. Para conquistar a classe emocional, torna-se essencial mobilizar valores como amizade, simpatia e pertencimento, muitas vezes mediados por formadores de opinião com alta visibilidade midiática, como atletas, apresentadores de televisão, cantores e outras personalidades públicas. No contexto contemporâneo, essa lógica se amplia com a ascensão dos influenciadores digitais, que vêm ocupando um papel cada vez mais central em diversas estratégias de marketing. Incluindo, evidentemente, o marketing político.

No que diz respeito à base racional, Torquato (2014) defende que os eleitores desse segmento tendem a escolher seus candidatos a partir da análise criteriosa de ideias, propostas e comparativos entre os concorrentes. Nesse processo, o entendimento racional dos projetos apresentados orienta a decisão do eleitor, que vai escolher apoiar determinado candidato ou posicionar-se como seu opositor.

Outro condicionante destacado por Torquato (2014) é o planejamento da comunicação, princípio que permeia toda a obra *Novo Manual de Marketing Político*. Segundo o autor, não é suficiente que um candidato disponha de um plano de governo consistente e bem estruturado se sua mensagem não for efetivamente comunicada ao destinatário ideal, ou seja, ao seu segmento-alvo. Dessa forma, torna-se imprescindível que o discurso e os conteúdos transmitidos estejam alinhados ao contexto sociocultural do público e às especificidades do ambiente no qual a comunicação será realizada.

Esse processo caracteriza o marketing segmentado, cuja estratégia se orienta para atingir grupos específicos dentro da sociedade. No *Novo Manual de Marketing Político*, Torquato (2014) exemplifica esse tipo de segmentação a partir de categorias profissionais, como médicos, engenheiros, taxistas, empresários, entre outros. No entanto, é igualmente relevante considerar a segmentação com base em critérios como classe social e nível de escolaridade. Considerando o enfraquecimento da consciência de classe na contemporaneidade, a valorização desse aspecto pode representar um diferencial estratégico, capaz de gerar maior identificação entre o candidato e seu público-alvo.

Em oposição ao marketing segmentado, surge o conceito de marketing massivo, cuja estratégia não se orienta para públicos específicos, mas busca atingir o maior número possível de indivíduos, sem realizar distinções entre segmentos. Nesse modelo, a mensagem é transmitida de forma ampla e homogênea, com o objetivo de gerar impacto e alcançar diferentes perfis de eleitores, independentemente de suas características socioculturais ou econômicas.

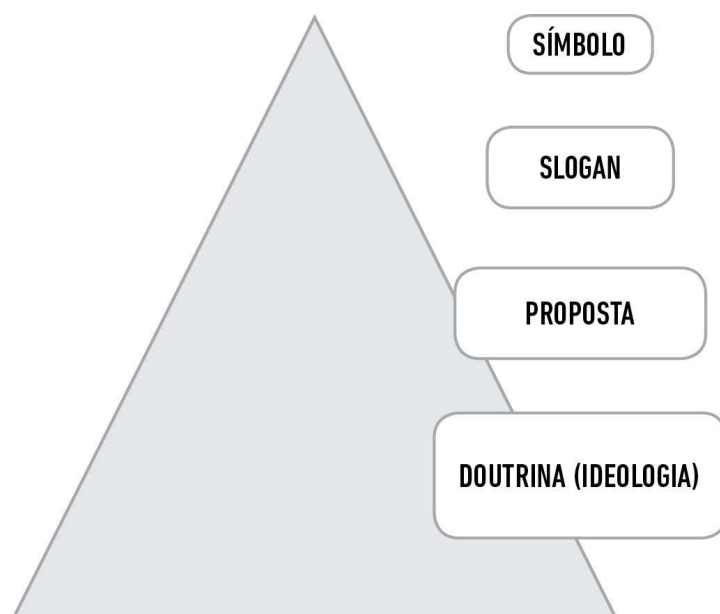
Embora essa distinção entre marketing segmentado e marketing massivo tenha finalidades estratégicas bem definidas, na prática ambos os modelos são frequentemente aplicados de forma simultânea ao longo das diferentes fases da campanha eleitoral. Contudo, à medida que se aproxima o dia da votação, torna-se comum que as ações de marketing segmentado ganhem maior protagonismo, uma vez que se busca consolidar o apoio dos eleitores indecisos e fortalecer vínculos com os públicos específicos previamente mapeados e ainda não conquistados.

Esse fenômeno ocorre porque o marketing segmentado, por sua natureza direta e orientada a objetivos específicos, tende a ser mais eficaz. Ao direcionar a comunicação para um determinado grupo profissional, social ou cultural, a campanha torna-se mais eficiente na identificação de suas demandas, expectativas e interesses, oferecendo propostas que se alinhem diretamente a essas necessidades. Esse tipo de abordagem pode representar um fator decisivo na definição do voto, especialmente nos momentos finais do processo eleitoral.

Ao tratar da construção de empatia e da conquista do segmento-alvo, é fundamental considerar o discurso adotado pelo candidato e sua equipe de marketing. Entretanto, o conceito de discurso aqui não se restringe à oralidade, como tom de voz, escolha de palavras e estruturas linguísticas, mas abrange também todas as demais formas de expressão associadas à figura política. Isso inclui suas atitudes, comportamentos, ações, promessas e manifestações simbólicas, elementos que impactam o eleitor tanto no plano racional quanto no emocional.

A estrutura do discurso político, segundo Torquato (2014, p. 58), pode ser representada metaforicamente na forma de uma pirâmide. Na base, encontra-se a ideologia que sustenta os valores e princípios do candidato. Na sequência, sobre essa base, posicionam-se os elementos que operacionalizam essa ideologia: a proposta de campanha, o slogan e um símbolo que sintetiza visualmente a mensagem. Essa hierarquia é representada graficamente no modelo de pirâmide discursiva apresentado pelo autor, conforme na figura.

Ilustração 02 - Pirâmide da estrutura do discurso político



Fonte: Torquato, 2014.

Por exemplo, um candidato alinhado à direita do espectro político pode adotar como base ideológica os princípios do capitalismo, valorizando temas como a defesa do livre mercado, a redução da carga tributária e a promoção de incentivos ao setor empresarial. A proposta de campanha, portanto, se estrutura em torno desses pilares econômicos e de medidas voltadas à desregulamentação estatal. Seu slogan, por sua vez, tende a incorporar

valores associados ao conservadorismo, frequentemente evocando conceitos como família tradicional, ordem e, em alguns casos, referências de cunho religioso. Por fim, o símbolo, elemento visual que sintetiza e comunica essa identidade, pode ser representado tanto por elementos partidários quanto por signos mais amplos e reconhecíveis, como, por exemplo, a cobra acompanhada do lema “*Don’t Tread on Me*” (Não pise em mim), amplamente ressignificada por movimentos de direita em diferentes contextos.

Para divulgar os elementos que representam a ideologia do candidato durante a campanha política, faz-se necessário o uso de materiais de propaganda. Alguns desses materiais são bastante característicos do período eleitoral, como os tradicionais “santinhos”, peças gráficas impressas, geralmente no formato 7x10cm, cuja função principal é apresentar o candidato ao eleitorado. Esses materiais costumam sintetizar informações essenciais, como nome, número de urna, cargo pretendido, partido, slogan e, em alguns casos, uma breve proposta ou frase de impacto.

Além dos santinhos, outros materiais impressos também compõem as estratégias de comunicação visual nas campanhas eleitorais. Entre eles, destacam-se os murais e painéis publicitários, peças de grande formato posicionadas em locais estratégicos de grande circulação, como avenidas movimentadas, praças e centros comerciais. Há também os panfletos, que oferecem informações mais detalhadas sobre as propostas, compromissos e valores do candidato, geralmente distribuídos em espaços públicos ou em atividades de campanha porta a porta. Por fim, os lambes, cartazes afixados em postes, muros e superfícies urbanas, continuam sendo um recurso amplamente utilizado, especialmente pela facilidade de aplicação e pelo baixo custo de produção.

Um dos espaços mais estratégicos para a construção e consolidação da imagem política é o espaço midiático. Debates e entrevistas realizados durante o período eleitoral configuram-se como os formatos jornalísticos mais tradicionais nesse contexto. Contudo, a presença midiática não se restringe ao período oficial de campanha. Aparições anteriores, como participações em programas de televisão, rádio ou transmissões online na condição de especialista sobre temas específicos, também são recursos valiosos. Essas inserções contribuem para fortalecer a imagem pública da figura política, gerar reconhecimento e construir credibilidade perante o eleitorado.

No âmbito de aparições midiáticas, como entrevistas e debates, é fundamental que a linguagem adotada seja acessível, clara e objetiva, sem, no entanto, abrir mão da formalidade e do decoro. Recomenda-se evitar o uso excessivo de termos técnicos ou expressões demasiadamente complexas, a fim de assegurar que a mensagem seja devidamente

compreendida pelo público em geral. Assim como em outros aspectos do marketing político, a adequação da fala deve considerar tanto as características do meio em que a figura política está inserida quanto o perfil do público-alvo que se deseja atingir.

No contexto do marketing político, é fundamental que o candidato construa a percepção de onipresença, mantendo-se constantemente visível nos mais diversos meios e espaços de circulação do eleitorado. Para alcançar esse efeito, é necessário que a distribuição dos materiais de campanha seja cuidadosamente planejada, de modo a atingir de forma eficiente os diferentes segmentos do público-alvo. Essa estratégia não apenas amplia o alcance da mensagem, como também contribui para o fortalecimento de vínculos simbólicos e para a consolidação da imagem do candidato junto aos diversos grupos sociais.

Outra estratégia fundamental para ampliar a visibilidade e fortalecer a imagem do candidato consiste na construção de uma linha de apoio, formada por indivíduos ou grupos que atuam como validadores sociais da candidatura. Essa prática se mostra particularmente eficaz na aproximação entre a figura política e o eleitorado, uma vez que se apoia na lógica da influência interpessoal e do endosso social. Nesse sentido, estabelecer parcerias com influenciadores, lideranças comunitárias, personalidades públicas e formadores de opinião torna-se uma estratégia relevante dentro do marketing de massa, contribuindo para expandir o alcance da mensagem e gerar identificação com diferentes segmentos da sociedade.

Por esse motivo, o apoio explícito de figuras públicas com grande apelo popular (como cantores, atores, jornalistas, jogadores de futebol e outros esportistas) é estrategicamente buscado pelos candidatos, especialmente pela capacidade dessas personalidades de amplificar a mensagem política e gerar identificação junto a amplos setores da sociedade. No entanto, além dessas figuras de projeção nacional, também exercem papel fundamental os líderes comunitários, pequenos empresários, representantes de associações locais e outras lideranças que detêm influência em contextos específicos, especialmente no âmbito distrital e municipal. Essas parcerias, quando bem articuladas, contribuem significativamente para fortalecer a presença do candidato tanto no marketing massivo quanto no marketing segmentado.

Além da dimensão ideológica, é fundamental que o candidato atente também à forma como se posiciona e se comporta no espaço público. O comportamento da figura política é constantemente observado e analisado pelo eleitorado, sendo interpretado como uma extensão de suas propostas e valores. Nesse sentido, aspectos como a vida familiar, a conduta ética, a trajetória pessoal e a atuação em ambientes públicos tornam-se elementos

indissociáveis da construção da imagem política. A coerência entre discurso e prática é, portanto, determinante para a consolidação de credibilidade e confiança junto ao eleitor.

A construção da imagem pública do candidato é um processo estratégico e cuidadoso, pois, aos olhos do eleitorado, ela representa uma extensão de sua verdade política e pessoal. Essa imagem deve estar alinhada à sua identidade visual e comportamental, sendo planejada de forma a reforçar suas características positivas e atributos desejáveis. Elementos como vestuário, postura, modo de falar, escolha de cores e utilização de símbolos são fatores determinantes na formação dessa imagem, contribuindo diretamente para a percepção pública da figura política.

Entretanto, é fundamental que a imagem do candidato não se confunda integralmente com a imagem do partido. Embora a vinculação partidária seja relevante tanto para a campanha quanto para a trajetória política, a comunicação deve priorizar a construção da identidade pessoal da figura política. Isso ocorre porque, na maior parte dos casos, os votos decisivos são definidos com base na percepção individual do candidato, mais do que em sua filiação partidária. Uma associação excessiva à sigla pode, inclusive, transferir ao candidato rejeições e percepções negativas acumuladas pelo partido, comprometendo o alcance dos objetivos eleitorais.

É possível traçar um paralelo entre o funcionamento do marketing político e o modelo clássico AIDA, desenvolvido pelo pioneiro da publicidade E. St. Elmo Lewis. Este modelo descreve as quatro etapas que conduzem um consumidor até a decisão de compra: Atenção, Interesse, Desejo e Ação. De forma semelhante, no contexto eleitoral, o candidato (enquanto produto simbólico) deve primeiro captar a atenção do eleitor, despertar seu interesse, gerar desejo ou identificação com suas propostas e, por fim, conduzir o eleitor à ação, que, neste caso, se concretiza no ato do voto.

A sigla ‘AIDA’ representa as etapas Atenção, Interesse, Desejo e Ação. Grande parte das estratégias contemporâneas de marketing fundamenta-se nesse modelo do comportamento do consumidor. De forma análoga, o marketing político também opera seguindo essas quatro etapas fundamentais, que orientam a construção e a condução da comunicação com o eleitorado.

A figura política deve, em primeiro lugar, captar a atenção do seu segmento-alvo por meio de uma apresentação midiática eficaz. O candidato se apresenta ao eleitorado, demonstra seus valores e busca garantir visibilidade constante. Isso envolve aparições televisivas, a construção de uma imagem sólida nas plataformas digitais, bem como a distribuição estratégica de materiais de campanha.

O conteúdo do material de campanha deve ser cuidadosamente elaborado para despertar o interesse do segmento-alvo, especialmente por meio do apelo emocional, que pode se manifestar na defesa de valores alinhados às expectativas e necessidades desse público. O candidato deve posicionar-se como um agente de transformação, capaz de representar e aliviar as demandas do eleitorado. Nesse estágio, o interesse é fomentado não apenas pelo discurso verbal, mas também pela construção imagética que reforça a mensagem política.

Na etapa final, a ação ocorre quando toda a mensagem trabalhada é suficientemente internalizada pelo segmento-alvo, levando-o ao engajamento ativo na campanha, à tentativa de influenciar seu círculo social e, sobretudo, à concretização do apoio no ato do voto, realizado no dia da eleição.

2.4 A Propaganda Política

O Século XX foi marcado por grandes acontecimentos, como avanços tecnológicos, revoluções políticas, sociais, econômicas e a chegada do homem à lua. Nesse contexto, emergiu a propaganda política como uma ferramenta estratégica de influência ideológica, potencializada pelo surgimento da chamada "massa moderna" e pelas novas técnicas de difusão de informação, como o rádio, o cinema e, posteriormente, a televisão.

Segundo F. C. Bartlett, com o direito ao voto e à obrigação de lutar em guerras, os cidadãos de uma nação passam a agitar a opinião nacional de acordo com a política exterior. Tal opinião passa a ser instrumentalizada politicamente, seja em momentos de agitação ou de calma, sendo utilizado para pressionar ou sustentar o poder vigente. Para exemplificar, quando um cidadão está com medo do desemprego, teme a guerra e a miséria da vida obreira e vive em uma situação precária, o indivíduo busca apoio nas massas.

No início do livro *La Propaganda Política* (1941), F. C. Bartlett afirma que, na primeira metade do século XX, a combinação entre o avanço dos meios de comunicação, a concentração da classe trabalhadora em centros urbanos sob constante ameaça de guerra e a padronização da cultura e da linguagem deu origem a uma massa influenciável. Essa massa é suscetível a levantes e sedenta por informação que pode ser controlada pelos meios de comunicação que se legitimavam ao atender e simultaneamente moldar suas demandas.

Segundo F. C. Bartlett, escrita, palavra e imagens são fundamentos da propaganda. Mas estes três fatores enfrentaram limitações técnicas que foram superados com descobertas e tecnologias durante o século XX.

A propaganda fundamentada na escrita, por exemplo, era difundida através de jornais de opinião, oriundos da França. No entanto, esses jornais eram caros e restritos às elites, o que limitava seu alcance. Com a modernização dos meios de produção e distribuição, aliada à introdução de receitas publicitárias, permitiu a redução dos preços e o aumento da circulação e o jornal foi transformado em um forte instrumento de opinião.

O rádio aumentou o alcance da voz e da palavra e ela passou a superar limites geográficos. Com essa invenção, o discurso se tornou capaz de repercutir ao redor do globo e os microfones de sobrepor a voz aos ruídos e interrupções de um comício.

A fotografia, o cinema do século XX e os aparelhos de televisão difundiam imagens convincentes por conta da reprodução direta e tiragem ilimitada. O material era filmado por um emissor e cabia ao receptor ter o aparelho em casa para receber a propaganda. E justamente por estar nos domicílios, a televisão era uma nova tecnologia que trouxe significativos avanços para a propaganda política da época.

Não foi apenas a televisão, o cinema e a fotografia que ampliaram o alcance da propaganda política. O rádio e o jornal moderno também contribuíram para que a palavra, a imagem e a escrita se espalhassem pelo mundo, em especial sobre as massas afetadas por todos os medos citados anteriormente, como a guerra, a miséria e o desemprego. Tais massas agarram-se ao que pode lhes dar esperança ou temor. Mas na propaganda política, como afirma F. C. Bartlett (2001, p.21), “a massa permanece em estado de cristalização latente e neurose coletiva”.

Antes de seguirmos adiante, é importante diferenciar a publicidade da propaganda. Embora ambas utilizem elementos semelhantes como slogans, símbolos e peças visuais, seus objetivos não se assemelham. A publicidade visa o consumo, já a propaganda tem por fim moldar opiniões e comportamentos políticos.

A publicidade utiliza de pesquisas psicológicas, fisiológicas e psicanalíticas e apoia-se na obsessão e no instinto sexual para alcançar seus objetivos. E de fato, tais táticas foram cooptadas pela propaganda política. O êxito da publicidade em influenciar o homem moderno no âmbito comercial transforma-se em oportunidade de realizar o mesmo no âmbito político.

F. C. Bartlett também cita a propaganda política estadunidense como um grande exemplo de semelhança com a publicidade. Nas campanhas eleitorais norte-americanas, é comum vermos grandes espetáculos com shows musicais super produzidos, paradas, cartazes monumentais e slogans de impacto.

Quando adicionamos a ideologia política em uma propaganda, a diferenciação entre a propaganda e a publicidade torna-se mais fácil. Adicionando este fator, uma propaganda

perde o cunho passageiro e assume um caráter duradouro e estratégico, com o objetivo claro de converter e mobilizar as massas. Esta forma de propaganda tem tendências totalitárias segundo o que o autor do livro *La Propaganda Política* diz. Algumas ideologias que o autor cita como exemplo são o jacobinismo, marxismo e o fascismo, que utilizaram amplamente a propaganda para consolidar seus projetos políticos.

Ao abordar a “Guerra total” do ponto de vista da propaganda, o autor cita que durante a guerra a propaganda foi uma ferramenta para os civis além dos militares, para se criar a ideia de um inimigo em comum, favorecendo a exaltação e a fé em sua nação. O ápice da propaganda neste sentido foi a própria guerra fria, com grandes desfiles, símbolos e o movimento operário como um partido de massas.

Para ilustrar a efetividade da propaganda durante as primeiras décadas do século XX, F. C. Bartlett cita o leninismo e o hitlerismo. Analisando a primeira corrente citada, o autor diz que ela se difunde facilmente porque pode ser simplificada sem perder a sua essência. A opressão sofrida pelo povo operário foi publicizada para inflamar a luta de classes mesmo, ainda que essa publicização fosse um holofote na aparência da realidade, segundo o autor. Ou seja, o autor diz que a propaganda leninista mostrava algo que não correspondia à sua natureza real.

As palavras de ordem assumiam um tom combativo e construtivo, buscando ser claras, breves e eficazes, como no lema: “Todo o poder aos soviets”. Palavras de ordem podem levar forças políticas a tomar uma posição, seja ela a favor ou contra o movimento. Essa ferramenta também corresponde à consciência das massas e não tem valor se não repercute nesta.

Entretanto, a mensagem comunista de Lenin não ia apenas para as classes mais baixas. Lenin dizia que era preciso ir até todas as classes com relações políticas. Defendia ser necessário ter homens em todas as partes, classes sociais e camadas do governo para espalhar propaganda e agitação. E tal mensagem, era adaptada de acordo com cada realidade. Parte desta mensagem vinha por denúncias de debilidades, injustiças e escândalos dos governos vigentes. Por fim, exércitos de propagandistas em diferentes classes ainda não era o suficiente, é preciso uma linha política justa em realizações políticas, como sindicatos e agrupamentos, como a organização de sindicatos, movimentos operários e outros agrupamentos populares.

Partindo para o hitlerismo, a opinião do autor é a de que essa corrente corrompeu a propaganda Leninista: usou táticas de propaganda antes executadas, mas de forma vazia, apenas para subir ao poder. A propaganda hitlerista focava no ódio e na raiva, sem apresentar

base racional e nem progressão tática, condicionando quem aderisse ao instinto do poder. Além disso, associou, por meio de uma propaganda eficaz, o bem-estar e a felicidade do povo alemão à figura do Partido Nazista.

No quinto capítulo do seu livro *La Propaganda Política* (1941), Bartlett estabelece leis e técnicas utilizadas pela propaganda para impor os seus ideais. Tais leis não limitam e nem definem a propaganda, mas são formas ideais de operar. E essas leis não afetam o funcionamento da propaganda, pois a mesma pode assumir diversas formas e recursos quase ilimitados. Goebbels diz (2001, p. 61.) que “fazer propaganda é falar dela por todas as partes (...) a propaganda é ilimitada em suas variações, flexibilidade de adaptação e em efeitos”. Ou seja, a propaganda não se restringe a um único meio ou canal. Ela deve espalhar-se por mídias tradicionais, mas também por interações cotidianas, tal atuação múltipla reforça a mensagem e amplia o alcance. E a propaganda individual constante é necessária para sustentar a propaganda de massa.

Podemos diferenciar a propaganda individual e a propaganda de massas, do século XX, da seguinte maneira: a propaganda individual é aquela transmitida através de conversação, distribuição de brochuras/jornais, boca-a-boca e porta-a-porta. Já a propaganda de massas é transmitida por impressos, panfletos, jornais, cartazes, palavras, alto-falantes, canto, imagens (caricaturas, sátiras, emblemas e símbolos) e, pelo espetáculo.

2.4.1 As leis da propaganda segundo Bartlett

A primeira lei citada pelo autor é a lei de simplificação e do inimigo único. Como o próprio nome diz, ela busca sintetizar ao máximo a mensagem do emissor. Palavras de ordem e slogans tornam-se o mais breves possíveis, focando em paixões políticas com entusiasmo como em “Terra e Paz”. E o ódio é focado em um único indivíduo: um inimigo em comum a ser combatido, com palavras e slogans como “Fora X” ou “Abaixo Y”.

A propaganda nazista, por exemplo, focava seus ataques em líderes determinados e não em grupos inteiros. Isso fazia parecer que o inimigo era apenas um mau líder guiando pessoas enganadas, o que tranquilizava seus seguidores e ajudava a atrair quem estivesse em dúvida. Assim, enfraqueciam a oposição e criavam a ideia de que havia uma grande conspiração por trás de tudo.

Já a lei da ampliação e desconfiguração faz referência à prática de exagerar ou distorcer informações com o fim de realizar a propaganda. Detalhes banais como frases soltas ou eventos isolados são utilizados e repetidos à exaustão para reforçar a sua ideologia ou criar

narrativas favoráveis ao seu lado. Por exemplo, quando a propaganda nazista tratava as greves que ocorriam nos Estados Unidos como uma prova incontestável da falência dos sistemas políticos estrangeiros. O próprio líder do partido nazista disse na biografia *Mein Kampf* que a propaganda deve buscar atingir o público com menor nível de instrução, utilizando frases simples, linguagem emotiva e slogans exagerados. As ideias precisam ser apresentadas de forma direta, sem explicações complexas, para facilitar a aceitação imediata. Essa metodologia visava a mobilização rápida das massas, recorrendo à ironia, ao deboche e a promessas genéricas.

A lei da orquestração reforça a importância da repetição. O autor cita Goebbels (2001, p. 77), que dizia: “A Igreja Católica mantém-se porque repete a mesma coisa há dois mil anos. O Estado nacional-socialista deve agir analogamente”. Porém, a citada repetição não deve ser tediosa, senão perde a atenção do seu alvo. Ela deve passar por variações para apresentar a palavra de ordem sob diferentes aspectos. O que importa de fato para estar de acordo com a lei da orquestração é manter o tema em foco enquanto o apresenta de diferentes formas. Assim, determinado tema deve ser adaptado para diversos públicos, remodelando-se de acordo com o seu público alvo.

Um exemplo citado no livro *La Propaganda Política* é a forma como os jornais da fronteira entre Alemanha e Polônia divulgavam informações sobre opressões que minorias alemãs sofriam. Essa notícia era reproduzida por grandes jornais como se viessem sempre de fontes diferentes.

A propaganda também utiliza estratégias específicas para medir a reação do público, como o uso do que o autor nomeia de “balões de ensaio”. Jornais e comentaristas são escolhidos para divulgar determinadas ideias e analisar como a opinião pública (nacional ou internacional) reage.

Esse método é comum em contextos de guerra ou mudanças na política externa. Caso a resposta seja negativa, os responsáveis pela divulgação podem ser desacreditados publicamente, sendo até acusados de agir em favor do inimigo.

Chegamos na quarta lei descrita na obra, sendo ela a lei da transfusão. É consenso geral de que a propaganda não é criada do nada, ela é baseada em uma série de crenças, mitos, medo, preconceitos e sentimentos já existentes em uma sociedade.

Podemos exemplificar citando os propagandistas hitleristas do regime nazista, convenciam ao reforçar medos, ódios e esperanças já enraizados no imaginário coletivo da antiga Alemanha. Os mitos germânicos e ressentimentos da derrota na Primeira Guerra foram mobilizados para criar uma narrativa nacionalista poderosa.

Ou seja, para uma propaganda ser eficaz ela não deve impor ideias imperativamente, mas validar aquilo que o público já vai acreditar e tem presente em sua cultura, validando suas convicções através de notícias e comunicação moldada. Essa estratégia cria no público a sensação de estar certo desde o início, gerando um forte sentimento de pertencimento à causa.

Com esse objetivo, meios de comunicação e discursos políticos nunca devem contrariar o público diretamente e devem optar por reforçar estereótipos, pensamentos e crenças já existentes, mesmo que sejam simplistas ou irracionais. Durante a guerra, por exemplo, essa estratégia foi usada para obter apoio rápido e eficaz. Em resumo, a propaganda não impõe ideias novas, mas facilita a aceitação das convicções já presentes no imaginário coletivo.

A quinta e última lei descrita pelo autor é a lei da unanimidade e contágio. Uma vez vivendo em sociedade, um indivíduo tende a harmonizar com os seus semelhantes para não perturbar o status quo existente. E para manter essa harmonia social, os indivíduos tendem a seguir o grupo mesmo que isso os leve a adotar ideias contraditórias. Desta ilusão de unanimidade nasce forte ferramenta da propaganda: criar a sensação de que todos pensam da mesma forma como um rebanho. Isso reforça o sentimento de pertencimento (já citado anteriormente) e evita o abandono à ideia. O uso de uma “personalidade-piloto” — que consiste em alguém que o público já conhece e admira cegamente manifestando-se a favor de uma ideia ou partido político — também é uma ferramenta de influência amplamente utilizada.

Manifestações e desfiles são utilizados para fortalecer essa ilusão de unanimidade. A combinação de eventos públicos, símbolos visuais e música provoca um contágio emocional, criando um estado de êxtase coletivo através da forte presença de elementos como estandartes, bandeiras, insígnias, projetores e mais. Estes também servem para fortalecer a impressão da onipresença dos adeptos.

No regime nazista, o uso de símbolos como a suástica, músicas, uniformes e rituais em comícios, como os de Nuremberg, era estratégico para gerar uma intensa sensação coletiva de fé e missão histórica. O inimigo era sistematicamente desumanizado, enquanto Hitler era exaltado como figura messiânica. O objetivo dessa estratégia era transformar o cidadão alemão em militante, seja ativo ou passivo, por meio de um bombardeio constante de informações e estímulos, de modo que qualquer resistência mínima gerasse um profundo sentimento de traição à pátria.

3 ANÁLISE DA OBRA A ESPERANÇA

3.1 Marketing Político, Propaganda Política e A Esperança

3.1.1 Símbolos em *A Esperança*: o tordo e a rosa

Conforme já estabelecido nesta monografia de acordo com os textos de Torquato e Bartlett, no marketing e na propaganda política existem meios de operacionalizar uma ideologia, ou seja, há formas de se comunicar uma doutrina política por slogans, símbolos visuais, músicas e mais. O objetivo destes símbolos é criar uma comoção coletiva. Em relação à propaganda de massas, já se afirmou que ela é transmitida por impressos, panfletos, jornais, cartazes, palavras, alto-falantes, canto, imagens e espetáculo.

No livro de Suzanne Collins, *A Esperança*, a protagonista Katniss Everdeen é moldada como o “Tordo”, que é um ícone dourado que busca sintetizar a causa rebelde contra a capital. Neste ponto já podemos identificar semelhanças. Katniss é transformada por outros personagens em um símbolo visual e discursivo, o Tordo, assim como um candidato político precisa de um símbolo que represente e seja uma síntese da sua identidade.

No uniforme desenhado e construído para a protagonista na narrativa da história, a própria identifica os símbolos no croqui apresentado.

Plutarch desliza o caderno de desenho na minha direção. Por um instante, olho para ele desconfiada. Então a curiosidade me vence. Abro a capa e encontro um desenho de mim, em pé e com ares de força, num uniforme preto. Somente uma pessoa poderia ter desenhado o traje. À primeira vista, totalmente utilitário, mas examinando calmamente, uma obra de arte. A linha do capacete, a curva do peitoral, o ligeiro enchimento das mangas que permite que as dobras brancas sob os braços fiquem aparentes. Nas mãos dele, eu sou novamente um tordo. (COLLINS,, 2010, p. 27-28).

Neste trecho, a protagonista recebe um croqui do seu uniforme e reconhece o simbolismo presente, com as dobras brancas sob os braços que fazem alusão às asas de um tordo. Esta seria a veste que Katniss usaria nos “propos” (materiais de propaganda como anúncios, mensagens ou entrevistas veiculados tanto pela Capital quanto pelos rebeldes durante a rebelião a fim de promover a sua causa e influenciar o povo de Panem) como em suas aparições públicas.

Tais “propos” eram gravados em um estúdio no próprio Distrito 13 (que na narrativa era a base e quartel general da rebelião), com a Katniss devidamente caracterizada com seu traje, broche de tordo no coração e seu arco e flecha para simular que estava em campo de

batalha e grita palavras de ordem para uma câmera: “ Povo de Panem, nós lutamos, nós ousamos, nós acabamos com nossa fome por justiça! (COLLINS, 2010, p. 43). A escrita inteligente da autora se mostra ao descrever que a protagonista se recorda de Effie Trinket, uma civil da Capital que realizava o sorteio para os jogos vorazes, citando o slogan da capital “Que a sorte esteja sempre com vocês”.

Conforme citado no referencial teórico, palavras de ordem podem ter a intenção de levar forças políticas a tomar uma posição. Neste caso, a rebelião busca através do símbolo do tordo encarnado em Katniss Everdeen para incentivar levantes contra o atual governo. Também foi citado que palavras de ordem não têm valor se não repercutem na consciência de massas. Podemos fazer um paralelo com essa afirmação ao fato de que, no livro, o propo foi descartado devido a incapacidade da protagonista de executar palavras de ordem de uma forma convincente fora de uma situação real de batalha. Logo, não seria lida como o tordo.

Um outro exemplo que podemos citar como símbolo é a rosa do Presidente Snow, que estava sempre presente em suas vestes para disfarçar o cheiro de sangue exalado da sua boca, resultado de inúmeros envenenamentos de inimigos ao longo de sua carreira política. A rosa é a flor favorita do antagonista da saga por inúmeros motivos, está sempre presente em sua lapela, seu jardim e é utilizada como um cartão de visitas como um lembrete de sua constante vigilância. Como após bombardear o distrito 13 por dias a fio, um último veículo despeja rosas vermelhas e rosas como uma mensagem para o tordo e os rebeldes.

Assim que nos aproximamos do que era antes a grandiosa entrada do prédio, Gale aponta algo e o grupo todo diminui o passo. De início, não sei qual é o problema, mas então vejo que o piso está carregado de rosas recém-colhidas, vermelhas e cor-de-rosa. [...] Diante de mim encontra-se a segunda encomenda de Snow. Lindas rosas vermelhas e cor-de-rosa com longos caules, as próprias flores que decoravam o set onde Peeta e eu demos nossa entrevista pós-vitória. (COLLINS, 2010, p. 90)

Neste momento, a rosa do Presidente Snow é um símbolo condensado de poder e ameaça. Funciona como uma propaganda negativa por ter a intenção de coibir a continuidade da rebelião.

3.1.2 Construção imagética planejada

Os rebeldes do Distrito 13 e o governo opressor da Capital travam uma guerra verdadeira de propaganda, na qual a verdade é moldada por quem controla a narrativa audiovisual. Katniss e Peeta, antes amantes, agora são antagonistas um do outro ao serem transformados em personas políticas, com sua imagem sendo explorada como ícones de

campanhas opostas, um espelho das práticas contemporâneas de controle discursivo e espetáculo midiático.

Citamos no tópico anterior a entrevista que o personagem Peeta Mellark concede a um programa televisivo da capital. Nela, o personagem aparece com uma aparência saudável e sem marcas de agressão ou de presença em guerrilha pode ser analisado como um uso da imagem como construção ideológica, já que o controle da imagem política é um dos pilares para a comunicação política. Ou seja, neste caso, a aparência visual saudável e robusta do personagem aqui é vista como um determinante de credibilidade.

Sendo a televisão um meio de massa nesta narrativa fictícia tanto quanto é no mundo material, ela também é uma forte ferramenta de persuasão política utilizada para criar ou destruir reputações. A entrevista da personagem Peeta é um exemplo claro de representação do uso da mídia e da construção imagética como meio de manipulação e persuasão política nesta narrativa.

Conforme já foi estabelecido na metodologia desta monografia, o planejamento da identidade visual e comportamental do candidato é fundamental para o sucesso de uma campanha política. Na representação da narrativa aqui analisada, o comportamento e a identidade visual da protagonista Katniss Everdeen é um dos principais pilares para o sucesso da revolução planejada pela presidente do distrito 13.

Assim como nos dois livros que antecedem *A Esperança* e como uma figura política do mundo real, fora da narrativa, Katniss passa por um processo estético para reconstruir sua imagem pública, assim como um candidato é moldado visual e discursivamente para projetar coerência e carisma. Neste caso, a protagonista passa por uma reestruturação da sua imagem para ser lida como uma líder de rebelião e um exemplo a ser seguido na batalha contra o estado opressor do governo da Capital, liderado pelo Presidente Snow.

Os “Propos” citados no tópico anterior (Símbolos em *A Esperança*: o tordo e a rosa) também fazem parte dessa construção imagética, no qual a protagonista se vê em um estúdio estúdio de TV caracterizada com maquiagem e um traje desenhado por seu estilista de quando participou dos jogos vorazes simulando, que não seria o suficiente para ter o poder de convencimento necessário, conforme a própria protagonista constata.

“Não posso ficar em pé num estúdio de TV usando um traje e uma maquiagem numa nuvem de fumaça falsa e insuflar os distritos à vitória.” (COLLINS, 2010, p. 44). Nesta passagem, ela reconhece que o artifício por trás da propaganda, a encenação e a dramatização política, são usadas para inspirar emoção e empatia no eleitorado, porém a falta da realidade

em sua atuação não é o suficiente para convencer o que seria paralelo ao eleitorado, neste caso, os rebeldes dos demais distritos.

Uma vez que já foi dito que comportamentos, atitudes e ações são planejados para atingir determinado objetivo alinhado (neste caso, também definido) com o que a equipe de responsáveis pela imagem da figura política, o novo plano é pôr a protagonista em campo. A equipe rebelde planeja em detalhes qual deve ser a postura e quais serão as ações de Katniss diante das câmeras, assim como um controle de comportamento que ocorre em campanhas políticas fora da narrativa analisada. Esse planejamento também engloba o que pode ser caracterizado como um *media training*, que na vida real prepara o candidato para lidar com entrevistas, câmeras e situações de improviso, já nesta narrativa é uma forma de extrair um discurso espontâneo de Katniss, como uma subversão da tática descrita por Gaudêncio Torquato no *Novo Manual do Marketing Político*¹ (2014). A equipe rebelde planeja minuciosamente a postura e ações de Katniss diante das câmeras quando em campo, aplicando a essência controle de comportamento que ocorre em campanhas políticas reais, porém sem falas escritas previamente para serem proclamadas neste momento.

Temos (planejadas) umas tomadas maravilhosas de Katniss no hospital no 8. A gente deve fazer um outro pontoprop usando essas imagens com o seguinte tema: “Porque vocês sabem quem eles são e o que fazem.” Vamos nos concentrar em Katniss interagindo com os pacientes, especialmente as crianças, o bombardeio do hospital, e os destroços. Messala está fazendo a edição de tudo isso. Também estamos pensando em fazer um programa Tordo. Salientar alguns dos melhores momentos de Katniss entrecortados por cenas de levantes rebeldes e tomadas de guerra. (COLLINS, 2010, p. 63)

Do outro lado da guerra, temos Peeta Melark, interesse romântico da protagonista, que está sob custódia da capital e é utilizado para fazer discursos contra os rebeldes. Enquanto nos bastidores nós entendemos como leitores que o personagem está sendo torturado pelo governo opressor para se manifestar a favor dos interesses do presidente Snow, o governante é sagaz o suficiente para entender a importância da aparência do mocinho para passar veracidade em suas declarações.

Peeta parece saudável e até mesmo robusto. Sua pele está brilhando, sem marcas de maus tratos, daquele jeito maquiagem-de-corpo-inteiro. Ele está controlado, com o ar sério. Não consigo reconciliar essa imagem com o garoto agredido e ensanguentado que frequenta os meus sonhos. (COLLINS, 2010, p. 14)

¹ Apesar de se tratar de um manual voltado à prática eleitoral, a obra oferece reflexões relevantes sobre a construção estratégica da imagem pública e da identidade simbólica de personagens políticos. São esses elementos, especialmente no que diz respeito à elaboração imagética e discursiva, que fundamentam sua utilização como aporte teórico nesta análise.

Assim como Katniss foi reconstruída pela equipe rebelde como um símbolo da revolução, Peeta é reconstruído visualmente para atuar como um cidadão de Panem sensato que defende o *status quo* e condena as ações dos rebeldes, treinado para controlar voz e gestos, encarnando o conceito de disciplina gestual e comunicacional.

Podemos concluir então que a protagonista Katniss é moldada como uma verdadeira marca humana, coerente, icônica e emocionalmente apelativa. O visual, a gestualidade e o discurso são cuidadosamente planejados pela equipe rebelde, que aqui opera como uma agência de propaganda e publicidade, responsável por definir narrativa, estética e enquadramento a fim de comunicar valores da rebelião e despertar adesão para sua causa. Enquanto do outro lado da guerra ideologia, a capital faz um planejamento semelhante usando como ícone o interesse romântico da protagonista.

3.1.3 O método AIDA (Atenção, Interesse, Desejo, Ação)

O método AIDA (Atenção, Interesse, Desejo e Ação) pode ser aplicado em diversas esferas do marketing e não seria diferente na propaganda política. Podemos apontar na narrativa como parte fundamental da etapa de chamar a atenção do público o fato da protagonista Katniss ser o tordo, um símbolo que desperta a atenção do público e unifica a causa rebelde, como uma candidata conquistando visibilidade de um eleitorado, uma vez que despertar a atenção do público para despertar curiosidade é a etapa inicial da comunicação política.

O próprio figurino da protagonista é pensado para chamar a atenção e fazer referência ao símbolo do tordo como uma roupa com um logotipo político. Em conjunto a uma transmissão pública fruto de invasões *hacker* ao sistema midiático da capital, garante alcance de massa e a consolidação da figura do Tordo como ícone visual que representa o levante contra o vigente sistema opressor, a etapa de visibilidade total. Essa tática gera um impacto imediato e fixa a presença da garota em chamas na mente do público e dos rebeldes.

Podemos citar a etapa do interesse na visita estratégica da protagonista a um hospital de guerra, inicialmente para a captação de imagens do tordo interagindo com os feridos e refugiados da guerra para humanizar a figura de liderança de revolução e gerar envolvimento emocional com a causa rebelde. Tal ação é planejada e não está à toa na narrativa, a Presidente Coin demonstra ter o conhecimento de que o público precisa sentir para acreditar na rebelião; podemos atribuir esse pensamento ao fato de que a estratégia emocional aumenta o poder de atração despertando o interesse. Porém, a narrativa retrata uma guerra e o

cenário muda. Ao ter acesso à informação de que o tordo estaria em campo de batalha, a Capital não hesita em atacar um hospital com médicos e feridos para tentar eliminar o símbolo da revolução, o que serve de combustível para a propaganda rebelde. Imediatamente as câmeras são ligadas e Katniss grava uma mensagem para a Capital, que atingiria a população dos distritos em uma transmissão pirata para demonstrar o fracasso em eliminar a protagonista e denunciar o ato abominável de bombardear um hospital, assim como demonstrar o poder bélico rebelde que foi capaz de abater um aerodeslizador (veículo voador fictício presente na narrativa como transporte e veículo de guerra).

– Quero dizer aos rebeldes que estou viva. Que estou bem aqui no Distrito 8, onde a Capital acabou de bombardear um hospital cheio de homens desarmados, mulheres e crianças. Não haverá sobreviventes. (...) se por um segundo passou pelas cabeças de vocês que a Capital vai nos tratar com justiça se houver um cessar-fogo, vocês estão se iludindo. Porque vocês sabem quem eles são e o que fazem. (...) Isto aqui é o que eles fazem! E temos de reagir! (...) as aeronaves queimando no telhado do armazém em frente a nós. A insígnia da Capital em uma das asas brilha visivelmente em meio às chamas. – Está pegando fogo! (...) Se nós queirmos, você queimará conosco! (COLLINS, 2010., p. 58)

O apelo emocional à injustiça do bombardeio e a promessa de retaliação desperta o interesse moral dos distritos por se conectar emocional e moralmente com as dores do público. A reação popular mostra o sucesso da fase de interesse e partimos para a fase do desejo.

Ao demonstrar o êxito em sobreviver ao ataque e retaliar causando perda ao seu inimigo, Katniss faz um apelo transformador e desperta o desejo pela revolução. Isso faz da protagonista uma agente de transformação.

Do interesse, o público vai à identificação. No mundo material resultaria em militância simbólica, mas na narrativa proposta por Suzanne Collins a ação de Katniss e a divulgação dos “propos” resulta em maior engajamento do público em aderência à rebelião e levantes, fortalecidos pela decisão da protagonista de lutar que fortalece a sua coerência entre discurso e ação e por consequência a sua credibilidade, que na situação proposta pela autora da obra fictícia fazem as labaredas da “garota em chamas” arderem ferozmente.

A campanha midiática atinge seu objetivo quando os distritos explodem em revoltas conforme foram persuadidos a fazer. Isso é, o discurso do tordo transmitido através dos “propos” transforma o desejo em ação concreta.

No clímax da narrativa, um aerodeslizador com o símbolo da capital ataca os seus próprios civis e militares (mais tarde descobriremos que este foi um ataque coordenado pela rebelião, para que a população da capital se voltasse contra o governo opressor) e o

Presidente Snow é capturado. A sua execução seria televisionada como um ato final do ciclo AIDA e o público responde com catarse e adesão ao espetáculo, que é o comportamento desejado na etapa final do funil persuasivo: o público participando emocionalmente da vitória simbólica.

Podemos então concluir que o modelo AIDA (Atenção, Interesse, Desejo e Ação) estrutura toda a estratégia política montada pelos rebeldes para Katniss Everdeen. Iniciando com a criação da imagem simbólica do Tordo, passando pela mobilização emocional dos distritos com os propos e até o engajamento ativo culminando na queda da Capital, a narrativa de *A Esperança* reflete com o ciclo persuasivo do método AIDA.

3.1.4 Segmentação de mensagens

O marketing por segmentação atua por etapas, mirando grupos mais suscetíveis a aderir uma causa. No mundo construído por Suzanne Collins, Panem é constituída por 13 distritos, onde cada um tem a sua função social e de produção bem definidas, como o Distrito 13, que é responsável pela geração de energia nuclear, o Distrito 12 por minerar carvão, o Distrito 11, que é responsável por coleta de madeiras e assim por diante. Cada distrito com um foco industrial, de coleta ou geração de energia. Seguindo essa ordem, Plutarch (um dos estrategistas do grupo rebelde) planeja estratégias de penetração coletivas, visando à adesão de distritos por etapas até atingir o Distrito 2, ciente de que o Distrito 1 não iria aderir à revolução por conta de sua proximidade histórica com a Capital.

Parte da estratégia de segmentação é escolher aquilo que melhor ressoa com a audiência, inclusive qual personagem vai falar com o público-alvo. Podemos atribuir este fator à curadoria que acontece em determinado momento onde um discurso de Finnick Odair (personagem que integra o grupo dos rebeldes, uma vez campeão dos jogos vorazes e uma figura pública querida entre os moradores da Capital) para maior impacto social.

“Grande parte da minha entrevista nem chega a ser editada, apenas o suficiente para mostrar que estou viva e ainda na luta. A estrela do dia é o relato picante e repelente que Finnick faz da Capital.” (COLLINS, 2010, p. 97). Este destaque ao depoimento de Finnick ilustra o uso de materiais diferenciados na narrativa de acordo ao impacto emocional desejado, prática comum em estratégias de marketing político.

A escolha do porta-voz volta a ser tópico quando em um momento a protagonista escuta a Presidente Coin, líder da rebelião, citar que deveria ter resgatado o garoto (Peeta) ao invés de Katniss. Embora no marketing político a escolha do porta voz deva ser baseada na

empatia gerada no público-alvo e de fato Peeta seria uma escolha de representação adequada, tal comentário da presidente Coin se dá pela personalidade da personagem e não apenas por estratégia comunicacional.

Outro ponto que vale a pena ser citado é a edição das peças audiovisuais também fazerem parte da estratégia de Plutarch, com versões diferentes de cada take feito no Distrito 8 durante o bombardeio ao hospital. Uma adaptação dos conteúdos de acordo com a base sociopolítica determina a eficácia da comunicação e é uma das bases para a comunicação segmentada.

Em resumo, podemos observar que o caminho trilhado para a vitória dos rebeldes em *A Esperança* está ligada à eficácia das estratégias de comunicação representadas na narrativa. A segmentação das mensagens, a escolha dos porta-vozes e a edição dos conteúdos demonstram uma clara tentativa de dominar a narrativa a fim de utilizá-la como um instrumento político. Em comparação às campanhas políticas reais, a conquista de Panem ocorre por meio de uma gestão estratégica de informação e por moldar percepções coletivas, fazendo da comunicação uma arma de transformação da opinião pública.

3.1.5 Manipulação pela dor coletiva

Na narrativa de *A Esperança*, podemos notar o uso do sofrimento e da dor coletiva como instrumentos de mobilização política, refletindo o que a teoria do marketing político identifica como apelo emocional direcionado. Falas da protagonista são cortadas de seu discurso para evidenciar um discurso mais impactante, pode ser enquadrado como um uso do choque como recurso de comoção pública e instrumento de persuasão, conforme visto na última citação.

Ainda citando as filmagens da destruição no hospital do Distrito 8, podemos frisar que a montagem das imagens de destruição é uma forma explícita do uso de uma tragédia como um método de engajamento emocional da reação popular. Aqui, podemos fazer um paralelo entre os balões de ensaio, que são jornais e comentaristas escolhidos para divulgar determinadas ideias e analisar a reação da opinião pública, um método comum em contextos de guerra, como já foi citado. Porém, neste caso os comunicadores seriam não seriam jornalistas e comentaristas, mas figuras públicas: duas pessoas que ganharam as suas edições anuais dos jogos vorazes. Também não há análise explícita da opinião pública, apenas agitação.

A protagonista Katniss Everdeen também é foco de uma campanha de difamação por parte da Capital, por ser o tordo e o rosto da revolução. Quando pensamos na propaganda hitlerista, o foco no ódio e na base não precisavam apresentar racionalidade. Mas enquanto a propaganda hitlerista foca em um grupo, a Capital tem seus ataques direcionados apenas ao Tordo. Para isso, usam o Peeta em entrevistas televisionadas para direcionar duras palavras à protagonista. Pode-se citar também a inversão de papéis, uma antes amada figura pública agora é um algoz.

Podemos então ver que na narrativa de *A Esperança* o controle emocional é uma das principais armas políticas da trama. A dor, o medo e a esperança são espetacularizadas e manipuladas para comover, gerar adesão ou repulsa de acordo com o objetivo da Capital ou dos Rebeldes. O fato de ambos os lados utilizarem essas estratégias, semelhantes às estratégias do marketing político real, demonstra que a disputa ultrapassa o bélico e se estabelece também como uma guerra de narrativas.

3.1.6 Comunicação Integrada

A comunicação política exige planejamento e integração entre todas as suas frentes de atuação. Em campanhas eleitorais, cada mensagem, gesto ou imagem deve estar alinhado a um objetivo para formar um discurso e reconhecido pelo público. Esse princípio é a base da chamada comunicação integrada, na qual diferentes meios, como o audiovisual, discursivo e simbólico trabalham de forma coordenada para reforçar uma mesma narrativa.

Na narrativa de *A Esperança*, vemos que o Distrito 13 adota um modelo de comunicação similar ao que vemos ser utilizado em campanhas políticas do mundo real. Com o comando da presidente Coin e com a execução de Plutarch Heavensbee e toda a equipe de comunicação política dos rebeldes, montam uma estratégia midiática que combina o discurso, a imagem e o símbolo. As transmissões, os discursos ensaiados e a figura do Tordo formam um sistema integrado de propaganda para consolidar a imagem da revolução e enfraquecer a autoridade da Capital.

A comunicação integrada de marketing depende da coordenação entre diferentes setores para manter a coerência da mensagem, podemos ver essa coordenação em prática em diversos trechos do livro, com Plutarch montando a estratégia em conjunto à Coin e com Beetee sendo o responsável por executar a transmissão pirata à todos os distritos. Outro ponto do marketing político integrado é integrar os símbolos, e Katniss é o Tordo. Uma personificação da marca política e um símbolo visual cativante para a causa rebelde. Há um

apelo emocional, que já foi citado anteriormente nesta monografia como um recurso de persuasão que substitui a lógica racional na comunicação política. Tal tática é integrada com o controle, por força nesta narrativa, dos meios de difusão como os televisores da capital para fazer a mensagem chegar no público alvo. Podemos notar também que a edição dos “Propos” contam com uma série de elementos do marketing político integrados como o discurso, o símbolo (Tordo), o slogan (se nós queimarmos, você queimará conosco) e o que pode-se caracterizar como um jingle: um assobio de três notas utilizado pela protagonista em sua primeira participação dos jogos como forma de se comunicar com uma aliada.

Percebemos então que a revolução em *A Esperança* é sustentada pela coerência entre discurso, imagem e símbolo. A atuação de Coin, Plutarch e Beetee revela o planejamento estratégico e a integração entre todas as frentes de comunicação, enquanto Katniss representa a materialização do símbolo político. Assim como nas campanhas reais, a união entre emoção, estética e mensagem forma uma narrativa única, para mobilizar e convencer o público alvo.

3.1.7 Gestão da imagem em crise

Quando falamos de estratégias de comunicação política, a gestão de crise de imagem é fundamental para manter a coerência e a credibilidade de uma liderança diante de situações de ataque ou instabilidade. Quando a narrativa é ameaçada, a rapidez na resposta para manter o controle da mensagem é de fato essencial para restabelecer a confiança do público e proteger a identidade construída em torno de uma figura política.

Na narrativa de *A Esperança*, Suzanne Collins representa tal dinâmica pela reação do Distrito 13 às transmissões da Capital que utilizam Peeta como instrumento de manipulação. Essa é uma forma que a autora encontra para representar como a comunicação pode ser usada como ferramenta de contenção de crises e de reconstrução simbólica.

Conforme já citado anteriormente, Peeta concede entrevista em um programa televisivo da Capital. Nela, o par de Katniss cita que não fazia parte da rebelião e seu único objetivo era sair vivo com Katniss e seu filho (uma gravidez falsa, inventada para tentar fugir dos jogos de última hora), porém se viu envolvido em uma conspiração rebelde que destruiu a arena dos jogos vorazes, culminando na fuga de tributos, incluindo da protagonista. Na mesma entrevista, ele também deixa subentendido que Katniss também não sabia do plano, uma tentativa clara de enfraquecer a imagem da protagonista como o símbolo político do Tordo. Ataques diretos à imagem de uma figura política como este têm como principal

objetivo pôr em dúvida a sua credibilidade e romper o vínculo emocional estabelecido com o público. Quando a integridade ou a coerência do líder é colocada em jogo, o discurso perde força e soa falso. A narrativa construída em torno de sua autoridade se desmorona. Falando de alta exposição midiática, como um programa televisivo de alcance nacional como o exemplo citado em *A Esperança*, é um exemplo de uma estratégias de deslegitimação. O objetivo dessa entrevista foi de gerar incerteza e desconfiança suficientes para deslocar a percepção coletiva, corroendo gradualmente a confiança no líder e abrindo espaço para que os discursos do governo opressor da Capital se fortalecer..

É importante citar que até o momento na narrativa, Katniss era vista como o Tordo pelos distritos que se rebelavam e pela Capital que atacava a sua imagem, mas ainda não tinha aceito formalmente ser o rosto da rebelião. A presidente Coin sabia que precisava responder e para isso, precisava do Tordo ao seu lado. Para isso, uma reunião com a protagonista entra em curso, na qual suas exigências para ser o Tordo são atendidas prontamente, desde manter o gato da família até ter permissão de sair da fortaleza da Rebelião para caçar.

Após o acordo firmado, os planos para contornar a crise se iniciam. A primeira sugestão é da presidente Coin, que sugere que Katniss se aproxime romanticamente de Gale após a entrevista de Peeta, sem objetivo sentimental, mas estratégico: A imagem pública de Katniss é associada a Peeta, e sua credibilidade é ameaçada quando ele aparece na televisão da Capital pedindo cessar-fogo e citando a falta de conhecimento dela sobre o plano rebelde, o que o faz ser interpretado como um traidor. Para afastar Katniss dessa imagem, Coin sugere o envolvimento com Gale, figura vista pelos rebeldes como combatente fiel à causa, busca reorientar a narrativa emocional da protagonista e proteger a sua credibilidade.

Na perspectiva da gestão de crise de imagem, essa ação representa uma estratégia de reposicionamento afetivo: deslocar a atenção do público para um novo elemento simbólico (o romance com Gale), que reforça valores positivos como a lealdade para com a causa a fim de neutralizar o impacto negativo da crise. Assim como ocorre em campanhas políticas reais, quando um escândalo ameaça a imagem de um candidato, a equipe de comunicação age para redirecionar o foco da mídia e reconstruir a percepção pública com narrativas mais controladas e favoráveis. Porém, Katniss recusa esse plano e Plutarch segue para o já citado antes “Assalto Televisivo”, uma série “Propos” com a protagonista já na figura do tordo transmitindo a propaganda política rebelde para toda Panem.

Dessa forma, podemos entender que a gestão de crise de imagem em *A Esperança* tem a intenção de ir além da simples resposta a um ataque midiático, mas envolve a

reconstrução completa da narrativa política em torno da protagonista. A tentativa de reposicionar Katniss emocionalmente e o subsequente uso dos *Propos* revelam como a manipulação da imagem pública e o controle da mensagem são determinantes para a manutenção da liderança neste mundo fictício. Assim como nas campanhas políticas do mundo real, a obra mostra que, diante de uma crise, não vence quem tem a verdade, mas quem consegue controlar a narrativa, especialmente quando temos o conhecimento de que na obra fictícia, Katniss de fato não tinha conhecimento do plano rebelde.

3.1.8 A desconstrução do mito político: Presidente Snow e Presidente Coin como dois lados da mesma moeda

A desconstrução do mito político em *A Esperança* é o ponto máximo da crítica de Suzanne Collins à espetacularização do poder. Após toda uma narrativa sustentada por símbolos, discursos e imagens midiáticas cuidadosamente construídas, a autora revela o que o objetivo que a Presidente Coin buscava através da propaganda era também a dominação. O ciclo de manipulação iniciado pela Capital se reflete no clímax do plano de Coin, evidenciando que a mudança de quem está no poder não necessariamente altera as estruturas de poder.

O marketing político, quando excessivamente centralizado, tende a reproduzir a lógica autoritária que pretendia combater, substituindo apenas o rosto do poder. Após capturar o Presidente Snow, a Presidente Coin sugere uma última edição dos jogos vorazes, dessa vez com crianças da Capital. Aqui vemos que o cérebro por trás da rebelião pretende fazer uso da vingança como discurso político, uma forma de manipular o emocional coletivo dos distritos sedentos por sangue e em busca de justiça por todas as vidas ceifadas ao longo de quase 1 século de opressão. Porém, esta proposta de Coin reproduz o mesmo espetáculo de violência da Capital, utilizando o ressentimento como ferramenta política. Neste momento, Katniss reconhece que a nova liderança repete os mecanismos de controle simbólico da antiga. Isso demonstra uma intenção de dar continuidade ao sistema de manipulação política que, em teoria, acabou de ser vencido.

Em um espetáculo final para encerrar o capítulo da guerra na história de Panem, Katniss é colocada frente a frente com o Presidente Snow para executá-lo com o seu icônico arco e flecha, que, por ser a arma que utiliza nos jogos e na rebelião, tornou-se parte da identidade imagética do Tordo. Porém, a protagonista surpreende ao atingir fatalmente a Presidente Coin. Assim, Katniss rompe com o ciclo de manipulação e destrói o espetáculo

político ao se recusar a ser o instrumento de um regime que segue os moldes opressores o qual ela lutava contra. Esse gesto simboliza o colapso da propaganda política construída pelos rebeldes. Nesse contexto, a decisão de Katniss de romper com o sistema, recusando o papel de Tordo e tirando a vida da líder da rebelião que a consagrou, funciona como metáfora para a quebra da narrativa política baseada na aparência e na emoção.

A execução de Coin encerra o ciclo de dominação que se apresentava como a única esperança e expõe a essência do poder como instrumento de controle, independentemente de quem está o exercendo. A autora Suzanne Collins encerra sua narrativa com a destruição do mito político, reafirmando que a verdadeira ruptura só ocorre quando o indivíduo rompe com o sistema simbólico que o aprisiona. Nesse gesto, a autora transforma o ato de Katniss em uma metáfora da libertação da propaganda no momento em que a imagem perde força e o humano recupera o protagonismo.

3.2 A Distopia em “A Esperança”

A partir do conceito de distopia como “lugar ruim” conforme discorrido na metodologia desta monografia, podemos identificar o terceiro volume da trilogia original de *Jogos Vorazes*, o livro *A Esperança*, como uma obra distópica por conta da sociedade que se estrutura em torno dos pilares já conhecidos em obras distópicas: controle político, supressão da liberdade individual e manipulação emocional.

Quando analisando a trilogia *Jogos Vorazes* como um todo, identificamos com certa facilidade elementos distópicos, como a padronização da identidade, uma vez que os distritos, além de espaços geográficos, são marcadores de casta social. Por exemplo, residentes do Distrito 12 são mineradores que devem extrair carvão para a capital e vivem em extrema pobreza, enquanto os moradores do Distrito 1 produzem itens de luxo para a capital e podem viver uma vida mais confortável.

Limitação de comunicação, vigilância constante e privação do acesso à informação também estão presentes na narrativa, uma vez que é proibido o traslado entre distritos e há uma força militar do estado presente em cada distrito para vigiar e manter a ordem, assim como câmeras de vigilância, que captam imagens da protagonista Katniss em seu distrito no segundo volume da trilogia, a obra *Em Chamas*, que logo depois são usadas como chantagem pelo Presidente Snow. A manipulação do pensamento, no qual se busca estabelecer uma única versão da verdade, se mostra presente na história gloriosa contada pela Capital, na qual

a guerra contra o distrito 13 foi vencida, quando na verdade o mesmo estava habitado e operacional.

Porém, mesmo no Distrito 13, onde se passa boa parte da narrativa do livro *A Esperança*, podemos identificar elementos distópicos. O mais óbvio seria a padronização da identidade individual da protagonista. Aqui, Katniss não é mais um sujeito autônomo, mas o símbolo de uma rebelião, um símbolo político, o próprio Tordo. Tanto pelo distrito 13 quanto pela Capital, sua imagem é construída e manipulada positiva e negativamente, de acordo com os interesses de cada força política.

Outro ponto interessante é a vigilância constante. Todos os passos de Katniss são observados, monitorados e ela é sempre escoltada. Há um pretexto de que tal vigilância é feita para zelar por seu bem estar, principalmente em missões externas, por conta de sua fragilidade mental e também por ser alvo de forças inimigas devido a sua importância simbólica. Porém, a vigilância constante que cai sob a protagonista não deixa de se encaixar na descrição elaborada por Oliveira (2024) como um poder que age diretamente sobre um indivíduo.

Também podemos citar a privação do acesso à informação. Descrito por Oliveira (24) como o controle que o regime dominante tem sob o fluxo informacional ao disponibilizar somente o que é conveniente para a manutenção do poder. É exatamente o que a Capital faz ao divulgar sua própria narrativa sobre a guerra para a população de Panem (a capital e os distritos). As mortes em combate, informações e estratégias de guerra são espetacularizadas e transmitidas a fim de criar uma versão da realidade que serve mais para manutenção de poder do que para comunicar os fatos. Ou seja, a realidade passa a ser um produto político neste caso.

Outro ponto forte das narrativas distópicas que podemos identificar nesta obra é a forte supressão emocional e psicológica que vemos na protagonista. Katniss é uma personagem traumatizada pelos eventos dos livros anteriores, é medicada constantemente e é tida como mentalmente desorientada. Não fica explícito até onde o seu diagnóstico mental é verídico, mas ainda assim esta é uma forma de controlar suas ações e suas reações emocionais, transformando a dor da personagem em ferramenta para satisfazer as necessidades do sistema.

Em resumo, a obra *A Esperança* usa de maneira explícita os traços de uma distopia, desde a reprodução do autoritarismo sob o discurso de libertação (neste caso, de um povo oprimido). O uso de uma nova edição dos Jogos Vorazes com as crianças da Capital é o ápice que demonstra que a nova liderança, da Presidente Coin, em uma Panem recém-liberta do

governo do Presidente Snow é só mais uma forma de legitimar a violência pelo bem coletivo, que evidencia que a distopia não está apenas no governo dos antagonistas, mas nas estruturas de poder apresentadas na narrativa.

Podemos compreender então que *A Esperança* tem toda a configuração de uma narrativa distópica, expondo na história um sistema político que controla identidades, restringe liberdades, manipula a comunicação para interesses próprios e faz do sofrimento humano um instrumento político. Não há soluções definitivas, mas é uma história que convida à reflexão crítica sobre poder e propaganda, o que reforça a sua função como estrutura política importante nas narrativas distópicas contemporâneas.

3.3 Análise Narrativa da Obra *A Esperança*

Podemos afirmar que a obra *A Esperança* de Suzanne Collins configura-se como uma narrativa literária por apresentar os elementos fundamentais que compõem uma narrativa: enredo, personagens, espaço, tempo e narrador. Tais elementos se organizam de forma coerente ao longo da obra, produzindo sentido e conduzindo o leitor por uma sequência de fatos (acontecimentos) interligados.

O enredo de *A Esperança* estrutura-se através de uma progressão causal de eventos que acompanham o encerramento da trilogia da protagonista Katniss Everdeen. Iniciamos essa narrativa com a descoberta do Distrito 13 como líder de uma revolução em toda Panem, cuja única informação que tínhamos até o momento foi de sua obliteração na guerra contra a capital. A complicação (ou força perturbadora) não demora a iniciar, que é a partir do momento em que Katniss passa a ser utilizada como símbolo político da revolução (o tordo). Este é o momento em que o estado inicial é quebrado. Logo, partimos para a dinâmica, que se desenvolve durante a guerra civil, com a intensificação dos conflitos armados e principalmente da crescente instrumentalização midiática da Katniss.

Já a resolução da história acontece durante a invasão da Capital e com o assassinato do líder da rebelião (Presidente Coin) pelas mãos do símbolo da rebelião (Katniss Everdeen). O estado final é o fim da guerra, com a protagonista voltando a viver em seu distrito em reconstrução, em um país com um novo equilíbrio social e político. Então, de acordo com o modelo teórico da narrativa proposta por Reuter (2002) em diálogo com Adam, Greimas e Larivaille, podemos estabelecer a narrativa da obra *A Esperança* da seguinte forma:

Tabela 02 — Momentos fundamentais do enredo em *A Esperança*

Momento fundamental do enredo	Significado do momento na narrativa	Ocorrência na narrativa de <i>A Esperança</i>
Estado inicial	Situação de equilíbrio inicial, que apresenta o mundo narrativo, seus conflitos latentes e a posição da protagonista.	Após a destruição do Distrito 12, quando Katniss desperta no Distrito 13 e encontra uma resistência formada para combater o Presidente Snow e a Capital.
Complicação ou força perturbadora	Ruptura do equilíbrio inicial, responsável por desencadear o conflito central da narrativa.	Quando Katniss aceita assumir o papel de Tordo, sendo transformada em símbolo político da revolução.
Dinâmica	Desenvolvimento das ações decorrentes da complicação, com intensificação dos conflitos, alianças, disputas e transformações das personagens.	Ao longo da guerra civil: gravações dos propos rebeldes, ataques aos distritos, avanço militar em direção à Capital, missão do Esquadrão Estrela (formado por antigos vencedores dos jogos vorazes que se juntaram à resistência) e o crescente desgaste psicológico de Katniss diante da violência e da manipulação política.
Resolução ou força equilibradora	Momento de clímax em que o conflito central é enfrentado e encaminhado para seu desfecho.	Durante a invasão da Capital, culminando no assassinato da presidente Coin por Katniss, revelando que o novo poder pretendia reproduzir as mesmas lógicas autoritárias da Capital.
Estado final	Estabelecimento de um novo equilíbrio, distinto do inicial, marcado pelas consequências dos conflitos vivenciados.	No epílogo, com o fim do regime da Capital, a dissolução do poder de Coin e Katniss tentando reconstruir sua vida no distrito 12 em reconstrução, sem jogos vorazes.

Fonte: Elaboração própria.

Os personagens têm um papel central para movimentar o enredo. Katniss Everdeen é a protagonista, ela é a responsável por grande parte de ações e tomadas de decisões que impulsionam a narrativa. Sua trajetória tem conflitos internos e externos. A Presidente Coin e o Presidente Snow são antagonistas, embora sejam representações distintas dos polos do poder. Também podemos citar personagens secundários como Peeta, Gale, Haymitch, Prim e Finnick, que contribuem para a complexidade da narrativa por suas relações afetivas e políticas com a protagonista da história.

O espaço narrativo é amplamente explorado, mas é bem definido: é Panem. A obra explora os diferentes distritos, cenários devastados pela guerra que vão além do espaço geográfico, funcionando também como ambiente: carregam significados sociais, políticos e simbólicos que influenciam diretamente o comportamento dos personagens, como as reações de Katniss ao bombardeio do distrito 8 durante sua visita. Entretanto, em questão de ambiente é interessante citar o contraste entre a Capital (militarizada, com muitas ferramentas de vigilância) e a disciplina forte do Distrito 13. Esses elementos reforçam a característica autoritária de ambas estruturas de poder presentes na obra.

O tempo narrativo da obra ocorre de forma cronológica. Acompanha a progressão de eventos da guerra até o seu desfecho e também ao pós-guerra. Entretanto, há incursões no tempo psicológico nos momentos em que a protagonista relembra algum trauma ou passa por um novo trauma, como o de ver a sua irmã mais nova por quem ela se voluntariou a participar dos jogos no começo de tudo ter sua vida ceifada durante um bombardeio na invasão à Capital. Esses momentos de confusão no tempo narrativo são possíveis pelo fato da obra ser narrada em primeira pessoa, com Katniss Everdeen assumindo a função de uma narradora-protagonista.

Uma característica importante para se citar é que este modelo de narração limita o campo de visão do leitor à percepção da personagem. Ou seja, conhecemos a história a partir dos sentimentos de Katniss em relação a outros personagens, ambientes, espaços e acontecimentos. Embora essa escolha narrativa aproxime o leitor da protagonista, também intensifica o surgimento de possíveis dúvidas que o leitor possa ter sobre a veracidade dos fatos apresentados pela narradora-protagonista.

Portanto, articulando enredo, personagens, espaço, tempo e narrador, podemos afirmar que *A Esperança* se estrutura como uma narrativa literária. A identificação e compreensão de tais elementos são necessários para a análise proposta nesta monografia, uma vez que fornecem uma base teórica que utilizarei para investigar a seguir como os discursos políticos representados nesta obra moldam a sua distopia.

4 CONCLUSÃO: A DISTOPIA É O PÃO E O MARKETING POLÍTICO É O CIRCO

Até o presente momento, esta monografia teve como objetivo analisar a obra *A Esperança*, de Suzanne Collins, sob a perspectiva da comunicação, do marketing político e da construção simbólica de uma narrativa distópica, a fim de investigar como os mecanismos da propaganda influenciaram no desenvolvimento da protagonista Katniss Everdeen e no andamento dos conflitos que rodeiam o enredo. Partindo do referencial teórico do marketing político, da comunicação de massas e das referências sobre distopia e análise narrativa, buscou-se também compreender como a obra ficcional exagera na representação das práticas de comunicação para produzir uma crítica à espetacularização do poder.

Nesta análise podemos identificar que a guerra travada em *A Esperança* vai além do campo militar, mas integra o campo comunicacional e simbólico. Especialmente quando colocamos em paralelo a Capital e o Distrito 13, que disputam o controle da narrativa por imagens, discursos, símbolos e especialmente por estratégias midiáticas. Este é um forte indício de que o poder no ambiente estabelecido do universo da obra analisada é exercido através da capacidade de moldar percepções coletivas e da mobilização da emoção coletiva. Neste contexto, a protagonista é transformada em um produto político atingindo o seu ápice ao assumir o papel do “Tordo”, tendo o seu discurso e gestual instrumentalizado para atingir o objetivo da resistência, por mais que ele não seja apenas um objetivo de libertação, mas de manutenção do sistema de poder sob uma nova governança.

Vale citar que, embora acompanhem a disputa no campo comunicacional e simbólico através das representações de estratégias de marketing política aplicadas no ambiente da narrativa analisada, subentende-se que os combates militares em campo também acontecem em paralelo. Porém, não temos real dimensão de tais conflitos por conta da escolha narrativa de contar o enredo da obra através de uma narradora-protagonista. Conforme diálogo entre Gancho (1991 *apud* Wojciekowski, 2009) e Wojciekows (2009), sabemos que uma característica deste tipo de narração em uma obra se dá em primeira pessoa e os fatos narrados são primariamente vividos pela protagonista, o que limita o ambiente e o espaço. Em outras palavras, a visão do narrador está totalmente limitada à visão da protagonista Katniss Everdeen e todas as informações que temos são vividas pela personagem, incluindo informações sobre missões como o resgate do personagem Peeta (ação da qual Katniss só toma conhecimento após sua execução), a visita ao hospital no distrito 8, a

incursão no Distrito 2 e a invasão final à Capital, que são alguns dos poucos exemplos que podemos citar de ações em campo de batalha presentes de forma explícita ao longo da obra.

Voltando a abordar a transformação da protagonista Katniss Everdeen, que vivia na miséria do Distrito 12 até ter seu destino radicalmente mudado em um sorteio na colheita, em um símbolo de rebelião como o Tordo, que significa a resiliência, rebelião, esperança e sobretudo a resistência contra a Capital, acompanhamos a complexidade da personagem ser reduzida e reprimida para que ela se torne um símbolo facilmente reconhecido: trança, arco-e-flecha e chamas. A “Garota em Chamas” que portava um arco e uma aljava agora também é promessa de liberdade. A sua função deixa de ser de alguém que tenta sobreviver em um regime opressor e passa a ser de alguém que tem por função gerar identificação e adesão. Vemos o desenvolvimento de uma personagem acontecer de forma condicionada pela propaganda, que recebe ordens de como, quando e de que maneira agir.

Embora usem momentos espontâneos da personagem para produção da propaganda, as suas reações para tal foram condicionadas para que acontecessem de forma que o Distrito 13 precisava. Uma das características distópicas já analisadas nesta monografia é a padronização da identidade, na qual a identidade é suprimida ou moldada através de determinadas ações, como divisão social, vestimentas ou nomenclaturas. Quando pensamos na mitologia de *Jogos Vorazes*, a associação instantânea que se pode fazer é aos Distritos. Porém, no caso da transformação da protagonista no Tordo, há um paralelo desta padronização da identidade aplicada diretamente à Katniss, uma vez que a) sua imagem pública é moldada como a de uma guerreira messiânica que vem trazer a esperança e a liberdade; b) sua identidade de garota do Distrito 12 é suprimida para que ela possa se apresentar publicamente de forma a incentivar aderência à rebelião; c) há uma nomenclatura nova atribuída à Katniss ao nomeá-la Tordo; d) ela está em uma divisão social diferente dos demais soldados, dada a importância da sua imagem e da necessidade de tê-la viva.

Conforme repetido diversas vezes ao longo desta monografia, o avanço dos conflitos se liga diretamente com o sucesso das estratégias de comunicação, como o uso eficaz dos “propos”, os discursos televisionados da Capital, a escolha dos porta-vozes e a edição de imagens. Aqui, é colocado em disputa na narrativa o domínio dos fluxos de comunicação. A manipulação do pensamento e a limitação da comunicação são fatores determinantes para se classificar uma obra como distópica segundo Oliveira (2024).

A busca por controle e restrição de comunicação da Capital tenta impedir propagandas que espalhem ideias dissidentes e as transmissões piratas do Distrito 13 quebram essa barreira, iniciando um novo embate: o da manipulação do pensamento. Enquanto para a

Capital o Tordo é uma jovem qualquer com habilidade em arquearia que incentiva violência e derramamento de sangue, a rebelião publiciza o Tordo como a esperança que une Panem contra a opressão da Capital. De um ponto de vista neutro e fora do espaço narrativo, é possível afirmar que tais ações têm o mesmo fim: o de alienar os receptores da mensagem em causa própria.

Com estes pontos em questão, podemos entender que *A Esperança* utiliza representações do Marketing Político na narrativa para a construção distópica da narrativa. Não há apenas uma opressão explícita, mas uma vigilância, supressão de liberdades e especialmente a manipulação emocional de massas e simbologia, especialmente com a protagonista. Há um forte exagero de práticas reais de marketing político, quase transformando-o em uma caricatura como na cobertura jornalística em estilo de Reality Show da guerra ou na chuva de rosas brancas sobre um Distrito 13 bombardeado. Em *A Esperança*, cada ação de marketing político é pensado para gerar um impacto direto em audiências, a fim de gerar comoção. De certa forma, podemos entender tal exagero como um espelho crítico que amplia mecanismos que já existem no mundo material.

Olhando do ponto de vista narrativo, é interessante refletir a respeito da presença simultânea de dois antagonistas em *A Esperança*, representados pela personagem Presidente Coin e Presidente Snow, que não são objetos construídos com fim de se tornar apenas um recurso narrativo de reviravolta, mas um elemento importante para entendermos a estrutura crítica política e comunicacional proposta por Suzanne Collins em sua obra. A presença de dois antagonistas estabelece também dois pólos de poder (aparentemente) opostos, rompendo a narrativa tradicional heróica onde o conflito se resolve em uma história linear e com um inimigo claramente identificado, uma narrativa clássica de bem contra o mal.

Na obra, é apresentado então um cenário onde a disputa não é dicotômica entre liberdade e opressão, mas entre duas instâncias diferentes que usam mecanismos semelhantes de controle e manipulação. Os personagens Presidente Snow e Presidente Coin então são uma representação da disputa pela hegemonia discursiva. Do ponto de vista do marketing político, a disputa destes personagens é por dar sentido aos acontecimentos de acordo com o discurso de sua comunicação. Enquanto o presidente Snow usa a mídia da Capital para mostrar como os rebeldes são sanguinários e desorganizados, a Presidente Coin usa transmissões piratas para criar uma imagem de heroína para o rosto da rebelião, cada um enquadrando a realidade de acordo ao próprio interesse.

Neste contexto, entende-se que há compreensão dos personagens antagonistas de que a adesão do povo de Panem à uma causa vem principalmente pelo poder de convencimento

das narrativas construídas (ordem e manutenção do status quo contra a liberdade para viver em uma nação livre). Por isso não é incorreto afirmar que a guerra apresentada na obra *A Esperança* é uma guerra de narrativas e a vitória veio para quem soube controlar melhor o imaginário coletivo, com a Presidente Coin atacando os próprios soldados e médicos da rebelião entre crianças da Capital, fingindo um ataque do Presidente Snow e assim conseguindo a adesão até da polícia da Capital que defendiam a mansão de Snow, o único local ainda não tomado pelos rebeldes.

Ainda a respeito da coexistência de dois antagonistas, podemos entender que isso ajuda a aprofundar o conflito interno da protagonista Katniss. Ela se vê instrumentalizada como símbolo político pelo Distrito 13 como aquela que leva esperança e vai trazer a liberdade para Panem assim como pela Capital, que constrói uma imagem de traidora. Tal controle faz com que a protagonista passe a questionar, internamente, quem exerce o poder e como o poder é exercido. Só é possível dar tal percepção à protagonista por conta dos dois polos opostos que operam de forma semelhante. Logo, o duplo antagonismo é um dispositivo narrativo que conduz tanto a protagonista quanto o leitor (por conta da condição de protagonista narradora) a entender e tomar consciência sobre a natureza cíclica do poder político em Panem. Ao estabelecer dois antagonistas, Suzanne Collins afasta a sua narrativa do simplismo “bem contra o mal” e se aproxima de uma crítica mais complexa e de uma representação mais real de estratégias políticas.

Com dois antagonistas estabelecidos, surge uma dúvida: quem é o verdadeiro antagonista enfrentado pela protagonista? Embora Katniss expresse opiniões que demonstram o desdém pela personalidade dos antagonistas, a sua luta não é necessariamente contra eles como indivíduos, mas sim sobre a lógica sistêmica similar aplicada por ambos em seus ambientes de poder. Da mesma forma que Katniss se via como um produto enquanto sob os holofotes da capital, sentia-se despersonalizada e não se reconhecia nos discursos escritos em nome de um objetivo político. Katniss não se identificava com nenhum dos dois lados, o seu único desejo era uma vida tranquila no Distrito 12 e o que a impede de atingir este objetivo não é necessariamente a Presidente Coin ou o Presidente Snow, mas um sistema abstrato, no qual o espetáculo e a comunicação instrumentalizados são utilizados como uma forma de dominação de massas.

Chegando na desconstrução do mito político que acompanhamos no desfecho da narrativa, quando Katniss como protagonista-narradora explicita o seu verdadeiro sentimento e realização sobre a real líder da Rebelião, Presidente Coin, que reproduz as mesmas lógicas autoritárias da Capital; em mais um grande momento de espetacularização, a protagonista é a

escolhida para executar o antigo chefe de estado julgado e condenado à morte na Avenida dos Tributos. Aqui, temos um grande exemplo do exagero ficcional: a recusa de Katniss de uma suposta nova liderança vir por uma flechada fatal no olho disparada pelo Tordo ao invés de qualquer outro meio democrático. Assim, a protagonista rompe o ciclo e expõe o caráter opressor da propaganda que fez parte, libertando-se da padronização a qual foi submetida e também, talvez por ironia da autora, libertando Panem da opressão.

Ter a protagonista derrubando (literalmente) a líder da rebelião que pregava a liberdade e a esperança através do símbolo do Tordo é de fato o ápice da trilogia e sintetiza com perfeição a crítica construída ao longo da narrativa. Essa ação da protagonista simboliza uma ruptura definitiva do ciclo de opressão, impedindo a manutenção do sistema com apenas uma alteração na liderança vigente. É importante lembrar que essa ação acontece no momento de maior atenção à rebelião, quando todos os olhos estão voltados para a execução do Presidente Snow, Katniss subverte a expectativa do público e assassina a estrutura de poder ao se recusar a perpetuar o mesmo mecanismo de espetacularização da violência em vigência durante o governo de Snow.

O efeito não é imediato, claro. Katniss é presa e julgada em uma sequência que não deixa claro quanto tempo se passou cronologicamente. Após estes acontecimentos, Katniss é absolvida por ser considerada mentalmente incapaz no momento do assassinato por conta do trauma da guerra e Panem tem sua primeira presidente democraticamente eleita, Comandante Paylor, que esteve à frente do Distrito 8 (o mesmo que Katniss visitou e testemunhou o bombardeio de um hospital) durante a rebelião.

A flecha acertar o olho da Presidente Coin carrega um simbolismo que se justifica na narrativa. Na trilogia, é estabelecido que Katniss, quando caçadora ilegal no Distrito 12, sempre acertava o olho de suas presas. Pensando de forma mais abstrata, podemos pensar no olho como vigilância, controle e percepção. Em *A Esperança*, há um foco na construção visual da figura do líder, com postura e discurso bem planejados para gerar legitimidade, um exagero de estratégias políticas reais. Ao perfurar o olho da líder da Rebelião, Katniss se liberta dessa visão construída de sua imagem, a protagonista sobrepõe a sua real personalidade de garota do campo que caçava para sobreviver e neste caso a sua presa é o sistema de opressão que se perpetuava em Panem, que teria continuidade se não fosse por sua ação, e é finalmente vista como ela é de fato: apenas uma garota traumatizada pela perda precoce do pai seguida do amadurecimento auto imposto para cuidar da família, pelos jogos vorazes, pela destruição do seu distrito de origem e pela guerra que a tomou como símbolo. Além da interpretação narrativa, também podemos entender o ataque ao olho como uma

metáfora da destruição do enquadramento comunicacional, que depende da visibilidade e da repetição simbólica para surtir efeito, e a flecha de Katniss negou que esse poder seja exercido.

Quando pensamos no marketing político aplicado no mundo material, sabemos que ele atua diretamente na organização do imaginário coletivo, definindo conflitos visíveis, emoções que são legítimas e quais narrativas merecem o holofote, isso para simplificar disputas políticas complexas em narrativas fáceis de se entender e assimilar, transformando a política em campo de consumo simbólico. Ou seja, a figura política passa a ser uma marca, com atributos visuais, discursivos e emocionais cuidadosamente planejados.

A transformação de Katniss no Tordo é um exemplo claro, que pode ser enquadrado como exagero, desse processo de assimilação de uma figura política à uma marca simbólica. A imagem da protagonista foi moldada ao longo da narrativa para condensar a revolta e a esperança do povo de Panem, mas suprimiu a sua individualidade, como uma característica clara do marketing político, que busca a identificação emocional para uma comunicação eficaz e não autonomia para a figura política.

A guerra em *A Esperança* é apresentada como um espetáculo midiático, no qual todo o simbolismo citado anteriormente, além de tragédias e batalhas, são registradas e transmitidas com objetivos estratégicos em busca de adesão em uma guerra pelo fluxo de informação e interpretação de acontecimentos em busca do controle da narrativa. Essa batalha entre os dois polos de poder é uma característica da obra que reforça a crítica distópica, explicitando que a mudança de uma liderança não resultaria na superação da estrutura simbólica de dominação.

Ou seja, o conflito da protagonista vai além de derrotar um inimigo político, é a busca por uma real liberdade ao recusar a instrumentalização de um sistema que transforma a política em estratégias de manipulação emocional (como quando a Presidente Coin bombardeou seus soldados e crianças da Capital fingindo ser um ataque a mando de Snow para gerar revolta). Katniss batalha contra a espetacularização da política, que sustenta o poder em Panem. *A Esperança* é uma distopia que critica o uso do marketing político como mecanismo de dominação através da representação das estratégias deste em sua narrativa para construir a sua realidade distópica.

Por fim, entendemos que o conflito real de Katniss Everdeen é interno e ético. Ela se recusa a ser um instrumento de manipulação simbólica. Desde o início da obra, Katniss é pressionada a assumir o papel de um símbolo messiânico e esvaziar sua individualidade em prol de uma causa maior que ela e ela cede. Essa é uma crítica direta à dinâmicas do

marketing político, que transforma indivíduos em produtos simbólicos a favor de narrativas simplificadas, mas eficazes do ponto de vista estratégico e comunicacional. Por isso, o gesto de ruptura da protagonista não deve ser lido como um ato de insubordinação, mas como uma recusa definitiva de operar dentro desta lógica, rompendo a narrativa do espetáculo que legitimaria uma nova-velha ordem política no ambiente estabelecido no livro. A real vitória alcançada então não é a dominação de Panem e da Capital pelos rebeldes do Distrito 13, mas pela interrupção do ciclo de dominação, em especial daquele que a prendia.

Neste ponto, *A Esperança* vai além da crítica a regimes autoritários que são tradicionais de distopias e faz uma crítica ampla das estruturas de comunicação que sustentam dito poder na sociedade contemporânea. A autora evidencia o marketing político, a mídia e construção de narrativas como elementos que trabalham juntos para funcionar como instrumentos de dominação tão eficazes como a força bélica, convidando o leitor a refletir sobre limites éticos da comunicação política e como a espetacularização pode ser perigosa quando naturalizada.

Diante dos pontos aqui apresentados, concluo que em *A Esperança*, a autora Suzanne Collins faz uso de elementos distópicos como ferramentas para criticar o uso do marketing político e da comunicação como uma arma de dominação tão poderosa como o poder bélico e o estado. Concluindo com maestria uma trilogia bem estruturada nos elementos narrativos descritos nesta monografia, *A Esperança* ilumina uma disputa política na narrativa baseada no embate de ideias, emoções, imagens e também de narrativa exagerando mecanismos que também podem ser identificados no mundo real do qual a obra é expressão cultural. A obra também evidencia como o controle das narrativas e emoções coletivas constitui o verdadeiro campo de batalha em Panem, o que se reflete em práticas recorrentes e históricas do marketing e da propaganda política além das páginas da ficção.

Ao transformar sua protagonista em um símbolo e permitir que a mesma se liberte deste enquadramento, a autora demonstra os riscos da espetacularização da política. Neste sentido, a distopia funciona como um espelho crítico, ampliando e tornando visíveis mecanismos que são naturalizados na nossa realidade. Através de sua escrita estruturada em elementos distópicos (sutis ou não), Collins convida o leitor a uma reflexão crítica sobre o papel da propaganda política, da construção de poder simbólico e da mídia na sociedade contemporânea. Ou seja, como toda boa distopia que permanece na história como exemplo de narrativa bem construída e influente, *A Esperança* é uma distopia que nos convida a refletir sobre aspectos do mundo real através da arte de narrá-lo através de histórias que o representam em mundos ficcionais.

REFERÊNCIAS

- BACCOLINI, Raffaella & Tom MOYLAN (eds). **Dark Horizons: Science Fiction and the Dystopian Imagination**. London: Routledge, 2003.
- BARTLETT, Frekerik C. **La Propaganda Política**. México: Fondo de Cultura Economica, 1941.
- BOSI, Alfredo. Narrativa e resistência. In: **Literatura e resistência**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. p. 118-135.
- BOOKER, M. Keith. **The Dystopian Impulse in Modern Literature: Fiction as Social Criticism**. Westport, Conn: Greenwood, 1994.
- CLAEYS, Gregory. **Dystopia: A Natural History**. United Kingdom: Oxford University Press, 2017.
- COLLINS, Suzanne. **A Esperança**. Tradução: Alexandre D'Elia. Rio de Janeiro: Rocco Digital, 2012.
- COLLINS, Suzanne. **Em Chamas**. Tradução: Alexandre D'Elia. Rio de Janeiro: Rocco Digital, 2012.
- COLLINS, Suzanne. **Jogos Vorazes**. Tradução: Alexandre D'Elia. Rio de Janeiro: Rocco Digital, 2012.
- OLIVEIRA, Mikaela. **Toda Distopia Começa Com Uma Faísca: As Centelhas Discursivas Na Construção Da Heroína Distópica Na Trilogia Jogos Vorazes**. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal. 2024.
- PORTELA, Milena Cristina; PINTO, Maria Aracy Bonfim. Vista do Um presente para o futuro: a distopia contemporânea e suas interseções com a experiência pós-moderna. **Literatura e Autoritarismo**, [S.l.], n. 22, p. 121-136. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/LA/article/view/39202/21839>>. Acesso em: 12 fev. 2026.
- RODRIGUES, Diego Rodrigues. O existencialismo vulgar na cultura pop: entre a utopia e a distopia no imaginário contemporâneo. **Trans/Form/Ação**, v. 47, p. e02400175, 7 jun. 2024.
- TORQUATO, Gaudêncio. **Novo manual de marketing político**. São Paulo: Summus, 2014.
- WOJCIEKOWSKI, Maurício Moraes. **Utopia/Distopia e Discurso Totalitário: uma análise comparativo-discursiva entre Admirável mundo novo, de Huxley, e A república, de Platão**. Dissertação (Mestrado em Literatura Comparada) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre. 2009.