

Batman – O Cavaleiro das Mídias ¹

Dickson de Oliveira TAVARES²

Marcelo Bolshaw GOMES ³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Nos estudos da mídia as trocas simbólicas entre a produção e a recepção permitem compreender como funcionam as engrenagens da indústria cultural. Sendo o Batman, um personagem nascido nas histórias em quadrinhos nos anos 1930 se transmutou seguindo o fluxo temporal em conexão com o universo midiático, mergulhando no repertório imagético e simbólico da cultura de massa por meio da singularidade de sua trajetória, por suas encarnações na série de televisão e no cinema. Ao problematizar a trajetória midiática da figura do personagem Batman sob a luz dos estudos culturais de John B. Thompson e a Jornada do Herói de Joseph Campbell, permitem identificar como valores simbólicos são reconfigurados de acordo com o momento histórico, evolução técnica e mercadológica de produção e reprodução e a segmentação de público.

PALAVRAS-CHAVE: Batman. Histórias em quadrinhos. Estudos da mídia. Cultura de massa.

BATMAN – O Cavaleiro das Mídias

As trocas simbólicas dos bens culturais problematizadas por John B. Thompson em seu livro *A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia* (2014), no capítulo 1, intitulado de *Comunicação no Contexto Social*, são desenhadas por ele, a partir da relação entre os meios de comunicação e informação e sociedade moderna, destacando o aspecto do poder simbólico exercido pelas instituições culturais (como a Igreja, as instituições de ensino, a indústria, a mídia etc.) sobre os indivíduos. Tal poder exercido pelas instituições culturais, estruturado de forma industrial, pôde-se materializar pelo advento dos avanços técnicos e tecnológicos de reprodutibilidade dos bens simbólicos.

Nessa perspectiva, Thompson (2014, p.42) destaca que “a atividade simbólica é característica fundamental da vida social em igualdade de condições com a atividade produtiva, a coordenação dos indivíduos e a atividade coerciva”. No ambiente em sociedade, os indivíduos “se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Imagem e Imaginários do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Estudos da Mídia - UFRN, e-mail: dicksontavares@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Estudos da Mídia - UFRN, e-mail: marcelobolshaw@gmail.com

formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros; eles são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informações de conteúdo simbólico” (THOMPSON, 2014, p. 42).

Ao enquadrar o papel da mídia na dinâmica comunicacional em nossa sociedade, Thompson expõe o seguinte raciocínio sobre recursos comunicacionais, os quais ele define como sendo “meios de informação e comunicação”:

Estes recursos incluem os meios técnicos de fixação e transmissão; as habilidades, competências e formas de conhecimento empregadas na produção, transmissão e recepção da informação e do conteúdo simbólico (que Bourdieu chama de “capital cultural”); e o prestígio acumulado, o reconhecimento e o respeito tributados a alguns produtores ou instituições (“capital simbólico”) (THOMPSON, 2014, p. 42).

Nesse cenário, a industrialização e a urbanização fomentaram as bases para o desenvolvimento dos processos de circulação da informação. Por conseguinte, a imprensa, a propaganda, a cultura do entretenimento foram crescendo como respostas e reflexo da nova sociedade das cidades. Por sua vez, a classe do proletariado constituiu uma nova demanda de mercado, que compôs a produção e também se estabeleceu como classe consumidora. Desse modo, os bens de consumo do mundo moderno passaram a figurar como objetos do desejo dessa nova classe social. A cultura se apresenta como mercadoria e seu acesso e democratização, simbolicamente, representam *status* e empoderamento social na era moderna, a serviço da nova demanda de mercado da classe social ligada ao eixo econômico da sociedade industrial e urbana.

Com isso, o consumo das manifestações artísticas como o teatro, a literatura, a música, o cinema e demais peças artísticas propiciam o surgimento de uma infraestrutura que permita o acesso e a democratização, bem como a atividade comercial alavancada pela demanda de consumo de arte. Além disso, editoras, teatro, redações de jornal, casas de espetáculos, galerias, museus e a própria mídia se configuram como peças da grande engrenagem da indústria cultural.

A partir disso, surge a terminologia de cultura de massa, que caracteriza o movimento de democratização dos bens simbólicos da cultura erudita de forma reconfigurada e adaptada ao ambiente urbano e à classe social do proletariado. Nesse processo, a mídia exerce o papel de mediadora entre a cultura erudita e o proletariado, potencializando o acesso e a circulação dos bens simbólicos. Desse modo, autores e produtores culturais passam a ter um novo mercado para atender e é nesse contexto que o casamento entre o avanço tecnológico, advindo

da evolução técnica e industrial, e a cultura permitiram o salto da produção artística e do entretenimento.

No presente artigo, o estudo do personagem Batman permite uma reflexão sobre a relação entre a demanda provocada pelas práticas sociais do mercado consumidor e a estrutura midiática em torno do personagem com base em sua trajetória pelo cinema, pela televisão e pelas histórias em quadrinhos.

Narrativas gráficas e a Cultura de massa

Ao estudar o Batman, é preciso falar da mídia da qual o personagem surgiu – as histórias em quadrinhos. Para estudar as histórias em quadrinhos, devemos considerá-las como mídia de massa e fazer um recorte histórico de sua criação e características, como linguagem visual e estrutura narrativa.

As histórias em quadrinhos conectam-se ao movimento de consolidação das sociedades urbanas do início do século XX, com cidades em crescente expansão, impulsionadas pela continuidade do processo de industrialização, iniciado no século anterior. Ao criar um meio de comunicação, de informação e de entretenimento para a massa – majoritariamente formada pela nova classe proletariada –, as revistas com histórias em quadrinhos remontaram a dinâmica que existia entre as classes mais eruditas e os clássicos romances literários dos séculos XVIII e XIX.

Explorando uma narrativa puramente visual, os quadrinhos apresentaram seus heróis em estórias dos mais diversos gêneros, com linguagem palatável ao nível cultural das massas. Ao analisar aspectos como a materialidade das histórias em quadrinhos, temos um meio de comunicação que basicamente utiliza a linguagem visual, inerente à condição humana. Surgem, então, os desenhos gráficos de personagens que reproduzem – por meio do desenho, das representações pictóricas das narrativas e das estórias ficcionais – os aspectos simbólicos da cultura humana. Nesse cenário, a plataforma de reprodutibilidade é o meio impresso, por sua condição técnica relativamente simples, sua diversidade e acessibilidade democrática, que permitiram o alcance comunicacional mais facilitado às massas. Tal condição tornou-se possível desde o advento da prensa de Gutemberg.

Outra característica das histórias em quadrinhos como meio comunicacional é o seu alto grau de fixação das formas simbólicas. As representações visuais de nossa cultura e dos signos e símbolos de nosso cotidiano podem ser facilmente identificadas por qualquer

indivíduo, independentemente de escolaridade, faixa etária, gênero ou condição social numa dada cultura. A representação gráfica de uma árvore, um cão ou um automóvel, comunicam imediatamente principalmente aos pouco escolarizados e/ou aos pouco letrados. Mesmo os balões com as falas dos personagens e os símbolos gráficos que representam as marcas verbais, o som, por meio das onomatopéias, credenciaram os quadrinhos como a mídia das massas. Seu potencial de decodificação de seu conteúdo simbólico por meio das habilidades não exige dos leitores um conhecimento técnico ou competências ou formas de conhecimento específicos para absorver o conteúdo, basta abrir a publicação e ler aquela narrativa gráfica visual.

Nas palavras de Edgar Morin (1997), em seu livro *Cultura de Massa no século XX - O Espírito do Tempo – I - Neurose*, as histórias em quadrinhos são, em potencial, além de um meio de comunicação, uma mídia da cultura de massa.

[...] o fosso que separa o mundo infantil do mundo dos adultos tende a desaparecer: a grande imprensa para adultos está impregnada de conteúdos infantis (principalmente a invasão das histórias em quadrinhos) e multiplicou o emprego da imagem (fotos e desenhos), isto é, de uma linguagem imediatamente inteligível e atraente para a criança; ao mesmo tempo, a imprensa infantil tornou-se um instrumento de aprendizagem para a cultura de massa (MORIN, 1997, p. 39).

A construção do herói



Figura 1 – Composição para ilustrar a base de referências da culturais que serviram de inspiração para a criação do Batman. O Fantasma (1936), O Sombra (1930), o Zorro (1920), o filme *The Bat* (1926) e os esboços do Omitóptero de Leonardo Da Vinci. Resultaram no Batman, apresentado pral primeira vez na edição nº 27 da *Detective Comics* (1939).

Os heróis das narrativas presentes nos universos ficcionais das histórias em quadrinhos passam a ter valor simbólico de fuga da realidade, esperança e catarse para o

público oprimido no realismo concreto da vida urbana das grandes metrópoles. Quando personagens como o *Superman*⁴ ou o Batman nas suas histórias sempre prendem os vilões e acabam com o mau, acabam por refletir o desejo de justiça do homem comum do mundo real, que enxerga nas façanhas e proezas dos super-heróis uma esperança de que dias melhores virão e que vale a pena ser um bom exemplo.

Protagonista das narrativas ficcionais, dos folhetins fabulísticos, analisados por Humberto Eco em seu livro *Super-Homem de Massa – retórica e ideologia no romance popular* (1991), que discorre sobre o arquétipo do herói das narrativas ficcionais como símbolo da cultura de massa, oriunda da indústria cultural.

O Super-homem do folhetim tem consciência de que o rico prevarica contra o pobre, e que o poder se fundamenta na fraude; mas não é um profeta da luta social, como Marx, e conseqüentemente não repara essas injustiças subvertendo a ordem da sociedade. Simplesmente sobrepõe sua justiça à comum, aniquila os maus, recompensa os bons, restabelece à harmonia perdida. Nesse sentido o romance popular democrático não é revolucionário, é caritativo, consola seus leitores com a imagem de uma justiça fabulística; mas apesar disso põe a nu problemas e, se não oferece soluções aceitáveis, delinea análises realistas (ECO, 1991, p. 111).

Os heróis dos quadrinhos, assim como todos os heróis, fazem o que estão fazendo porque precisam fazê-lo, porque acreditam estar fazendo o certo, não por seus próprios motivos e emoções. Comumente, o herói dos quadrinhos terá superpoderes para enfrentar supervilões e, por mais difícil que seja a batalha, o herói continuará sacrificando-se em nome de um grupo de pessoas, da cidade onde vive, do país ou em alguns casos, do mundo.

Diante dos produtos culturais de conteúdo simbólico, o presente estudo utiliza o personagem das histórias em quadrinhos – Batman. A escolha parte dos seguintes aspectos sobre o personagem: a materialidade de sua condição como bem cultural, a diversidade de sua reprodutibilidade em meio técnico, o alto grau de fixação de sua forma simbólica, seu elevado grau de distanciamento espaço-temporal e o potencial de decodificação de seu conteúdo simbólico.

Na condição de personagem, o Batman foi concebido primeiramente com a tarefa de repetir o sucesso de público alcançado pelo *Superman*. Ao agregar os valores culturais do universo urbano dos anos 1930. Numa temática mais próxima do cotidiano das grandes metrópoles, no início de 1939, o jovem cartunista Bob Kane, inspira-se nos filmes de

⁴ No presente artigo, será adotada a grafia do nome do personagem Super-Homem na língua nativa do país de sua origem editorial, no caso em inglês do Estados Unidos da América.

gângsteres, nas tiras do *Fantasma* (1936), nos esboços do *Ornitóptero*⁵ de Leonardo Da Vinci, nas revistas *pulps*⁶ do *Sombra* (1930), nos filmes *A Marca do Zorro* (1920) e na estética expressionista *The Bat* (1926) para criar um novo personagem. Surge, então, um novo super-herói – *The Bat-Man*. Na indústria cultural, pode-se afirmar que nada se cria, pois tudo está carregado de referências. Mais tarde, adotando a grafia sem o hífen, o Batman (também chamado d’o Homem Morcego ou d’o Cavaleiro das Trevas), juntamente com os demais super-heróis que surgiram ao logo dos anos seguintes, tornou-se um bem da cultura de massa.

Na construção do personagem heroico, como o Batman, os autores procuraram seguir a premissa das antigas narrativas da cultura humana – relacionando o “monomito” do herói, proposto por Joseph Campbell (1997, p. 5) com os estilos de narrativa clássica do cinema ou das histórias em quadrinhos. Os três estágios dessa jornada – partida, iniciação e retorno – são quase a base de roteiros. Campbell (1997, p. 18) define um conceito sobre o protagonista da narrativa heroica como: “Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes”.

Segundo Campbell (1990, p. 138), “a façanha convencional do herói começa com alguém a quem foi usurpada alguma coisa”. Esse ato de heroísmo, para Campbell (1990, p. 141), é “o objetivo moral é o de salvar um povo, ou uma pessoa, ou defender uma ideia. O herói se sacrifica por algo, aí está a moralidade da coisa”. Todos os heróis precisam passar por um ciclo de “morte” e renascimento por meio do sacrifício, físico ou espiritual, a fim de alcançar um objetivo.

Nesse cenário, os heróis em suas origens “morrem” como seres comuns em determinada passagem de sua história para retornar como super-humanos. Ao recriar o mito do *cowboy*, o Batman se enquadra no novo tipo de herói – o *yankee*, pioneiro urbano que habita agora o ambiente capitalista moderno. Bruce Wayne, seu *alter ego*, reflete o arquétipo de modelo social – um “playboy” bilionário, dono de um império de negócios econômicos, modelo de homem bem-sucedido que dedica seu tempo livre a combater os criminosos e malfeitores.

⁵ Um célebre projeto de Leonardo da Vinci, elaborado no século XV, que consistia em um equipamento feito com asas acopladas aos braços, que obtém tanto a sustentação quanto a propulsão por intermédio do movimento alternativo de suas asas, semelhantemente ao que ocorre em aves, morcegos e insetos voadores.

⁶ *Pulp* ou ainda *pulp fiction* ou revista *pulp* são nomes dados, de forma pejorativa, às revistas feitas com papel de baixa qualidade (a “polpa”) a partir do início dos anos de 1900. Eram revistas que traziam histórias de qualidade menor ou absurdas, muitas vezes de cunho erótico, de terror e ficção científica. Mais tarde, os *pulps* deram lugar aos *comics* com seus super-heróis.

Ao ver seus pais serem assassinados, ter seu mundo destruído, deixa de ser o menino que era para se transformar em um vigilante que busca a justiça na metrópole fictícia de Gotham City. O menino que fica órfão aos oito anos de idade cresce e, anos mais tarde, torna-se o símbolo de prosperidade financeira, cidadão modelo de honestidade e bondade reconhecido por todos, drama social que contrasta com a imagem do vigilante vingativo Batman. A construção do próprio Batman, pelo Bruce Wayne, é um exemplo de valorização de aspectos como trabalho duro, coragem, determinação, esforço, treinamento e inteligência, uma reconfiguração do mito do *self-made man*⁷. Para Campbell (1990, p. 137), “Mesmo nos romances populares, o protagonista é um herói ou uma heroína que descobriu ou realizou alguma coisa além do nível normal de realizações ou de experiência. O herói é alguém que deu a própria vida por algo maior que ele mesmo”.

As histórias em quadrinhos, em suas narrativas da época, procuravam a valorização do caráter e de um arquétipo característico: o homem caucasiano, que era o herói das tramas, criado à imagem e semelhança daqueles a quem se destinavam as histórias. Ao enfatizar os traços de uma personalidade trabalhada, treinada, moldada dos heróis, proporciona, para um universo quase infinito de pessoas, a identificação com tais valores simbólicos, passando a apreender as características e a procurar espelhar suas próprias características ao padrão do herói.

Ao construir um herói que, motivado pelo desejo primal de vingança, procura, por meio do poder econômico e tecnológico, impor o medo aos que ele atribui como criminosos e párias foras da lei, que não se enquadram no *status quo* da nova sociedade altamente urbanizada, seus criadores Bob Kane e Bill Finger, assim como os demais sucessores no trabalho com o personagem, amalgamaram os valores simbólicos de uma cultura que era reflexo e espelho de suas trocas simbólicas.

Ademais, a longevidade de Batman nas páginas das revistas em quadrinhos só se consolidou e foi possível em virtude da exploração da característica de atemporalidade dos valores simbólicos impregnados em sua constituição material como personagem. O Batman foi e é reinventado em outras plataformas de mídia, como a televisão e o cinema, que exploram outras narrativas que revelem e ampliem as opções técnicas e de materialidade do personagem. Conseqüentemente, esse processo ocorre em consonância entre o público e os

⁷ Expressão que, numa tradução aproximada, significa algo como: faça a si próprio, derivada dos escritos do Benjamin Franklin, um dos fundadores dos Estados Unidos da América que, entre tantos atributos literários e inventivos, foi considerado o pai do empreendedorismo. É um termo vinculado ao ideal de meritocracia.

meios detentores dos direitos de reprodutibilidade do personagem e suas histórias em diversas linguagens e mídia.

O cavaleiro das mídias



Figura 2 – Pôster do longa metragem Batman – lançado em 1966 derivado da série de TV do mesmo ano. Ao lado, a cobertura da mídia em torno da série de TV e os primeiros itens de *merchandising* associados ao sucesso do Batman da televisão.

A trilha de sua longevidade se constituiu por meio dessas múltiplas encarnações. O caráter atemporal das narrativas de suas histórias apresenta-se em três momentos marcantes de sua trajetória na mídia. O primeiro momento foi a série para televisão com atores e uma produção de arte que transportou a narrativa das histórias em quadrinhos para uma outra mídia, de forma a reinventar essa narrativa para o meio televisivo. Isso também acabou influenciando o universo das revistas em quadrinhos – aplicação do conceito de narrativa transmídia.

Na década de 1960, as histórias em quadrinhos passam por uma crise criativa e de vendas, principalmente provocadas pelo movimento de contracultura e das manifestações pelos direitos civis das minorias. Personagens como *Superman*, Mulher Maravilha e Batman além de representarem uma época nostálgica dos anos 1940 e 1950, não despertavam mais o interesse dos novos públicos também pelas histórias com declínio criativo. A televisão, nessa época, vai crescendo de forma hegemônica conquistando o antigo público dos quadrinhos com desenhos animados e novas aventuras em formato de telesséries com temas policiais, ficção científica e temática cômica. Com esse cenário favorável, o produtor William Dozier negocia os direitos de produção de uma série com atores de verdade sobre o Batman.

A série torna-se um sucesso no horário nobre da TV norte-americana. Com dois episódios semanais de aproximadamente 30 minutos cada, nas primeiras duas temporadas; já

na terceira e última temporada foi reduzido para um episódio por semana. A série durou de 1966 a 1968, com 120 episódios. Considerada um “telegibi” pelo jornalista Jorge Ventura e autor do livro *Sock! Pow! Crash! – 40 anos da série Batman da TV* (2006), a série conectou-se culturalmente aos anos 1960.

Explorando a estética *camp*⁸, o seriado pretendia levar à telinha da TV a mesma dinâmica e narrativa das histórias em quadrinhos, abusando do uso de clichês e onomatopéias, com bom humor e irreverência. Nas palavras do produtor da série, William Dozier, em entrevista nos anos 1960: “Jamais quis recheiar a telinha com um herói amargurado. Batman tinha que ser carismático para as crianças, engraçado para os jovens e digno para os adultos” (VENTURA, 2006, p. 41).

A série ganha tamanha dimensão que uma série de produtos licenciados são lançados ao mercado. O Batman da série torna-se muito popular, ganha credibilidade e tem a sua imagem associada a diversos produtos de consumo, desde itens de vestuário, brinquedos até alimentícios. O Batman da série passa a emprestar sua imagem para campanhas institucionais e educativas do governo norte-americano, como uma campanha dirigida para as crianças sobre as leis de trânsito.

Com a sua popularização na TV, o Batman se mantém vivo também na sua mídia matriz – as histórias em quadrinhos. Personagens criados para a série e aventuras da telinha passam a influenciar discursiva e esteticamente o público. O Batmóvel da série passa a ser oficializado nos quadrinhos. Além disso, a reformulação da *Batgirl* dos quadrinhos dos anos 1940 é contextualizada para a série dos anos 1960 e reaparece totalmente renovada nos quadrinhos. Ao realizarem tais experimentações criativas, os produtores estavam preconizando o que mais tarde Jenkins (2009) definiria como Narrativa Transmídia.

O segundo momento marcante na trajetória do Batman foi a redefinição do gênero história em quadrinhos para novela gráfica. Nela, a história em quadrinhos ganha dimensão mais literária, apresentando roteiros com o viés mais adulto, autoral e complexo. Com isso, o autor passa a ter mais destaque que o personagem. Na história, o personagem é apresentado não em sua essência, mas na visão do autor que está trabalhando nele.

Após o fenômeno de mídia e de popularidade da série *camp* dos anos 1960, o Batman passou os anos seguintes sendo reinventado a fim de deixar de lado a imagem cômica e satírica da série de 1966 para uma abordagem de volta às origens mais sombrias e realistas

⁸ O termo *camp* é comumente relacionado ao exagero, à afetação, a uma estética especial que ironiza ou ridiculariza o que é dominante.

dos quadrinhos dos anos 1940. O marco na trajetória do Batman foi a novela gráfica – *Batman – The Dark Knight Returns* (no Brasil, *Batman – O Cavaleiro das Trevas*). Escrita e desenhada pelo norte-americano Frank Miller, esse Batman é um homem de mais de cinquenta anos e que, depois de anos aposentado, decide retomar o combate ao crime numa realidade completamente nova e distópica, o que o faz entrar em conflito com velhos inimigos, antigos aliados e fantasmas de seu passado.

Lançada em 1986, *Batman – o Cavaleiro das Trevas*, no formato original de minissérie em quatro partes, como atos de uma grande ópera ou odisséia, a história apresenta um personagem mais denso e psicologicamente mais perturbado. Bruce Wayne está mais velho e já havia aposentado o capuz e a capa do Batman anos antes, após a morte do Robin. Porém, diante da escalada da violência orquestrada por uma gangue de rua que ameaça a população de Gotham City, Bruce Wayne decide vestir novamente o manto do Homem Morcego e enfrentar essa gangue, como também seus inimigos clássicos como o Duas-Caras e o Coringa.

Há também o confronto definitivo com o *Superman*, gerando uma das imagens mais emblemáticas das histórias em quadrinhos. Tal publicação foi um marco editorial por segmentar um nicho muito explorado na atualidade – encadernações de luxo para leitores adultos. Essa “adultização” do Batman propiciou a reinvenção e popularização de sua imagem para um público muito maior que o de seus leitores habituais das revistas em quadrinhos.



Figura 3 – O Batman de Miller e o Batman de Burton.

O trabalho de Miller acabou também por influenciar a reinvenção do Batman para as telas do cinema. O produtor norte-americano Michael Uslan decide produzir um novo

filme do Batman, e começa, em 1973, a jornada em busca de realizar uma película que reconduzisse o personagem às suas origens e se afastasse da sobre *camp* dos anos 1960. Somente em 1988, Uslan consegue o sinal verde para a produção do seu novo Batman.

O filme *Batman*, de 1989, está baseado na proposta mais adulta do personagem apresentada por Miller na *graphic novel*. Nessa versão, sob a chancela da Warner Brothers, com mais orçamento, grande elenco e renovados efeitos visuais. Dirigido pelo jovem cineasta Tim Burton, fascinado pela estética gótica, expressionista e com base no quadrinho Cavaleiro de Trevas, essa nova versão trazia novos elementos estéticos, como um novo uniforme, nova Batcaverna, novo Batmóvel etc.

Ao problematizar a relevância da estética da recepção na midiaticização dos bens culturais, no caso um personagem como o Batman, Laan Barros, em seu ensaio sobre a problematização da mediação e da midiaticização, destaca:

No universo da comunicação midiática o receptor é constantemente desafiado a empreender nova poética no exercício da estética. As dimensões lúdicas e oníricas de muitos produtos midiáticos convidam os receptores a preencherem os vazios, ao exercício da imaginação e construção de novos sentidos (BARROS, 2012, p. 100).

A obra de Tim Burton tem vários traços marcantes de algumas das mais consagradas escolas do cinema. Seu fascínio pela estética do cinema do expressionista⁹ alemão dos anos 1920/30 reconfigurou o Batman para o cinema. Burton resgatou a atmosfera sombria e gótica da versão original do personagem dos quadrinhos e o contextualizou para a estética do cinema de ação dos anos 1980 – explosões, violência e subversão de valores. Como o filme do Batman se tratava de um trabalho autoral de Tim Burton, ter a liberdade para incorporar referências como a história em quadrinhos *Batman - O Cavaleiro das Trevas* (1986) de Frank Miller, que reforçou a abordagem mais sombria de sua visão do personagem.

Outra característica é a indefinição temporal da época em que se passa o filme, o que traz um elemento relevante para a adaptação de um personagem como o Batman. Na sua visão da Gotham City, Burton mistura características ambientais e arquitetônicas que remontam à Europa do início do século XIX e o início do século XX: muita fumaça de fábricas, como na Revolução Industrial, e os ambientes enevoados, semelhantes a um filme *noir*, preenchidos por um design que evoca a estética do expressionismo alemão.

⁹ O cinema expressionista tinha muitas marcas: era dualista no tratamento luz versus sombra, bem versus mal; cenarista e decorativo, com cenários escuros e claustrofóbicos; de memória e miragens, acentuando emoções regressivas, como fobias de infância, traumas adolescentes e nostalgia; utilizava maquiagem pesada e manipulação da iluminação para criar profundidade e atrair a concentração do espectador.

O filme *noir* é a mais uma corrente do cinema que pode ser facilmente notada nos filmes de Burton. O ambiente habitado pelos heróis do diretor remete bastante aos dessa estética: o mundo é cínico e, por vezes, antipático. O herói, no caso do Batman, é na verdade um anti-herói, que age acima da lei e faz uso de recursos não ortodoxos para combater o mau, sendo mais malvado que os criminosos. A moral é relativizada; ele tomou uma atitude ruim, mas no fundo é uma boa pessoa. Além disso, Burton utiliza sombras, contraste e até realiza alguns trabalhos em película preto-e-branco. O cenário da Gotham City do Batman, em especial, tem várias semelhanças com os filmes *noir* na criação de ambientes lúgubres e claustrofóbicos.

Com o filme *Batman*, de 1989, foi criada a franquia cinematográfica do personagem. Sob a direção de Tim Burton, o Batman retorna às suas origens de cinema *noir*. Burton demonstrou tamanha afinidade com o universo do personagem que, nessa versão, mostrou um Batman atormentado e assustador, dentro de uma história de tom sombrio e violento, e fez muito sucesso popularizando do símbolo do morcego.



Figura 4 – O Batman do Nolan e sua trilogia que reposicionou o Homem Morcego na mídia.

No século XXI, destaca-se o terceiro grande marco da trajetória do Batman, sendo reapresentado para uma nova geração de leitores com a trilogia cinematográfica *The Dark Knight Trilogy*, do diretor anglo-americano Christopher Nolan. Como deveria ser o Homem Morcego se ele existisse no mundo real? Ao responder a essa pergunta, Nolan trabalhou de forma detalhista para dar coerência e verossimilhança ao herói. Explicado e explicitado como um órfão, o milionário se constituiu num combatente ao crime vestido de morcego. Nesse caso, os detalhes, das motivações psicológicas às tecnologias, precisavam ser críveis ao

público comum e agradar aos fãs mais ortodoxos. Para tanto, Nolan embasa seu Bruce Wayne/Batman nos passos Jornada do Herói descritos por Joseph Campbell.

A trilogia criada pelo diretor Christopher Nolan reconfigurou o Batman para uma nova geração de público. Ao pautar a trajetória do jovem Bruce Wayne na busca de um propósito para a sua vida, acaba se transformando num ser completamente distinto – O Batman, herói, guardião, vigilante – O Cavaleiro das Trevas. Numa referência aos passos da Jornada do Herói de Joseph Campbell, Nolan contribui para edificar a imagem do personagem e apresentá-lo ao público comum, que não é fã do personagem, mas representou uma significativa audiência para os três filmes da série.

Na trilogia do Cavaleiro das Trevas do Nolan, a visão que ele empreendeu do Batman seguiu a linha de uma jornada: com começo, meio e fim. O Batman de Nolan, por se basear numa lógica realista e com o nível máximo de verossimilhança, vive o ônus e o bônus de ser um mortal, cuja trajetória de vida é finita. Tal proximidade com o palpável empreendeu uma resignificação do super-herói dos quadrinhos no contexto real.

Assim como Homero em sua *Odisséia*, o Bruce Wayne inicia a sua jornada em busca de um propósito para preencher o vazio de sua alma atormentada pelo trauma de perder seus pais de forma violenta. A jornada do Bruce Wayne pode ser estruturada em três atos, cada um correspondendo a um filme da trilogia. O primeiro ato será o filme *Batman Begins* (2005), o início da jornada, no qual Bruce Wayne será confrontado com o chamamento para a aventura. O segundo ato compreenderá o filme *The Dark Knight* (2008), em que ele passará pela prova que definirá o rumo de sua jornada, que pode ser bem exemplificada com a frase retirada do filme: “Ou você morre um herói, ou vive tempo suficiente para ver a si mesmo se tornar o vilão”. O terceiro ato seria o filme *The Dark Knight Rises* (2012), no qual o retorno às origens proporcionaria um renascimento, um ressurgir das cinzas para um último ato e enfim alcançar a felicidade plena.

Nessa trajetória, das histórias aventurescas, das décadas de 1940 a 1960, passa para a fase detetivesca, dos anos 1970, até a consolidação do Cavaleiro das Trevas, dos anos 1980 até a atualidade. Em seus mais de setenta anos de existência na mídia, o Batman consolidou-se como personagem e também como uma marca pertencente ao grupo midiático formado pela *Warner Bros. Entertainment Company* e a *DC Comics*. É publicado, ininterruptamente, fazendo-se presente em 14 títulos regulares de revistas em quadrinhos atualmente, sendo a *Detective Comics* a publicação mais antiga em circulação, de 1939 aos anos 2016.

O Cavaleiro das Trevas inicia sua trajetória nos seriados com a cinessérie *The Batman* (de 1943/1949), passando pelas séries *Batman* (de 1966/1968), *Birds of Prey* (de 2002), *Gotham* (de 2014). Na televisão, suas séries em animação iniciam-se com *The Adventures of Batman* (de 1968/1969), *The New Adventures of Batman and Robin* (de 1977), *Super Friends* (de 1973/1986), *Batman: The Animated Series* (1993/1999), *Batman Beyond* (1999/2001), *Justice League/Justice League Unlimited* (de 2001/2006), *The Batman* (de 2004/2008), *Batman: The Brave and the Bold* (de 2008/2011), *Young Justice* (de 2010/2013) e, até o momento, a série *Beware the Batman* (de 2013). Além disso, está presente em mais de 30 longa-metragens animados desde 1993 com *Batman: Mask of the Phantasm*, até *Justice League: Gods and Monsters* de 2015.

O Batman protagoniza em torno de 12 adaptações cinematográficas, desde o filme derivado da série *Batman: The Movie* (de 1966), os *Batman* e *Batman Returns* (de 1989/1992), *Batman Forever* e *Batman & Robin* (1995/1997), até a trilogia *The Dark Knight* (de 2005/2012), com a confirmação de aparição em mais dois filmes *Batman v Superman: Dawn of Justice* e *Suicide Squad*, ambos em 2016, sendo confirmadas mais 3 produções até 2020. Com cerca de 30 títulos de jogos de videogame, o Homem Morcego desde 1986, em 8bits, até a série *Batman Arkham Asylum*, *Arkham City*, *Arkham Origins* e *Arkham Knight* (de 2011/2015).

Com a reformulação nos quadrinhos iniciada por Denny O’Neal e consolidada por Frank Miller e a influência de Burton e Nolan para sua reinvenção no cinema, o Batman passa a trilhar uma jornada, baseada na de Campbell, porém, com assinatura narrativa própria. Foi essa a chave para a longevidade do personagem. Ao desenvolver a humanidade do Batman, os roteiristas e cineastas provocam uma reflexão sobre as escolhas do Bruce Wayne e as consequências que o combate ao crime trouxeram para a sua vida, provocando nos leitores e expectadores uma reflexão sobre suas próprias vidas. Nesse sentido, o confronto das pessoas e dos acontecimentos que houve ou foram influenciados por seus atos, empregam ao personagem um aprofundamento dramático de sua trajetória narrativa que se conecta com os romances clássicos da história humana. Batman torna-se, assim, uma alegoria de nossas trajetórias de vida, com desafios personificados em seus vilões e seus traumas e ações diante da sua vida, projetando como que por catarse nossos próprios dramas e sentimentos mais elementares diante realidade cotidiana.

Na construção da imagem midiática do Batman é significativa a importância da estética da recepção que transforma o personagem em fenômeno cultural. Todas as produções

mediáticas já feitas e as que virão futuramente terão na relação produtor de conteúdo e público leitor o termômetro que definirá o curso da jornada do Batman e sua longevidade na cultura de massa.

REFERÊNCIAS

- BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder et al. (Org.). **Mediação & Midiatização**. Brasília: Edufba, 2012. Cap. 3. p. 79-105. (Compós). Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO_repositorio.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2016.
- BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. Coleção Estudos 20. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Tradução Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.
- CAMPBELL, Joseph. **O Poder do Mito**. Tradução de Carlos Felipe Moisés. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. Tradução de Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Pensamento, 1997.
- ECO, Umberto. **O Super-Homem de Massa** – retórica e ideologia no romance popular. São Paulo: Perspectiva, 1991. (Debates: 238)
- EISNER, Will. **Narrativas gráficas**. São Paulo: Devir Livraria, 2008.
- JENKINS, Henry. **The Revenge of The Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling**. 2009. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html>. Acesso em: 14 jul. 2016.
- LEITE, Pedro de Araujo. **Adorno e Horkheimer versus Batman e Robin: da estética camp como possibilidade de superação de alguma coisa**. 2011. 155p. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem) – Unicamp, Campinas, 2011.
- MANNING, Matthew K. **Batman: Arquivo Histórico**. Barueri: Panini, 2015. 352 p.
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no século XX - O Espírito do Tempo – 1 – Neurose**/Edgar Morin: tradução de Maura Ribeiro Sardinha. 9.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- RIBAS, Silvio. **Dicionário do Morcego**. São Paulo: Flama, 2005.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna** – teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade** – uma teoria social da mídia. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.
- VENTURA, Jorge. **Sock! Pow! Crash!** – 40 anos da série Batman da TV. Vinhedo, SP: Opera Graphica, 2006.