

Vivendo em Gotham: A narrativa transmidiática e a construção do engajamento do público nas histórias do Batman

Living in Gotham: Transmedia Storytelling and the construction of public engagement in the stories of Batman

Victória Sayuri F. S. Kudeken

Universidade Estadual Paulista - UNESP

Departamento de Comunicação - Mestranda em Comunicação Midiática

{vick-sayuri@hotmail.com}

Resumo. A partir dos estudos sobre narrativa transmidiática, um consenso entre os pesquisadores do formato é que a dinâmica do uso de diversas plataformas na fragmentação do conteúdo narrativo só é denominada transmidiática quando o engajamento do público possui espaço na narrativa e pode interagir na busca e construção das histórias produzidas para este formato. O presente artigo busca entender como a construção do engajamento é possibilitada pela narrativa transmidiática e quais são as principais ações e criações dos fãs ao longo das histórias do objeto empírico elegido, o personagem fictício da DC Comics, Batman. O material proposto é parte do desenvolvimento do trabalho de Iniciação Científica "Do quadro a tela: A narrativa transmidiática nos quadrinhos e meios de comunicação de massa".

Palavras-chave: Narrativa Transmidiática, Cultura Participativa, Batman.

Abstract. From studies of transmedia narrative, a consensus among researchers of the format is that the dynamics of the use of various platforms in the fragmentation of the narrative content is called transmedia when the public engagement has space in the narrative and they can interact in the search and construction of stories produced for this format. This article seeks to understand how the public engagement is made possible by transmedia narrative and what are the main actions and creations of fans along the stories of elected empirical object, fictional character from DC Comics, Batman. The proposed material is part of the development of scientific initiation work "From screen to frame: The transmedia narrative in comics and mass media".

Key words: Transmedia Storytelling, Culture, Batman.

**Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Edição Temática em Comunicação, Arquitetura e Design**

Vol. 6 nº 2 – novembro, São Paulo: Centro Universitário Senac

ISSN 2179-474X

Portal da revista: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>

E-mail: revistaic@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) 

1. Introdução

As inovações tecnológicas permitiram o desenvolvimento de uma nova relação entre os meios de comunicação e seu público, dando poder e velocidade e confrontando a massividade das informações e o gerenciamento das mesmas por esse usuário (JENKINS, GREEN e FORD, 2014). Numa brincadeira com o receptor que se adapta dia a dia as transformações estéticas e cognitivas das novas produções audiovisuais, os autores percebem que, mesmo com a inovação e desenvolvimento de mais plataformas e maneiras de interação, a chave da grande audiência e do sucesso de um produto esta na construção de uma história.

As narrativas ficcionais em torno de qualquer produção audiovisual têm sido constantemente exploradas não só em programas de entretenimento, como também propagandas e conteúdos educacionais que tem pensando na narrativa como uma forma de atração do público e também como mecanismo para uma melhor compreensão da mensagem (SCOLARI, 2013). Nas produções de entretenimento, podemos ver a adaptação das novas mídias no mercado, que conquistam variados públicos com conteúdos mais interativos e atualizados, ainda sim, outros meios de comunicação de massa coexistem nesse mercado e, ao invés do conflito e disputa pela audiência, vemos um período de convergência. Tal como Henry Jenkins explica, a convergência tem sido um processo onde as mídias tradicionais e as novas plataformas se adequam a um ambiente híbrido e a um usuário ávido por diversas informações com poder de responder as mesmas de forma cada vez mais rápida, não sendo um processo simplesmente tecnológico, como também uma mudança na relação que existe entre mídia e público. Sobre o novo relacionamento entre publico e os meios de comunicação, Jenkins afirma:

“A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos.” (JENKINS, 2008, p.47)

As produções ganham novas linguagens e o usuário pode percorrer por todos os cenários e produtos em busca de mais informações, nesse momento a narrativa se torna um interessante elemento para criar um elo entre as mídias e ainda sim, se bem trabalhadas, darem a escolha do interator para aquilo que lhe é interessante ser visualizado. Sobre esse formato, chamado por Jenkins de Narrativa Transmediatica (NT), é possível conectar diferentes plataformas que tem por objetivo explorar um único universo narrativo, mas que conseguem transmitir diversas informações sobre o tema com independência entre cada meio de comunicação ou produto que se expandem conforme a necessidade do público e/ou da produção responsável pelo projeto. A partir desse conceito e das produções cinematográficas, entre megaproduções e projetos independentes, que se utilizam das narrativas imersivas, Scolari define que a estrutura essencial de uma NT é composta pelo uso de duas ou

Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística - Vol. 6 nº 2 - Novembro de 2016

Edição Temática em Comunicação, Arquitetura e Design

mais plataformas ou linguagens diferentes e a participação do público (SCOLARI, 2013).

O presente artigo pretende explorar os conceitos da NT e um de seus princípios mais importantes, a construção do engajamento do público nas narrativas produzidas, utilizando como objeto empírico as histórias do Batman, personagem criado por Bob Kane e Bill Finger em 1939, e produzido pela empresa DC Comics até hoje. As produções do personagem transitam principalmente nos meios de massa como televisão, cinema e videogame, e tiveram sua relação interativa estabelecida com o público desde sua mídia original, as histórias em quadrinhos, no qual possibilitou a partir de uma construção sólida e complexa de seus personagens, de tramas que focavam nos interesses externos do público e de um universo narrativo, a cidade de Gotham, que os interatores se conectassem as estruturas narrativas e construíssem novas produções nos meios alternativos com ampla divulgação.

2. Narrativas Transmidiáticas

Ao longo dos anos em que os meios de comunicação e seu conteúdo têm sido estudados e planejados com maior preocupação pelo mercado audiovisual, notou-se que o meio de transmitir uma informação com maior empatia de grandes públicos é a partir da construção de uma história. Em um jogo de identificação e assimilação com novas ideias e interfaces, a Narrativa Transmidiática tem como conceito a arte de contar histórias com a possibilidade de utilizar múltiplos canais para transmissão de seu conteúdo, criando assim mecanismos que intensificam e expandem a narrativa. Conforme os estudos de Jenkins, podemos definir NT:

“Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal da narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game e vice-versa.” (JENKINS, 2008, p. 138)

A popularização do formato expandiu os usos de ambientes digitais e sua relação com a mídia clássica, se adaptando a rotina dos usuários que agora constroem suas próprias dinâmicas audiovisuais. Os desafios de construir narrativas que ultrapassem o limite de uma única tela possibilitaram novas realidades para as produções, tendo agora como concorrentes não apenas outras produtoras como também as expansões construídas pelos fãs e divulgadas pelos mesmos espaços de interação. Essa mudança na forma de consumir um conteúdo midiático e processo de convergência é explicada do seguinte modo por Blaszczak:

“A convergência impacta no modo como se consome os meios, um jovem pode trabalhar com cinco ou seis janelas ao mesmo tempo, fazer trabalhos de aula, bater papo com os amigos, ouvir música, responder um e-mail, alternando rapidamente entre um e outro. A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, das

mesmas franquias, das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e no grupo de fãs.” (BLASCZAK, 2010)

Dada as novas formas de interação com a combinação de mídias que introduzem os usuários utilizando linguagens mescladas de forma cada vez mais imersiva, é inevitável deixar de lado o acervo cultural de cada público e o bom uso do criador no material de referência utilizado, para que se crie uma experiência de entretenimento com complexidade para acrescentar informações relevantes ao receptor e, que não seja ambígua nem que perca seu foco diante da trama principal (KUDEKEN, CASADEI, 2012).

Após a primeira falácia sobre a convergência dos meios e seus desfechos apocalípticos para as mídias clássicas, Jenkins conseguiu reunir alguns princípios para as NT tentando dessa forma construir um acervo de ferramentas para o produtor transmidiático no momento de criação de um projeto. São listados por Jenkins em seu texto *"The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling"* publicado em seu blog no ano de 2009¹. Os princípios citados por Jenkins envolvem desde os elementos de construção narrativa como a profundidade dos personagens e uma espécie de determinação arqueológica do universo onde a história acontecerá (pensando em arquitetura, costumes, acontecimentos históricos e determinação de tempo) até, de fato, a expansão transmidiática desse material por meio de sequências da história, tramas com personagens secundários, marketing e, como um item fundamental de um projeto NT, a performance dos fãs das histórias.

Como elemento principal para a discussão nesse artigo, a participação do público será aprofundada e verificada quanto a sua coerência dentro da discussão de convergência midiática como também sob a perspectiva de expansão narrativa.

3. Construção de Engajamento do Público e Participação

Após os primeiros estudos de Jenkins sobre NT, acadêmicos e produtores audiovisuais tentaram conciliar o formato em suas produções. Nos meios acadêmicos, Carlos Scolari procurou uma definição que regularizasse a NT sem se dispersar do conceito original de Jenkins, para ele a partir da construção narrativa fragmentada em dois ou mais meios de comunicação, desde que permeadas da participação do público interagindo e expandindo as histórias podemos definir essa experiência como transmidiática (SCOLARI, 2013).

Já nos meios de produção audiovisual, especialistas de produção como Jeff Gomez tratam a NT de forma mais quantitativa para otimizar e criar processos em sua produção. As histórias devem ser pensadas de antemão se serão dispersas em três ou mais meios e toda a interação deve ser controlada para que se guie os momentos de clímax e transição para outros meios (GOMEZ apud JENKINS, 2008).

Para este estudo, utilizamos as definições de JENKINS (2008) e SCOLARI (2013), que destacam a interação do público com a narrativa e possibilitam de forma mais expansiva a construção de novas histórias.

O artigo de Jenkins (2009) em seu blog sobre os princípios de uma NT, onde ressalta através do sétimo princípio, a "performance", que a participação dos fãs na expansão

¹ http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html Acessado em: 07/01/2016.

das histórias e nas ressignificações das produções tem um poder que não pode ser escondido ou forçado e está substancialmente ligado a viralização do conteúdo. O início dos estudos sobre a participação do público realizados por Jenkins já indicava esse poder dos fãs:

“Podemos pensar em comunidades de fan fiction como o equivalente literário da Wikipédia: em torno de qualquer propriedade midiática, escritores estão construindo uma série de interpretações diferentes, expressas por meio de histórias. O compartilhamento dessas histórias abre novas possibilidades no texto. Nesse caso, colaborações individuais não têm de ser neutras; os participantes têm apenas de concordar e discordar e, de fato, muitos fãs acabam valorizando a absoluta diversidade de versões dos mesmos personagens e situações.” (JENKINS, 2008, p.339)

Dessa maneira, é possível identificar a necessidade da construção de engajamento do público e indicações para que uma NT possa de fato ser legitimada e, além disso, é a partir das interações dos fãs que se torna possível a dinâmica de migração de plataformas e imersão ao conteúdo exibido em suas diferentes linguagens.

Como expansão narrativa, os fãs recriam, participam e transformam história muito antes de qualquer convergência tecnológica, tendo registros de convenções de ficção científica mundiais desde 1939, mesmo ano de criação do personagem Batman. Apesar da formação de grupos em torno de narrativas de ficção a longo, foi a partir das novas mídias e de espaços de interação, que por vezes aceitaram e repreenderam as criações e apropriações de fãs sobre os conteúdos mas que hoje tem sido mais aceitas e reconhecidas através de espaços de criação como “*Amazon Fanfiction*” e outras plataformas de compartilhamento de histórias entre as diferentes comunidades virtuais de fãs.

3.1 Elementos da Construção de Engajamento

As dinâmicas entre fãs e mídias têm sido exploradas pelas indústrias de entretenimento como uma forma de expandir as narrativas e criar meios de consumo cada vez mais integrados as inovações tecnológicas e a rotina de seus consumidores. A criação de universos narrativos inovadores, personagens complexos que não estão presos puramente a arquétipos e arcos narrativos que se dispersam da trama central para desvendar outros enredos são alguns dos mecanismos narrativos que colaboram com a imersão dos espectadores e sua ávida curiosidade em explorar todos os pontos da trama e participar da expansão do universo narrativo criado.

Como sétimo princípio de uma narrativa transmidiática, o engajamento do público é resultado de um construto discursivo que se utiliza de diversos elementos narrativos para provocar e estimular o público a interagir com suas produções e, como retorno cria-se uma dinâmica de conteúdos construídos pelos fãs que indicam os pontos deixados para produção futuras e expandem de forma muito maior as histórias construídas no espaço ficcional. Tal como analisa em seu livro, Scolari (2013) percebe que as fronteiras entre os prosumidores² e a Indústria Cultural são porosas e as

² São consumidores ativos, que também produzem expansões de conteúdo a partir da mídia central.

diversas formas de gerar conteúdos só funcionam como transmídia se a audiência é ouvida.

Para compreender seu processo é necessário visualizar como funcionam os seis primeiros princípios observados por Jenkins e como isso possibilita a construção de engajamento, visualizando alguns formatos comuns de conteúdos gerados por usuários. A figura abaixo resume os princípios de uma NT por Jenkins (2009):

Figura 1. Sete Princípios da Narrativa Transmídia

Sete Princípios da Narrativa Transmídia
Fonte: *Revenge of the Oragami Unicorn: Seven Core Concepts of Transmedia Storytelling*, Henry Jenkins



Expansão x Profundidade A capacidade e grau em que o conteúdo é partilhável e os fatores de motivação para uma pessoa para compartilhar esse conteúdo contra a capacidade de uma pessoa para explorar, em profundidade, uma série de extensões narrativas quando eles se deparam com uma ficção que realmente capta a sua atenção .	Continuidade x Multiplicidade Algumas franquias de transmídia promovem uma coerência contínua a fim de garantir a plausibilidade máxima entre todas as extensões narrativas. Outros usam rotineiramente versões alternativas de personagens ou universos paralelos de suas histórias para recompensar o domínio sobre os conteúdos.	Imersão x Extração Em imersão , o consumidor entra no mundo da história (Ex: parques temáticos), enquanto em extração, os fãs leva aspectos da história como recursos que habitam os espaços da sua vida cotidiana (Ex: itens da loja de presentes).	Construção de Mundos Extensões transmídia, muitas vezes não ligadas a narrativa central, dão uma representação mais rica do mundo em que a narrativa se desenvolve. Franquias podem ser exploradas tanto no mundo real quanto em experiências digitais. Estas extensões muitas vezes levam os fãs a capturarem e catalogarem os muitos elementos díspares presentes no projeto de transmídia.
 HENRY JENKINS	Serialidade Narrativa Transmídia incorpora a noção de quebrar um arco narrativo em vários fragmentos em um único meio e transformou essa ideia dispersando os fragmentos em múltiplas plataformas.	Subjetividade Extensões transmídia, muitas vezes exploram a narrativa central através de novos olhos; a partir de personagens secundários ou de terceiros. Esta diversidade de perspectivas, muitas vezes levam os fãs a considerarem muito mais quem está falando e o que eles estão falando para formar mentalmente a narrativa.	Performance A habilidade das extensões transmídia para levar o fã a produzir performances que podem se tornar parte da própria narrativa transmídia. Algumas performances são convidadas pelo criador, enquanto outros não o são; fãs procuram ativamente espaços de performances potenciais.

Adaptação de CADDELL (2009), tradução livre.

Expansão x profundidade: A construção do engajamento do público é possibilitada justamente pelas investigações e especulações nas comunidades de fãs, desde fóruns, encontros e até mesmo compilações que reordenam a narrativa para explicitar um personagem ou elemento da trama o engajamento é construído com as questões suspensas da narrativa.

Continuidade x Multiplicidade: As narrativas que focam no princípio de continuidade ou multiplicidade possuem invariavelmente o mecanismo de deixar dúvidas ou lacunas de informação para que este elemento de transforme em uma nova narrativa ou tenha um olhar posterior para desvendar a trama de forma minuciosa. No enredo, isso aparece de diversas formas, sutis ou não, que brincam com espaço, tempo, personagens, falas ou até mesmo o enquadramento focado em um objeto ou expressão que permitem a manutenção do interesse dos espectadores e sua contribuição surge do imaginário posto em discussão dentro dos espaços de interação.

Imersão x Extração: A imersão está intensamente ligada ao sucesso do engajamento, uma vez que necessita de que todo o encadeamento dos elementos narrativos esteja em sintonia para que o interator deseje explorar com mais profundidade cada produção que vai além da trama central, as comunidades de fãs que visam catalogar cada elemento misterioso que deve, idealmente, se solucionar com o desenvolvimento da trama e fomentar o interesse de novos públicos a partir do momento em que os espaços de fãs acabam por colidir com outros espaços públicos, sejam eles virtuais ou não. A extração por sua vez trabalha com duas dinâmicas, a primeira em gerar produtos que ultrapassam o universo narrativo e se consolidam normalmente em objetos comerciáveis e, como segunda dinâmica, abastecem os fãs com novos artefatos para produzir suas ideias, tanto para inspiração quanto para uso em suas próprias produções como é o caso dos vídeos que se utilizam de bonecos ou roupas que aproximam as histórias do imaginário dos fãs à estética do universo ficcional produzido pelas empresas de mídia.

Construção de mundos: Possivelmente o princípio mais interessante do ponto de vista de construção de engajamento. A construção de mundos permite que os interatores tenham controle ilimitado sobre as expansões narrativas desde que o universo narrativo organize em sua trama principal sua arqueologia e toda sua composição normativa e temporal para que a expansão se mantenha coesa a narrativa. Desse modo, vemos desde novas histórias em espaços de interação (construídos ou não pelos produtores de mídia), passando por vídeos caseiros e intervenções que mesclam o universo ficcional a rotina de cada usuário em ambientes físicos.

Serialidade: Como resultado da quebra de arcos para a expansão do universo a serialidade é construída a partir do momento em que as produtoras ouvem sua comunidade de fãs. Muitas séries paralelas surgem quanto um personagem secundário ganha apreço pelos usuários ou uma trama se fecha com muitas dúvidas deixadas. O sucesso de um arco narrativo desenvolvido fora da mídia principal está na necessidade dos fãs em se aprofundarem no conteúdo construído pelas produtoras e, caso não seja algo de seu interesse, o projeto transmidiático perderá um de seus fragmentos no universo ficcional, o que reforça a teoria de independência entre as produções dada por Jenkins (2008).

Subjetividade: Tal como explica Jenkins, a subjetividade permitem a visualização sobre diversas óticas sobre a trama, uma construção narrativa que tem se tornado comum às novas produções cinematográficas e seriadas, mesmo em narrativas "monomidiáticas". Sua própria estrutura se forma sobre a necessidade do engajamento e este é construído a partir do momento em que variados relatos e visões só produzem sentido como trama uma vez que o interator formule mentalmente sua própria mitologia sobre os acontecimentos e a arqueologia dos universo narrativo criado, construindo diálogos com os personagens e solucionando junto a eles as problemáticas e mistérios inseridos no mundo ficcional.

A partir das possibilidades de engajamento construídas sobre estes princípios é interessante observar que o sucesso de um projeto transmidiático não está apenas na compra de materiais físicos das produções ou de seu número de visualizações. As transformações da narrativa e a intensidade do público em desvendar todas as questões deixadas e se pronunciarem diante aos acontecimentos reflete o quão estrategicamente é bem ou mal produzida a narrativa.

4. As histórias de Batman nos quadrinhos

Com sua primeira aparição na edição 27 da revista Detective Comics, em 1939, o personagem Batman tem sua série de quadrinhos escrita até hoje, com publicações

Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística - Vol. 6 nº 2 - Novembro de 2016
Edição Temática em Comunicação, Arquitetura e Design

paralelas que se encaixam na trama central da busca do justiceiro em defender a cidade fictícia Gotham, com a passagem de diversos aliados e vilões, compondo um universo rico em iconografias e histórias complexas que são decifradas a cada novo quadro.

Na década de 40, onde os quadrinhos norte-americanos em geral passaram pela "Era de Ouro", Batman, alterego do bilionário Bruce Wayne, manteve seu caráter de detetive, com armas nem tão elaboradas como no futuro, porém um herói violento que percorria lugares escuros e sombrios a procura de honrar a promessa que havia feito a seus pais mortos. O Capuz Cruzado, como também era chamado, já possuía o pior de seus inimigos, o Coringa. É interessante notar que a história do Batman é marcada pela degeneração psicológica dos personagens, onde suas caracterizações e personalidades bizarras justificam seus atos, muitas vezes, precedidos por um passado violento e cheio de marcas. Os primeiros quadrinhos, apesar da coloração dinâmica, típica da revista Detective Comics, e com um público-alvo infantil, não possuíam critérios ao mostrar uma cena de combate, por vezes violenta e que tinha como consequência recorrente a morte de vilões.

Como referências para a construção do Batman, muito se deve a literatura vampiresca do século XIX e a história de Zorro, personagem criado um pouco antes da entrada da Era de Ouro dos Quadrinhos, marcada pelo contexto propagandista da Segunda Guerra Mundial. Por não possuir poderes sobre-humanos, outras habilidades fizeram com que o herói fosse intitulado como "O maior detetive do mundo", muitas vezes ele fora chamado de detetive, principalmente nas histórias em que um de seus vilões, Ra's Al Ghul, aparecia, tendo em suas tramas mistérios a serem investigados e com competência e esperteza, Batman seguia as pistas até a ação final. As narrativas atendiam ao modelo clássico de 3 atos, num jogo que trocava os personagens e o contexto a cada edição da revista *DC Comics*.

Com o sucesso dos quadrinhos, Batman sofreu modificações, onde a cidade de Gotham foi criada e se tornou o cenário sombrio e apropriado para todas as alegorias presentes no universo narrativo do herói. Pouco depois, a história de Bruce Wayne é contada com detalhes, mostrando seus pais como, ricos empresários e donos das Industrias Wayne, com grande engajamento filantrópico e que, a sua maneira, tentavam ajudar a cidade e as pessoas de Gotham, porém foram mortos deixando Bruce a mercê de um destino dramático. É também nessa época que os autores criam o parceiro do herói, Robin, um jovem com um passado parecido com o de Batman, que por trás de seu uniforme é conhecido com o nome de Dick Grayson. A criação de um aliado nas histórias do Capuz Cruzado possuía o intuito de humanizar Batman, deixando o espírito vingador de lado, para se tornar um defensor da cidade de Gotham e além disso, as lutas se tornam menos violentas com o aumento de sua popularização.

Ao final da Era de Ouro, no início dos anos 50, temos a publicação do livro "A sedução do inocente", onde o psicólogo Frederic Wertham fez um estudo sobre os temas e imagens das histórias em quadrinhos. Nessa publicação, o autor fala sobre a inserção de mensagens que ofendem os costumes e a moralidade presentes nas Histórias em Quadrinhos, colocando significados perversos sobre várias publicações populares da época. No caso de Batman, o autor supôs que existia uma relação homossexual entre Batman e Robin, evidenciando que ambos moram na mesma mansão e toda a história é cercada apenas por presenças masculinas. Wertham justificava suas acusações com a seguinte argumentação:

"Algumas vezes, Batman está de cama por causa de algum ferimento. Robin aparece sentado ao seu lado. Eles levam uma vida idílica. São Bruce Wayne e Dick Grayson. Bruce é descrito como milionário bon

vivant e Dick como seu pupilo. Eles moram numa mansão suntuosa com lindas flores em vasos enormes. Têm um mordomo, Alfred. Batman aparece algumas vezes de roupão. Parece um paraíso, um sonho de consumo de dois homossexuais que vivem juntos. Às vezes aparecem num sofá. Bruce reclinado e Dick ao seu lado sem paletó e de camisa aberta.” (WERTHAM, 1954)

Como reflexo das acusações, a principal modificação foi a criação da Batgirl, heroína que na verdade é a bibliotecária Barbara Gordon, filha do comissário de Gotham. Além disso, os quadrinhos em geral passaram por uma censura, onde era recomendável que se publicasse apenas após a aprovação e recebimento do selo “Comics Code Authority”, que regulamentava o conteúdo das histórias com regras, por muitas vezes incompreensíveis, tal como a restrição do número de gorilas desenhados na capa entre as publicações de uma editora.

A Era de Prata nos quadrinhos foi marcada pelos avanços tecnológicos, a corrida espacial e a criação de grupos de combate, fortificando empresas como a DC Comics e a, futura Marvel, Atlas Comics. Para Batman, também foi um momento próspero no desenvolvimento científico do herói. Com novas armas, sempre com o prefixo Bat, o personagem também cobria suas investigações com a tecnologia da bat-caverna. Em uma série paralela, também era criada a Liga da Justiça da América, onde Batman se unia a outros grandes heróis da DC como Superman, Flash e Mulher Maravilha, para salvar o planeta Terra. Na série principal, Batman e o Robin continuavam suas aventuras contra o crime, mesmo depois da ingressão do Menino Prodígio a faculdade, em 1969.

A história “definitiva” de Batman e de outros personagens importantes veio apenas durante a década de 80, com as Graphic Novels, onde várias histórias são recontadas, como a versão mais aceita sobre o passado do Coringa em “A Piada Mortal” de 1988, mostrando também os fatores psicológicos por trás do morcego, a identidade de Bruce Wayne se torna importante, não apenas como um disfarce para a resolução de crimes, mas como homem que também é frustrado por não esquecer seu passado.

Atualmente, a DC Comics decidiu recomeçar todas as histórias dos principais heróis, arco narrativo denominado pela empresa como “Os novos 52”. Bruce Wayne permanece como um rico empresário que combate os crimes na cidade de Gotham, porém a construção do herói em outras plataformas conseguem expandir ainda mais o imaginário do heróis que se atualiza há mais de sete décadas.

5. Plataformas e a Narrativa Transmidiática de Batman

Com suas produções midiáticas iniciadas nos quadrinhos, Batman teve sua primeira expansão narrativa em 1946, em uma versão em preto e branco das aventuras do herói junto a seu parceiro Robin, dividida em 15 episódios, onde a missão é capturar o Dr. Daka, vilão de origem japonesa que possuía “escravos zumbis” a partir de sua invenção. Seguido por um filme com o mesmo estilo, “Batman e Robin” de 1949, conta com outros personagens já conhecidos nos quadrinhos como Vicki Vale, uma repórter investigativa que já teve um romance com Bruce, e o Comissário Gordon.

Sua primeira produção famosa nos meios audiovisuais é a série televisiva de 1966, intitulada Batman e Robin, que conquistou grande público por um formato caricato que se inspirava no estilo visual do herói e conseguia produzir histórias tão interessantes quanto às das histórias em quadrinhos. Em sua narrativa, os traços

cômicos misturados à característica detetivesca do herói e efeitos visuais que exibiam onomatopeias nas cenas de ação e misturavam temas da cultura pop para dinamizar ainda mais o festivo visual da séria. Sua maior semelhança aos quadrinhos era o número de invenções, equipamentos e armas de Batman como o bat-cinto e bat-móvel, lembrando que os quadrinhos passavam pela Era de Prata, marcada pela tensão de guerra entre EUA e a antiga URSS e pela constante evolução do armamento nuclear e de invenções tecnológicas. O recurso das invenções também era útil para os buracos que surgiam na narrativa, sendo solucionados por algum item, por vezes surreal, que Batman possuía em seu bat-cinto. A série teve seu fim em 1968, mas é lembrada até hoje por estudiosos, fãs de Batman e teve recentemente uma série de quadrinhos que adaptava as aventuras apresentadas no seriado em versões encadernadas de quadrinhos a fim de homenagear a produção e possuir em sua prateleira de produtos uma série mais investigativa e cômica, já que as produções mais recentes focaram no drama e nas habilidades de luta do herói.

No mundo das séries animadas, o primeiro desenho veio em 1968, dividindo seu espaço na grade com outro herói da editora, Superman. As aventuras, dessa vez, eram coerentes com a dinâmica dos gibis, porém a utilização das onomatopéias no lugar de socos, artifício usado na série televisiva, foi a característica mais marcante do desenho. Heróis e vilões se enfrentavam a cada episódio numa Gotham tranquila pelo equilíbrio criado pela equipe, Batman, Robin e Batgirl. Os arcos narrativos ampliados pelas séries animadas permitiram nos anos 90 a construção do universo da DC Comics, editora dos quadrinhos de Batman e também de outros heróis bastante populares como Superman e Mulher-Maravilha, que integrava as histórias de outros heróis em tramas que exigiam uma compreensão ainda maior dos fãs sobre os universos ficcionais ali presentes.

A maior plataforma, depois dos quadrinhos, para o sucesso de Batman foi o cinema. Com a produção de sete longas nos últimos 25 anos, a popularidade do herói continua cada vez mais forte nesse tipo de produção. Começando com dois filmes de Tim Burton, Batman (1989) e Batman Returns (1992), que traziam uma versão sombria e cômica do Universo de Gotham e eternizava personagens como o Coringa de Jack Nicholson logo no primeiro filme. Em seguida, a versão de Joel Schumacher deu um tom menos misterioso, com maior apelo as cenas de ação e trocadilhos parecidos com as comédias americanas dos anos 90, em suas duas produções, Batman Eternamente (1995) e Batman e Robin (1997), mas sem o mesmo sucesso, atores conhecidos não conseguiram atrair os fãs do Cruzado de Capuz. O mais recente diretor a comandar o herói nos cinemas foi Christopher Nolan, que construiu a trilogia que reconta a história do Batman e, dessa vez, se aproxima do Universo sombrio das histórias originais em um tom maduro como as populares Graphic Novels da década de 80. Os filmes Batman Begins (2005), Batman – O Cavaleiro das Trevas (2008) e Batman – O Cavaleiro das Trevas Ressurge (2012), constroem uma nova narrativa que alcança desde a origem do herói até a guerra com os maiores vilões de seus quadrinhos, trazendo a tona trechos memoráveis como a queda do poço de Bruce quando criança, ação responsável pela escolha do morcego como símbolo, que faz parte do quadrinho de Frank Miller, O Cavaleiro das Trevas (1988). O oitavo longa para o incorporar o universo cinematográfico de Batman tem como estreia março de 2016, em uma história também baseada no quadrinho de Miller onde vemos outros personagens pertencentes a editora DC Comics.

Dentre as plataformas citadas, muitas outras obras foram executadas com grande êxito, misturando histórias, brincando com personagens e construindo de fato uma NT com o Universo de Gotham, podemos citar também os desenhos e filmes animados do Batman do Futuro e a série Birds of Prey, que colocava a filha de Bruce e Selina, ou Batman e Mulher Gato, como a nova defensora da cidade de Gotham. Ambos expansões narrativas que modificam o espaço temporal das narrativas e adicionam linguagens e elementos que interagem com diferentes estilos de público.

6. Vivendo em Gotham: as interações dos fãs de Batman

Seguindo os conceitos da NT e o princípio definido por Jenkins como performance, podemos observar que as produções em torno do universo de Batman possuem todos os itens que o consolidam como transmidiático. Além dos exemplos citados cronologicamente mostrando as dinâmicas e dispersões da narrativa nos meios de comunicação clássicos, como a televisão e o cinema, Batman foi personagem de mídias alternativas e até mesmo teve seu destino guiado pela opinião dos fãs.

Em seu exemplo mais clássico sobre o relacionamento dos fãs com o HQ de Batman, os quadrinistas Jim Starlin e Jim Amparo criaram uma enquete a ser votada durante a saga "Morte em família", de 1988, onde os fãs decidiriam se Jason Todd, o segundo Robin das histórias de Batman, morreria nas mãos do vilão Coringa ou não. Após milhares de ligações, os resultados fizeram com que o último volume da saga decretasse a violenta morte do ajudante de Batman, fato que tem reflexos até hoje nas novas histórias, principalmente quando vemos o vilão Coringa em ação.

A partir dessa inovação entre o relacionamento dos quadrinistas e dos fãs, Batman alcançou o cinema com uma dinâmica interativa cada vez mais intensa. Durante as produções de Christopher Nolan para a trilogia: "Batman Begins" (2005), "Batman – O cavaleiro das trevas" (2008) e "Batman – O cavaleiro das trevas Ressurge" (2011), um grande projeto de marketing, intitulado "Why you So Serious?³" criava pílulas de informações entre cada produção para aumentar a expectativa e incentivar as especulações sobre as histórias contadas nos filmes a serem lançados. O segundo filme da trilogia, Batman – O cavaleiro das trevas, contada mais uma vez com o personagem Coringa, e como ação inicial foram feitos vários sites falsos, normalmente de lojas e departamentos públicos de Gotham, que eram hackeados pelo vilão que imprimia sua marca, o sorriso de palhaço, e modificava textos que satirizavam o conteúdo de cada página da internet. Como reação, os fãs buscavam pistas especulando que estas lhes contariam sobre os cenários e ações que o vilão teria durante o filme e, além disso, outra ferramenta disponibilizada para os fãs era a possibilidade de ter sua foto satirizada pelo Coringa como uma premiação pela busca (RODRIGUES, 2009). Outras experiências com o público tornaram o período de espera do segundo filme um grande evento, desde jogos e quebra cabeças que davam dicas de lugares reais para encontros, números de telefone que possuíam mensagens gravadas por personagens importantes da história, vídeos soltos no Youtube que faziam com que os fãs buscassem diariamente novas informações e replicassem suas descobertas a outros interatores, e milhares de pistas deixadas nas ruas ou nas redes sociais que criavam uma complexidade narrativa cada vez mais interessante, uma vez que permitia a imersão dos fãs na história. Como resultado dessa dinâmica que se espalhou por 75 países, cerca de 10 milhões de pessoas participaram, opinaram e rearticularam os conteúdos que completavam a narrativa do filme Batman – O cavaleiro das trevas.

Após o lançamento e a boa recepção do segundo filme, os fãs começaram antes mesmo das ações de marketing a trabalhar com as narrativas, a partir das lacunas deixadas nos roteiros as produções caseiras começaram a criar novas histórias dentro do universo criado por Nolan, onde surgiram diversas webseries publicadas via

³ Um resumo do projeto pode ser visualizado no site da empresa responsável pelas ações de marketing, a 42 Entertainment, através do link: <http://www.42entertainment.com/work/whysoserious> (Acessado em 26/06/2015).

Youtube, como o canal "The Joker4", criado em 2009 por um fã que contava o que acontecia com o vilão Coringa após o final do segundo filme. Em sua trama, relatórios produzidos pela psiquiatra Dra Harlen Quinn mostrava as sessões com o vilão no Asilo Arkhan, com o passar de cada episódio vemos referências aos filmes e também as histórias originais dos quadrinhos entrelaçadas de uma forma diferente, mostrando como a psiquiatra se torna a comparsa Halerquina e quais os planos de Coringa aos fugir mais uma vez do Asilo. O canal possui 78 vídeos que intercalam a webserie, making of e histórias paralelas a trama central e serviu de referência para outras produções de fãs que surgem a cada dia em redes sociais e site de reprodução de vídeos.

Os exemplos mostrados possuem a "fórmula" de uma NT, unindo uma narrativa com diferentes camadas de imersão dos fãs que podem simplesmente assistir um filme, a trilogia ou acompanhar todas as interações que adicionam ao universo de Gotham toda a riqueza dos personagens que passam pela história. Os fãs não tem participação apenas na recepção do conteúdo, eles conseguem agora opinar, construir, expandir e trazer novas perspectivas as informações que os ultrapassam, fazendo com que os projetos transmidiáticos sejam dinâmicos e explorados de maneira mais apropriada por cada interator.

7. Conclusão

Verificamos a partir do levantamento bibliográfico e da análise das interações estabelecidas entre as produções oficiais de Batman e seus interatores que o engajamento do público é vital para que se criem elos entre histórias e que estas possam legitimamente serem consideradas NT dentro do universo narrativo criado em Gotham City. Com a participação do público nos desfechos dos quadrinhos desde 1988, os criadores de Batman conseguiram estabelecer um relacionamento com os fãs e permitiram que novas histórias e especulações pudessem vir à tona revitalizando o herói que conseguiu conquistar diversos públicos e se desprender da lógica temporal que o prenderia em um contexto de 1939, ano em que foi lançado a público.

O uso da NT nas produções de massa pode ser uma forma que auxilie estas a alavancar suas audiências, trazer a tona debates de novos elementos que podem ser incorporados e inovar em seus produtos futuros.

Referências

ABBADE, Mario. **Cultura em Movimento. Almanaque Virtual.** 2001.

BIEGING, Patricia. **Interação, Imersão e Participação: a narrativa transmídia como estratégia para o envolvimento da audiência. Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-RIO.** Rio de Janeiro, 2013.

CADDELL, Bud. **Core Principles of Transmedia Storytelling.** 2009.
Acessado em: 25/01/2016.

⁴ Acessado em 26/06/2015: <https://www.youtube.com/user/TheJokerBlogs/>
Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística - Vol. 6 nº 2 - Novembro de 2016
Edição Temática em Comunicação, Arquitetura e Design

<http://whatconsumesme.com/post/105886492960/core-principles-of-transmedia-storytelling>

HAYES, Gary P. **How to Write a Transmedia Production Bible**. Sydney: Screen Australia, 2011. Acessado em: 22/01/2016.
http://www.screenaustralia.gov.au/documents/SA_publications/Transmedia-prod-bible-template.pdf.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry. **Transmedia storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling**. Technology Review, 2003. Acessado em 30/12/2014:
<http://www.technologyreview.com/biotech/13052/>

JENKINS, Henry. **The Revenge of The Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling**. Massachusetts, 2009.

JENKINS, Henry. GREEN, Joshua. FORD, Sam. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Lendo criticamente, lendo criativamente**. In: Revista Matrizes, ECA/USP, São Paulo. V. 6, N. 1-2 (2012).

JENKINS, Henry. **Transmedia education: the seven principles**. Acessado em 30/12/2014:
http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html

JENKINS, Henry. Talking **Transmedia: An Interview With Starlight Runner's Jeff Gomez (part one)**. Acessado em 26/06/2015:
http://henryjenkins.org/2008/05/an_interview_with_starlight_ru.html

KUDEKEN, Victoria S F S. CASADEI, Eliza Bachega. **Do quadro a tela: a narrativa transmidiática nas histórias em quadrinhos e nos meios de comunicação de massa**. São Paulo: FIAM-FAAM, 2012.

LAFFOND, José C R. RUIZ, Carlota C. **Historical science fiction: from television memory to transmedia memory in El Ministerio del Tiempo**. Journal os Spanish Cultural Studies, 2016. Acessado em 20/01/2016:
<http://dx.doi.org/10.1080/14636204.2015.1135601>

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2010 - 3ª Edição.

MURRAY, J. H. Hamlet no holodeck. **O futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.

RODRIGUES. Raquel T P. **The Dark Knight e o conteúdo convergente nas redes sociais: uma análise transmidiática**. III Simpósio Nacional ABCiber. São Paulo, 2009.

SCOLARI, Carlos A. Narrativas **Transmedia: Cuando todos los medios contam**. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones, 2013.

WALLACE, Daniel. **The DC Comics Encyclopedia – The definitive guide the characters of the DC Universe Updated and Expanded**. Nova York, 2008.