

A NARRATIVA TRANSMÍDIA NO UNIVERSO DO PERSONAGEM BATMAN EM DIFERENTES PRODUTOS MIDIÁTICOS

Karina Caramés Darriba **CARDOSO**¹⁷²

Rafael Jose **BONA**¹⁷³

RESUMO: O artigo tem como objetivo analisar a narrativa transmídia no universo ficcional do herói Batman (1939), e como objetivos específicos: analisar o personagem Batman em diferentes produtos midiáticos; e analisar as especificidades dos quadrinhos, séries de televisão, filmes de cinema, game e filmes publicitários do personagem. A pesquisa se classifica como descritiva na qual se faz uma análise da narrativa, do personagem e dos elementos utilizados em cada obra. Os resultados alcançados apresentam que o universo Batman foi sofrendo alterações em relação aos elementos da narrativa como forma de adaptar-se aos anos e às diferentes audiências durante as décadas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Narrativa transmídia. Personagem. Batman.

ABSTRACT: This article aims to analyze the transmedia storytelling in the fictional universe of the hero Batman (1939), and as specific objectives: to analyze the Batman character in different media products; and analyze the specificities of the comics, television series, movies, game and commercial movies from the character. The research is classified as descriptive, in which is made an analysis of the narrative, character and the elements used in each work chosen for the study. The achieved results show that the Batman universe has been through changes with regard to the narrative elements in order to adapt to the years and the different audiences over the decades.

KEYWORDS: Communication. Transmedia storytelling. Character. Batman.

¹⁷² Graduanda em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). E-mail: karinacarames@gmail.com [O presente texto é uma versão atualizada e revisada da comunicação apresentada no VIII Enpecom – Encontro de Pesquisa em Comunicação, da UFPR].

¹⁷³ Doutorando em Comunicação e Linguagens (PPGCOM/UTP), linha de pesquisa Estudos de Cinema e Audiovisual. Docente da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) e da Universidade Regional de Blumenau (FURB). Professor orientador da pesquisa. E-mail: bona.professor@gmail.com

1. Introdução

A narrativa transmídia se caracteriza por possuir um meio principal para determinada história que, posteriormente, terá sua história explorada em diversas plataformas midiáticas, em que a narrativa não apenas se repete, mas cada meio contribui de forma distinta para a narrativa como um todo. A história pode ser introduzida num filme, expandida para a televisão, quadrinhos ou games, sendo cada mídia um ponto de acesso à franquia e com autonomia para que não seja necessário o acesso às demais para a compreensão da história. (JENKINS, 2008).

De acordo com Jenkins (2008), para uma franquia transmidiática da indústria do entretenimento ter sucesso ela deve atrair diferentes públicos, isto é, cada suporte midiático deve fazer o que faz de melhor, ou seja, contar a história da forma mais adequada para sua audiência e, desde que ofereça novas experiências, será possível a expansão de mercado pela franquia.

É possível observar um exemplo de narrativa transmídia em Batman, criado por Bob Kane e escrito por Bill Finger, em 1939. Sua primeira aparição ocorreu na série de quadrinhos *Detective Comics*, que aproveitaram do sucesso de Superman (1938, DC Comics), para lançarem um novo herói, que diferente de Superman, seria um ser humano comum que com auxílio de equipamentos poderia combater o crime. Batman esconde sua verdadeira identidade. Ele é Bruce Wayne, um jovem bilionário que testemunhou o assassinato de seus pais quando criança e foi criado pelo mordomo Alfred. Dedicou sua juventude e fortuna em treinamentos e equipamentos. Motivado a deter os vilões e as injustiças que cercavam a cidade de Gotham, Bruce Wayne tornou-se o guardião da cidade, conhecido como Batman. Em poucos anos, a história já se encontrava em outras frentes midiáticas e hoje ela está presente no cinema, televisão, nos games, na publicidade, além das histórias em quadrinhos.

Esta pesquisa estuda e analisa o universo de Batman em suas diferentes plataformas de mídia. Dentre elas estão: uma edição da história em quadrinhos *Batman* (1940), um episódio da série de TV *Batman* (1966), um episódio em desenho animado para TV de *As Aventuras de Batman* (1968), a história em quadrinhos *Batman: Ano um* (1986), o filme *Batman* (1989) de Tim Burton, o filme *Batman Begins* (2005) de Christopher Nolan, o game *Arkham Origins* (2013), um episódio da série de TV *Gotham* (2014) e dois filmes publicitários das empresas Jeep e Turkish Airlines(ambos de 2016).

A partir de observação empírica se percebe a inserção da narrativa em diversos meios comunicacionais, que não apenas convergem para diferentes plataformas, mas cada narrativa agrega algum novo ponto importante à história, o que é definido por Jenkins (2008) como narrativa transmídia.

Dentro deste contexto, o trabalho tem como objetivo analisar a narrativa transmídia no universo Batman, e como objetivos específicos: analisar o personagem Batman em diferentes produtos midiáticos; analisar as especificidades dos quadrinhos, séries de TV, filmes cinematográficos, game e filmes publicitários do personagem Batman.

2. Narrativa transmídia

A comunicação midiática está em um movimento de constante transformação. Porém, frequentemente há uma obsolescência em termos tecnológicos entre os meios de comunicação, em que as narrativas começam a buscar novidades em novas tecnologias e vice-versa. Esse sincronismo acontece pois cada novo meio de comunicação tem a possibilidade de integrar outros meios que lhe antecederam. (GOSCIOLA, 2011).

A narrativa transmídia é representada por um processo em que os elementos de uma história são sistematicamente dispersos em diversas plataformas midiáticas com o objetivo de criar uma experiência unificada, em que cada suporte faz sua contribuição para a história como um todo. (JENKINS, 2007).

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, 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. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. (JENKINS, 2008, p.135).

Assim como ocorreu em *Matrix* (1999-2003, Lana e Andy Wachowski), em que foi exibido um filme inicialmente, no qual pistas eram plantadas que só fariam sentido ao jogar o game; houve a introdução de histórias paralelas em curtas animados, quadrinhos online que sustentavam o interesse dos fãs, além de um anime. Todas as histórias trazidas por essas plataformas tiveram seu desfecho no segundo filme, que novamente abriria novas possibilidades a serem exploradas. (JENKINS, 2008).

Para Pratten (2015), ao criar uma história transmídia, deve-se levar em consideração qual história será contada, em qual plataforma ela será fornecida, que tipo de participação do público será necessária, como essa participação afetará a história ao longo do tempo e quanto é baseada no mundo real *versus* no mundo ficcional.

As franquias transmídia criam verdadeiros universos. Para Jenkins (2008, p.137), “o universo deve ser enciclopédico, contendo um rico conjunto de informações que possam ser estudadas, praticadas e dominadas por consumidores dedicados”. Jenkins ainda diz que “se você der às pessoas coisas suficientes para explorar, elas vão explorar. Não todas as pessoas, mas algumas. As que exploram e aproveitam aquele universo serão suas fãs para sempre e trarão uma energia que não se pode comprar pela publicidade” (id., p. 144).

Segundo o referido autor, quando há algo que as pessoas gostam, deve ir além da leitura de uma história em quadrinhos ou de uma experiência de duas horas no cinema, pois elas irão querer explorar e se aprofundar nesse universo. Na série de televisão *Lost*(2004-2010, J.J. Abrams), sua narrativa não coube nas seis temporadas em que a série foi constituída, e teve seu universo expandido para outros meios como as histórias em quadrinhos, romances e games. Além disso, foi criado um site em que os fãs poderiam explorar e se aprofundar ainda mais neste universo.

3. Personagem

A intriga, a história e o personagem constituem os três elementos estruturais essenciais ao romance, em que o ser fictício vem a ser um entre os componentes básicos de uma narrativa (FORSTER, 1969). O autor Field (2001) considera que para um autor o personagem é o fundamento essencial do roteiro, isto é, o coração, a alma e o sistema nervoso de uma história que será/é contada.

Conforme Comparato (1995), “um grave erro na configuração de um personagem é pretender que seja perfeito. Por natureza, o ser humano é imperfeito e, portanto, contraditório e conflituoso” (id., p. 128). Segundo o referido autor, um personagem deve ter uma história única e particular, tem de possuir todos os valores considerados universais (morais, éticos, religiosos, entre outros), e também os pessoais (obsessão pelo trabalho, mania de ordem), que tem significado apenas no personagem específico. Além disso, deve possuir um passado, uma infância, sofrimentos e alegrias, tudo o que o ser humano tem.

Field (2001) propõe a classificação da vida do personagem em três componentes: profissional, pessoal e privado. Profissional é o que o personagem faz para viver, como é o ambiente de trabalho e suas relações neste ambiente; pessoal, se é solteiro, casado, como é este relacionamento, quem são seus amigos e como isso o impacta; e privado, o que o personagem faz quando está sozinho, quais são seus medos, manias e hobbies. Uma vez definido esses componentes, será definida a necessidade do personagem. Essa necessidade deve ficar clara na narrativa, para que assim possam ser criados obstáculos que irão dar origem à tensão dramática da história.

Segundo Forster (1969), os personagens podem ser classificados em planos e redondos. O autor define personagens planos como personagens que são construídos ao redor de uma única ideia ou qualidade; quando há mais de um fator, o personagem começa a se transformar em redondo. O personagem realmente plano pode ser expresso em uma só frase. Ou seja, personagens planos são aqueles definidos em poucas palavras, que não sofrem transformações no decorrer da narrativa e são de fácil reconhecimento ao espectador.

Segundo o autor, os personagens redondos são definidos por sua complexidade, apresentam diversas qualidades e se desenvolvem junto à narrativa; eles possuem facetas como um ser humano. Um personagem redondo está sempre surpreendendo o espectador; se ele nunca surpreende, é plano pretendendo ser redondo.

4. Metodologia e procedimentos

A pesquisa se classifica como descritiva de abordagem qualitativa. Para melhor comparação e análise entre as diversas mídias pertencentes ao universo de Batman, a escolha dos objetos foi a partir de frentes midiáticas mais representativas, por meio de diferentes obras espalhadas durante os quase 80 anos do herói na ficção, que compreendem os anos de 1940 a 2016, abrangendo diferentes formatos midiáticos.

Das histórias em quadrinhos, foram escolhidas: *Batman* (1940), uma das primeiras edições em quadrinhos do herói, e *Batman: ano um* (1986), primeira história em quadrinhos da nova fase do universo do personagem, em que se apresentam diversas mudanças nos elementos da narrativa. Para o formato televisivo foram escolhidos três seriados, *Batman* (1966) que foi a primeira *live-action* em cores e que trouxe uma narrativa cômica pela primeira vez, a série *Gotham* (2014), por ser atual e se aprofundar na história de diversos personagens, e o desenho animado *As aventuras de Batman* (1968), por se tratar do primeiro

desenho animado do herói. Além dos seriados televisivos, foram analisados dois filmes publicitários (ambos produzidos em 2016), pois possuem uma narrativa diferente às séries de TV. Os filmes das empresas Jeep e Turkish Airlines foram escolhidos, pois utilizam da narrativa do universo Batman para divulgar seus produtos, diferente de demais comerciais em que apresentam o produto do universo Batman. Para o formato cinema foram escolhidos dois filmes, *Batman* (1989), primeiro filme do herói que chegou aos cinemas, e *Batman begins* (2005), primeira obra a contar toda a trajetória de Bruce antes de tornar-se Batman. O game *Arkham origins* (2013) foi escolhido por ser uma plataforma diferente das demais pois possibilita maior interação entre a narrativa e o usuário.

A análise das frentes midiáticas se baseia nas questões elaboradas acerca de narrativa transmídia proposta por Jenkins (2008) e no estudo de Santos e Mielniczuk (2011), em que os autores analisam a narrativa transmídia presente na série de TV *Lost*. Para melhor visualização das questões observadas/analizadas em cada produto midiático, apresenta-se o quadro a seguir:

Título da obra e frente midiática
1. Evento narrado:
2. Há conexão com as histórias em quadrinhos?
2.1 Qual história em quadrinhos?
3. Qual a contribuição para a narrativa de origem da história?
4. É possível compreender o conteúdo isoladamente?
5. Há conexão com outros produtos midiáticos?
5.1 Quais?
5.2 Como é apresentada essa conexão?

*Quadro 1: Modelo de análise de narrativa transmídia
Fonte: os próprios autores, a partir da fundamentação teórica.*

5. Apresentação dos objetos

Lançada em 1940 com o título: *Batman*, a história em quadrinhos expõe aos leitores quem é Batman e a história de seu alter ego, Bruce Wayne, além de contar com aparições até hoje conhecidas, como Robin, seu companheiro em combater as injustiças em Gotham e o vilão Coringa.

Inspirados na história que nasceu em 1940, no ano de 1966 foi criado o primeiro *live-action* em cores do herói, chamado de *Batman*, uma série de televisão em que o homem morcego e seu parceiro combatem o crime em Gotham, auxiliados pelo mordomo Alfred e o comissário de polícia James Gordon. Após dois anos foi criada uma série em formato de desenhos animados, *As aventuras de Batman*, contendo 30 episódios. Esta série possui grandes similaridades com a *live-action* de 1966, em que conta a história de Batman enfrentando diversos vilões em Gotham, com o auxílio do parceiro Robin. Em 1986, a DC selecionou alguns de seus principais personagens para lançar novas histórias em quadrinhos em que iriam recontar o surgimento dos heróis. Dentre esses personagens estava Batman, e neste mesmo ano foi lançado a história em quadrinhos *Batman: ano um*, que como o próprio nome sugere, conta os primeiros doze meses de Bruce Wayne como Batman, em que irá enfrentar bandidos e mafiosos de Gotham.

Em 1989, Tim Burton levou o homem morcego às telas dos cinemas com o filme *Batman*, que traz a história já conhecida do jovem Bruce Wayne e o surgimento do vilão Coringa, que pretende dominar a cidade. Já em 2005, Christopher Nolan decidiu contar a história de Batman um pouco diferente das até em tão retratadas pelo cinema e televisão. O diretor iniciou uma trilogia a partir do filme *Batman begins*, em que conta toda a história da vida de Bruce Wayne, o seu caminho desde o assassinato de seus pais até se tornar o “cavaleiro das trevas”.

A série de games *Batman: arkham* é formada por quatro games, nomeados por ordem de lançamento: *Arkham asylum*, *Arkham city*, *Arkham origins* e *Arkham knight*. *Arkham origins*, lançado em 2013, conta a história que precede *Arkham asylum* e *Arkham city*, apresentando um Batman jovem e sem experiência, que no início de sua carreira enfrentará poderosos vilões.

A série de televisão *Gotham*, lançada em 2014, mostra a cidade antes de Batman, quando James Gordon era um detetive recém-promovido e se depara com uma cidade coberta

por ladrões e injustiças. Em um de seus grandes casos, Gordon é encarregado de solucionar o assassinato de Martha e Thomas Wayne, um casal de bilionários que deixaram seu único filho, Bruce, órfão, que passará a ser criado pelo mordomo da família, Alfred. Gotham traz à televisão o início de tudo, do comissário James Gordon, de Batman e dos vilões.

Em união a Warner Bros., em fevereiro de 2016, a empresa de automóveis Jeep lançou uma edição especial do carro *Renegade* inspirada no filme *Batman vs Superman: a origem da justiça* (2016), batizado de *Renegade dawn of justice - special edition*. Para divulgação desta nova versão do automóvel, a empresa veiculou uma cena extraída do filme, em que Bruce Wayne dirige o *Renegade* enquanto a cidade de Gotham está sendo destruída.

Na mesma época, a companhia aérea Turkish Airlines, em parceria com o filme *Batman vs Superman: a origem da justiça*, divulgou um filme publicitário em que apresenta-se como a companhia que viaja para mais países que qualquer outra. Neste filme é apresentado seu mais novo destino, Gotham, demonstrando o lugar incrível que é possível conhecer por meio da empresa.

6. Discussão dos resultados

Conforme a análise das duas edições das histórias em quadrinhos, do primeiro episódio de *Batman* (1966), *As aventuras de Batman* (1968) e de *Gotham* (2014), dos filmes *Batman* (1989) e *Batman begins* (2005), do game *Arkham origins* (2013) e dos dois filmes publicitários das empresas Jeep (2016) e Turkish Airlines (2016), que se deram a partir do modelo apresentado anteriormente (QUADRO 1), foi construído outro quadro apresentando os principais resultados obtidos:

	Evento narrado	Conexão com HQ	Conexão com produtos midiáticos secundários	Conteúdo compreensível isoladamente	Conteúdo inédito	Contribuição para a narrativa como um todo
HQ <i>Batman</i>	Batman e Robin		X	X	X	X

(1940)	enfrentam diversos criminosos					
HQ <i>Batman: Ano Um</i> (1986)	Bruce Wayne enfrenta criminosos	X	X	X	X	X
Série <i>Batman</i> (1966)	Batman e Robin enfrentam diversos criminosos	X	X	X		
Série As Aventuras de Batman (1968)	Batman e Robin enfrentam diversos criminosos	X	X	X		
Filme <i>Batman</i> (1989)	Batman enfrenta o Coringa.	X	X	X	X	X
Filme <i>Batman Begins</i> (2005)	Bruce Wayne enfrenta seus próprios	X	X	X	X	X

	medos.					
Game Arkham Origins (2013)	Batman enfrenta grandes vilões.	X	X	X	X	X
Série Gotham (2014)	James Gordon enfrenta a corrupção e injustiças de Gotham.	X	X	X	X	X
Filme publicitário o Jeep (2016)	Bruce Wayne dirige seu carro por uma Gotham em destruição.	X	X	X		X
Filme publicitário o Turkish Airlines (2016)	Gotham é apresentada como destino turístico.	X	X	X	X	X

Quadro 2: resumo da análise das narrativas
FONTE: Os próprios autores.

Conforme as informações expostas no Quadro 2, é possível constatar que todos os produtos midiáticos, inseridos no universo Batman, possuem conexão com a história em quadrinhos *Batman* (1940). Esta conexão acontece por meio do cenário, em que Gotham é a cidade do herói; dos personagens, pois todos utilizam-se de personagens já apresentados pela história de origem; e a história principal sobre Bruce Wayne, o jovem bilionário que teve seus pais assassinados quando criança, o que desencadeia um sentimento de vingança, que posteriormente o motivou a combater crimes como Batman. Logo, todos os produtos midiáticos estão conectados, no entanto alguns apresentam maior conexão entre si.

Além disso, cada obra é um ponto de acesso à franquia, possuindo autonomia suficiente para que não dependa dos demais meios para sua compreensão. No entanto, o consumo de todos os meios proporciona melhor entendimento de todo o universo. Segundo Jenkins (2008), são essas definições que caracterizam uma narrativa transmídia, em que cada plataforma determina um acesso à franquia, que deve ser autônomo, de forma que não seja necessário ter acesso a toda a franquia para a compreensão da história retratada por um determinado meio. Segundo o autor “cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo” (id., p. 138).

A série de televisão *Batman* (1966), assim como o desenho *As aventuras de Batman* (1968), referem-se a uma adaptação da história em quadrinhos dos anos de 1940. A narrativa apresentada por estas três mídias apresenta eventos semelhantes, em que Batman e Robin enfrentam um vilão em cada nova edição ou episódio. Os personagens possuem a mesma história e características. Além disso, são caracterizados como planos, como classifica Forster (1969), isto é, personagens construídos por meio de uma única ideia ou qualidade, que são desprovidas de profundidade e são previsíveis. Outra importante característica presente nessas três mídias é a utilização de muitas cores e contrastes no cenário e figurino. O que diferencia a série de televisão das demais é por ser a única a apresentar em sua narrativa alguns momentos cômicos. Sendo assim, as duas obras criadas a partir da história em quadrinhos não apresentam conteúdo inédito e que contribua para a narrativa como um todo.

A história em quadrinhos *Batman: ano um* (1986) trouxe diversas mudanças ao universo do herói. Para começar, esta narrativa abre mão das cores e contrastes, passando a utilizar tons escuros e sombrios, o que define toda a narrativa, que apresenta Gotham como uma cidade nas sombras, infestada de crimes e corrupção. Os personagens sofrem grandes

alterações em relação às obras anteriores, eles possuem uma história e personalidade com diversas características, deixando de serem planos e tornando-se redondos. Forster (1969) define esta segunda classificação como personagens complexos que geram conflitos e surpreendem, assim como o ser humano.

O filme *Batman begins* (2005), o game *Arkham origins* (2013) e a série de televisão *Gotham* (2014) possuem maior conexão com a história em quadrinhos *Batman: ano um* (1986), pois seguem as mesmas características em relação ao cenário e aos personagens. Além disso, as três obras possuem grande conexão entre si, com narrativas que se complementam. *Gotham* explora a história de James Gordon, ao recém chegar à cidade. A história da série se inicia quando os pais do garoto Bruce Wayne são assassinados e a partir daí é apresentado o surgimento dos personagens já conhecidos, porém pouco explorados, além de contar todos os acontecimentos que levaram o jovem Bruce a tornar-se, futuramente, o Batman. Por se tratar de uma série, possuindo diversos episódios, este tipo de meio acrescenta à narrativa, pois permite explorar a história de cada elemento e personagem que constituem o universo Batman, trazendo diversos pontos e acontecimentos nunca antes explorados.

Batman begins (2005) conta a história que sucede *Gotham* (2014), mas que antecede a narrativa apresentada por outros produtos midiáticos. Após o garoto ter amadurecido, ele sai pelo mundo para tentar entender a mente criminosa, em que também recebe diversos treinamentos e, em seguida, retorna a Gotham, local em que irá se tornar Batman. A cena final do filme apresenta o comissário Gordon no telhado do departamento de polícia, a espera de Batman, para lhe contar sobre um novo criminoso que está amedrontando todos, assim como na história em quadrinhos *Batman: ano um* (1986).

O game *Arkham origins* explora uma história posterior ao filme *Batman begins* e a história em quadrinhos *Batman: ano um*. No game é apresentado um Batman no início de carreira, que até então apenas enfrentou alguns criminosos e sua figura causa certa dúvida aos cidadãos e à polícia de Gotham, que não sabem se ele é um herói ou não. Agora, Batman enfrentará vilões e criminosos que pretendem acabar com ele, devido ao Máscara Negra, mafioso que controla o mundo dos negócios sujos, que colocou um preço à cabeça de Batman. O game explora o crescimento de Batman, o relacionamento entre Bruce e Alfred, que é visto como sua figura paterna e, principalmente, permite ao jogador conhecer a fundo a cidade do herói. Por se tratar de um game, permite maior interação e aprofundamento neste universo, sendo possível lidar com diferentes missões, enfrentando diferentes criminosos, e

conhecer todos os cantos de Gotham, pois logo no início do jogo, após cumprir a primeira missão, o game apresenta ao jogador toda a cidade, por onde ele poderá explorar. Sendo assim, *Arkham origins* garante certa autonomia a quem o joga, mesmo que haja algumas missões obrigatórias, há diversos caminhos e opções diferentes, possibilitando, de certa forma, que cada jogador construa sua própria narrativa.

Já o filme *Batman* (1989) possui semelhança com ambas as histórias em quadrinhos. Há a predominância de cores frias e tons escuros no cenário e figurino, assim como na história de *Batman: ano um* (1986). Além disso, o filme explora a personalidade do vilão Coringa, um personagem com muitas características distintas, como um ser cômico e psicopata violento. Sendo assim, classificado como personagem redondo. No entanto, os demais personagens apresentam história e características superficiais, assemelhando-se mais aos planos, uma característica presente na história de *Batman* (1940).

Os filmes publicitários produzidos pelas empresas Jeepe Turkish Airlines estão inseridos na narrativa do filme *Batman vs Superman: a origem da justiça* (2016), sendo assim, possuem conexão com todos os demais produtos midiáticos analisados. Esta conexão se dá devido ao cenário, a cidade de Gotham e ao personagem. A figura de Bruce Wayne é apresentada como personagem principal em ambos os filmes. Pode-se dizer que assemelham-se mais ao enredo de *Batman: ano um* (1986) devido as características presentes no cenário, com muitos detalhes e cores escuras. Mesmo que o foco de cada um dos filmes publicitários foi apresentar um produto numa narrativa com duração de até um minuto, eles contribuem para o universo transmídia de Batman produzindo novos sentidos.

O filme da empresa Turkish Airlines apresenta uma nova visão de Gotham, mostrando suas qualidades e belezas. Já o filme da Jeep mostra a cidade da forma que o público já está acostumado. No filme a cidade está sob ataque e Bruce se vê obrigado a agir, neste momento ele entra em seu carro e dirige em meio ao caos. Desta forma, os filmes publicitários trazem contribuições à narrativa como um todo.

Logo, é possível afirmar que a narrativa transmídia no universo Batman acontece de forma que a história em quadrinhos dos anos de 1940 apresenta a história que originou todos os demais produtos midiáticos. Todos esses produtos se conectam, pois compartilham de mesmo cenário, personagens e história acerca de Bruce Wayne e, na maioria das vezes, as mídias secundárias exploram novos pontos, gerando certa continuidade entre as narrativas.

Dentre as mídias analisadas foi percebido que não são todas que se complementam. Há novas versões da história e personagens, há conteúdo inédito, bem como conteúdo adaptado.

A seguir, apresenta-se uma figura construída de forma que gere melhor entendimento acerca dos objetos analisados e suas conexões por meio da narrativa transmídia deste estudo.

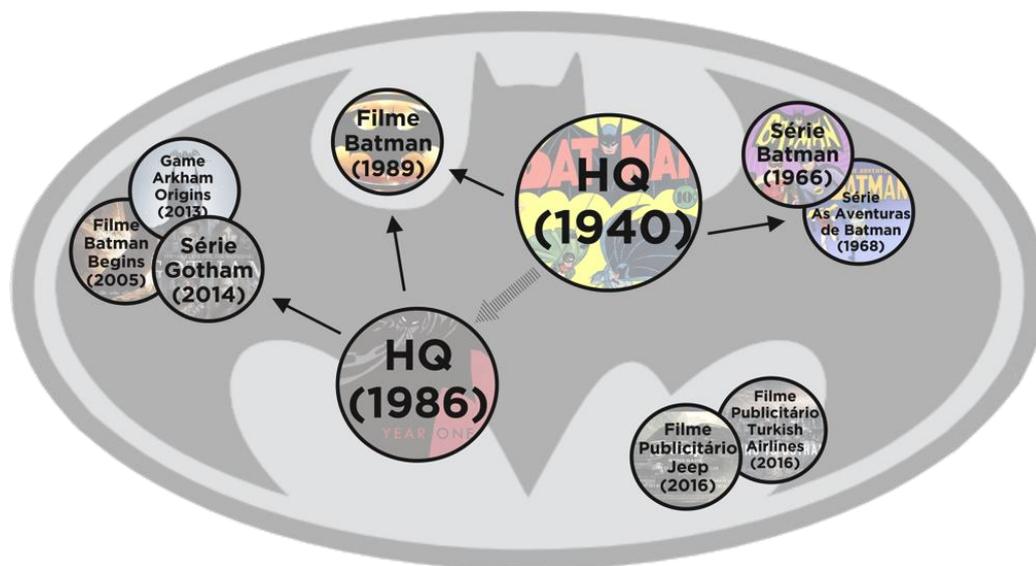


Figura 1: Narrativa transmídia do universo de Batman
 Fonte: os próprios autores.

Na figura apresentada, a história em quadrinhos, de 1940, ocupa o maior espaço por se tratar da narrativa de origem deste universo transmídia. Em seguida, há uma ligação desta história em quadrinhos com a série televisiva *Batman* (1966) e *As aventuras de Batman* (1968), obras que possuem conteúdo similar ao enredo da história em quadrinhos e entre si. Essas histórias apresentam conteúdo adaptado da narrativa de origem.

A história de *Batman: ano um* (1986) se utilizou dos principais elementos da narrativa original e trouxe uma nova versão à história do personagem Batman. Esta nova versão deu origem à outras três obras: o filme *Batman begins* (2005), o game *Arkham origins* (2013) e a série *Gotham* (2014). Além de possuírem maior conexão com a segunda história em quadrinhos, essas histórias se complementam.

Já o filme *Batman* (1989) possui similaridades com ambas as histórias em quadrinhos, sendo uma espécie de mistura entre os elementos narrativos, além de possuir conteúdo inédito ao explorar a história do personagem Coringa.

Os filmes publicitários se apropriam dos principais elementos da narrativa de origem, presente em todas as narrativas e possuem conexão entre si. Ambos estão inseridos na história do filme *Batman vs Superman: a origem da justiça* (2016). Eles absorvem elementos de todas as obras do estudo e geram conteúdo que acrescentam à narrativa como um todo.

7. Considerações finais

A principal característica de uma narrativa transmídia está em possuir uma plataforma principal, que tem sua história desenvolvida e explorada por outros meios com o objetivo de criar uma narrativa ampla e unificada. Para este tipo de narrativa ter êxito ela deve proporcionar ao público diferentes experiências, contando o que aconteceu no passado da história principal, explorar o mundo em que está inserida ou contar a história pela perspectiva de outros personagens, pois um universo transmídia deve atender múltiplas audiências, para que assim possa captar públicos diferentes que, conseqüentemente, buscarão aprofundar seu envolvimento com a narrativa. (JENKINS, 2011).

A partir da análise do universo do personagem Batman, foi percebido que há semelhanças e diferenças entre cada obra. Além disso, constatou-se que cada meio possui suas particularidades, e que bem utilizadas agregam elementos ao universo da narrativa transmídia. Todos os meios utilizam dos principais elementos fornecidos pela história principal, no entanto, alguns apresentam apenas conteúdo adaptado e outros exploram pontos que haviam sido apenas introduzidos pela história em quadrinhos. Os filmes, com duração de uma média de duas horas cada um, escolheram explorar um determinado personagem antagonista e o herói Batman. O game, que possibilita maior interação do usuário com a narrativa, aproveitou para apresentar diversos personagens, mesmo tendo como foco a história de Batman, e aprofundou-se em mostrar todos os detalhes da cidade do herói. As séries, por se tratarem de mídias que contam com longa duração por meio de diversos episódios, podem explorar muitos aspectos, *Batman* (1966) e *As aventuras de Batman* (1968) apresentam diferentes aventuras vividas pelos protagonistas e criminosos. Já a série *Gotham* (2014) explora o início de múltiplos personagens que fazem parte da história de origem. Mesmo com objetivos de vender a imagem de um produto/serviço, os filmes publicitários também contribuíram para produzir sentidos no universo de Batman.

Por meio da análise, foi possível notar também que os elementos da narrativa foram sofrendo mudanças e se adaptando conforme o passar dos anos. Mudanças essas presentes no cenário, no figurino e nos personagens. Conforme o figurino do personagem Batman evoluía,

sua personalidade e história se alteravam. No início, Batman possuía uma personalidade superficial e sua história era pouco explorada. No entanto, as narrativas mais recentes geram grande aprofundamento no personagem, apresentando a trajetória de sua vida como foco.

Conforme exposto por Jenkins (2008), este tipo de narrativa vem sendo utilizada como uma estratégia comunicacional com a finalidade de construção e reforço de valor de uma marca, em que o principal objetivo é atingir maior público, bem como imergi-los neste universo. Por meio de uma narrativa ampla, cada meio traz novos caminhos e questionamentos em torno da história principal, levando o consumidor a buscar respostas nos demais meios, aumentando assim sua experiência com determinado universo transmídia. Caso este estímulo a participação tenha êxito e supere as expectativas do público, este se tornará fiel à marca, além de influenciar possíveis consumidores a aderirem a este universo.

REFERÊNCIAS

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FORSTER, Edward Morgan. **Aspectos do romance**. Porto Alegre: Editora Globo, 1969.

GOSCIOLA, Vicente. Narrativa transmídia: a presença de sistemas de narrativas integradas e complementares na comunicação e na educação. In: **Anais... IV ENCONTRO NACIONAL DE HIPERTEXTO E TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS**. Sorocaba: Universidade de Sorocaba, 26 e 27 set. 2011.

JENKINS, Henry. **Transmedia storytelling 101**. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html>. [2007]. Acessado em: 01 mar. 2016.

_____; tradução Susana Alexandria. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

_____; **Transmedia 202: further reflections**. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html>. [2011]. Acessado em: 01 mar. 2016.

PRATTEN, Robert. **Getting started with transmedia storytelling: a practical guide for beginners**. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/ZenFilms/getting-started-in-transmedia-storytelling-2nd-edition>>. [2015]. Acessado em: 29 mar. 2016.

SANTOS, Maíra Bianchini dos; MIELNICZUK, Luciana. O Universo ficcional de *Lost* e a narrativa transmidiática. **Logos**. Rio de Janeiro, v. 34, n. 01, p. 126-138, jan./jul. 2011.