

## A Remediação de Elementos Midiáticos: um estudo de caso baseado nas HQs Batman

*The Remediation of Media Elements: a case study based on the Batman Comics*

EVANGELISTA, Eduardo; Doutorando; UFSC

edu\_evangelista@hotmail.com

DIAS JUNIOR, Claudelino Martins; Doutor; UFSC

claudelino.junior@ufsc.br

A remediação é compreendida como o processo de renovação dos conteúdos antigos, efetuados pelos novos meios de comunicação. O emblemático personagem dos quadrinhos da DC Comics (Batman), desde a sua origem em 1939, é tido como um dos mais conhecidos e populares, fazendo parte do cotidiano de milhares de pessoas no mundo e adaptando-se a diversos meios midiáticos, dos analógicos aos digitais, ao longo das décadas. Sendo assim, o objetivo do presente estudo foi analisar e identificar como a remediação auxiliou na manutenção do status do personagem Batman durante a Era de Prata dos quadrinhos (1956-1969). Para tanto, utiliza-se uma abordagem qualitativa comum em estudos exploratórios com referências bibliográficas relacionadas ao tema. Como resultado, sugere-se que a remediação se destaca como elemento de renovação do meio, bem como auxilia na popularização de uma cultura de personagens.

**Palavras-chave:** Remediação; Era de Prata; Televisão.

*Remediation is understood as the process of renewing old content, carried out by new media. The emblematic character of the DC Comics comics (Batman), since its origin in 1939, is considered one of the most well-known and popular, being part of the daily lives of thousands of people in the world and adapting to various media, from analogue to digital over the decades. Therefore, the objective of the present study was to analyze and identify how remediation helped to maintain the status of the Batman character during the Silver Age of comics (1956-1969). For this purpose, a qualitative approach common in, of a basic nature, is used, exploratory studies with bibliographic references related to the topic. As a result, it is suggested that remediation stands out as an element of renewal of the medium, as well as helping to popularize a culture of characters.*

**Keywords:** Remediation; Silver Age; Television.

## 1 Introdução

A constante evolução das mídias digitais apresenta a remediação como uma reafirmação da cultura e do consumo imediato. Como exemplo tem-se os programas de televisão que buscam criar uma imersão do usuário ao assistir um salto de paraquedas ou estar em um *cockpit* de um carro Fórmula 1. A experiência análoga consiste em utilizar o recurso *Street View* do aplicativo *Google Maps* para se localizar em uma cidade com imagens fotográficas capturadas de suas ruas, ou ainda, a tornar-se o seu personagem favorito em um jogo de *videogame* a partir do uso de uma realidade virtual.

Este desejo pelo imediato faz com que os recursos novos ou antigos de diversas mídias digitais ou analógicas sejam adaptados entre si. Como exemplo, o avanço do uso dos *smartphones* como meio de produção de imagens, que se utilizam da remediação dos recursos da câmera de vídeo e fotográfica, criando uma ruptura na transmissão de conteúdos com enquadramento horizontal, popularizando o formato vertical, e desta forma, gerando a remediação de tais tecnologias.

Entende-se a remediação como o processo de renovação de conteúdo para os novos meios. Este processo pode ocorrer em diferentes níveis: no caso dos meios digitais, podem variar entre uma melhoria discreta do antecessor, que preserva algumas de suas características, até remediações profundas, no qual o novo meio tenta absorver completamente o anterior (CANAVILHAS, 2012).

Para fins deste estudo compreende-se como meio: “... qualquer dispositivo que carrega conteúdo para um público. Um livro é um meio. Um telefone celular também é um meio. Cada meio afeta as maneiras como o conteúdo é produzido e compartilhado.” (Bennett, 2019 apud Micconi e Serra, 2019, p. 3452, tradução nossa)<sup>1</sup>.

Devido ao uso da remediação e o desejo pelo imediato, personagens reais e fictícios ganham visibilidades em diversos meios de comunicação e com isso popularização e renovação. Em produções de entretenimento como os quadrinhos, sua existência está condicionada por sua popularidade.

Sendo uma das primeiras referências de popularização de personagens, os quadrinhos da DC comics tiveram seu início com a fundação da editora *National Allied Publication*, que em janeiro de 1935, publicava o *Fun Comics nº1*, que apresentava histórias originais, diferentes das compilações de tirinhas já existentes. Algum tempo depois, devido a uma crise financeira, foi lançado em 1937, a HQ *Detective Comics*, o quadrinho que oficializou o nome *DC Comics*. Nessa revista em quadrinhos, cujo tema principal é o crime urbano, apresenta-se em 1939 na edição de número 27, o personagem Batman, criado por Bob Kane e Bill Finger (ORINGEM SECRETA, 2010).

Desde 1939, ano de origem do personagem Batman, aproximadamente 460 (quatrocentos e sessenta) milhões de cópias de suas histórias em quadrinhos já foram vendidas no mundo (UOL, 2017). Mas esse expressivo número só foi concebido devido à capacidade de remediação do meio o qual esteve vinculado.

---

<sup>1</sup> Texto original: “A medium is any device that carries content to an audience. A book is a medium. A mobile phone is also a medium. Each medium affects the ways in which content is produced and shared.”

Durante a década de 1960, período da Era de Prata das HQs, observam-se as dificuldades das histórias em quadrinhos em não despertarem o interesse de novos públicos com títulos como Batman. Nesta mesma época, surge a série televisiva criada por William Dozier sobre as aventuras do Homem-Morcego para conquistar esse público que tinha na televisão seu principal meio de entretenimento. A série protagonizada por Adam West, retomou a popularidade do personagem e fez com que o Homem-Morcego se tornasse conhecido e ainda mais popular (TAVARES, 2017).

Na cultura digital, caracterizada pela convergência dos meios de comunicação, Jenkins (2009) informa que a participação ativa dos consumidores determina a circulação dos conteúdos. A convergência não deve ser compreendida apenas como um processo tecnológico que remedia múltiplos meios e funções no mesmo dispositivo, e sim como uma transformação cultural, na medida em que os consumidores são incentivados a fazer conexões e procurar novas informações em meio a variedade de conteúdos midiáticos.

Desta forma, este estudo se propõe analisar como o processo de remediação apresentado na série televisiva “Batman”, contribuiu para a redenção e renovação dos elementos gráficos visuais das HQ “Remarkable Ruse of the Riddler” e suas influências em publicações posteriores, valendo-se do personagem Batman. Como resultado, apresenta a remediação como um fator determinante para os meios midiáticos reconstruírem narrativas e, conseqüentemente, conquistarem e manterem a atenção de seus públicos.

## 2 A remediação dos meios

O processo de representar um meio em outro é considerado como remediação e em face da renovação de conteúdos anteriores que proporciona, o qual Bolter e Grusin (2000), denominam como novas mídias. Esse processo de remediação pode ocorrer em diferentes níveis, a partir de uma melhoria discreta do meio antecessor, mantendo-se algumas de suas características ou até mais aprofundamente, tentando absorver o contexto de desenvolvimento anterior por completo (CANAVILHAS, 2012). Ou seja, é quando um meio passa a incorporar elementos existentes dos seus antecessores, de uma forma mais ou menos visível, e gera um elo entre os diferentes meios: *“todas as mídias atuais funcionam como remediadores e essa remediação nos oferece um meio de interpretar as obras das mídias anteriores também.”* (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 55, tradução nossa)<sup>2</sup>.

Assim, Bolter e Grusin (2000) definem que o termo remediação pode assumir duas vertentes. A primeira refere-se à imediação e à hipermediação. De um lado, a imediação compreende a imersão do usuário ao conteúdo ou a tentativa de apagar a presença do meio, ou seja, a mediação desaparece e o usuário está imerso na experiência mediada. Já a hipermediação explora a multiplicidade, o usuário está ciente na transmissão do conteúdo e pode se utilizar dos recursos digitais para aprimorar a absorção da informação que desejar. A segunda é sobre o conteúdo em específico e se refere à representação de um meio em outro.

De acordo com Fadel (2018), a imediação é descrita como uma condição de imersão do usuário com o objeto, está relacionada ao processo de “remoção” do meio de comunicação diante do observador, ou seja, a mediação torna-se “transparente” e cria-se uma experiência imersiva para o usuário.

---

<sup>2</sup> Texto original: *“All current media function as remediators and that remediation offer us a means of interpreting the works of earlier media as well”*

Esta experiência se torna clara ao utilizar como exemplo a realidade virtual (RV), realidade aumentada (RA) ou imagens televisivas com recursos tridimensionais ou ainda possibilitada por meio do uso de games.

De acordo com Bolter e Grusin (2000), qualquer tecnologia digital contemporânea pode ser utilizada de modo a realizar a “transparência” do meio, porém, por mais invisível e real que seja a experiência, há a problemática do meio em si, sendo inevitável a negação de sua presença. Como ocorre com os óculos virtuais que proporcionam uma experiência imersiva, porém a existência do meio é necessária para realizar essa imediação.

Enquanto a imediação busca unir e manter a transparência, a hipermediação reconhece os múltiplos atos de representação, oferece um espaço heterogêneo e os torna visíveis, ou seja, para o usuário torna-se evidente que existe uma mediação.

O segundo caminho destacado por Fadel (2018) sobre remediação seria a “representação de um meio em outro” (BOLTER e GRUSIN, 2000, p.46). Este processo pode ocorrer em quatro níveis de competição contínua entre duas mídias. No primeiro nível, a mídia antiga é representada na nova mídia sem nenhuma análise. Como exemplo, os quadrinhos digitalizados em formato de imagem que não possibilitam interações com o conteúdo. No segundo nível, a nova mídia enfatiza as diferenças entre a forma eletrônica e a original. Neste estágio o conteúdo apresentado pode oferecer recursos como a possibilidade de busca, marcação, comentários, entre outros. No terceiro nível, a remediação provoca um redesign da mídia antiga, ou seja, pode possuir janelas, botões, barras de rolagem e outros controles. Não obstante, no quarto nível a nova mídia absorve completamente a mídia antiga. Como exemplo, um quadrinho digital interativo, com narrativa multilinear, interatividade, animações, efeitos e trilha sonora, entre outros recursos.

Estes dois caminhos definem a remediação, que segundo Bolter e Grusin (2000) constituem as principais características das novas mídias digitais. A hipermediação ou imediação são manifestações opostas que possuem o mesmo desejo, sendo: ultrapassar os limites de representação e alcançar o real. O real é definido em termos de experiência do usuário, ou seja, a imediação busca autêntica resposta emocional, negando a mediação. Enquanto a hipermediação, desenvolve a sensação de plenitude, ao multiplicar a mediação, sacia a vontade de experiência, que pode ser tratada como realidade. Ambas são consideradas estratégias de remediação.

“O ponto chave da remediação não se encontra nas alterações sofridas pelas ‘velhas mídias’, mas em enfatizar as melhorias a estas outorgadas: não são os ‘defeitos’ que devem ser apontados, mas as novas qualidades adquiridas (BARROS, et al, 2011)”. Assim, a remediação renova uma mídia ou o processo no qual as “velhas mídias” são representadas e proporcionam uma nova forma, propósito e uso.

Durante a história verifica-se que os novos meios iniciam remediando seus antecessores para em seguida adquirirem a sua própria linguagem. Porém o inverso se faz presente, quando o meio antecessor incorpora características do seu sucessor, como forma de resistir ao desgaste de audiências provocados pela inserção de um novo meio no ecossistema midiático (CANAVILHAS, 2012). Como exemplo, tem-se os programas televisivos que aderem a recursos, como aqueles existentes nas mídias sociais, como comentários e *QR codes*, em sua programação.

### 3 A queda das HQ's na Era de Prata

A classificação por eras se aplica somente às histórias em quadrinhos norte-americanas. Portanto, essas histórias são separadas cronologicamente e contemplam as criações de novos super-heróis, a partir de dinâmicas socioculturais e tecnológicas que permitiram as transformações no mercado editorial. Sendo assim, seu reconhecimento se dá pela Era de Ouro (1935-1956), Era de Prata (1956-1970), Era de Bronze (1970-1984), Era das Trevas (1984-1998) e Era Moderna (1998-2013). A Era das Trevas foi acrescida apenas pela DC Comics, por Paul Levitz, ex-presidente e editor da empresa, professor da Universidade de Columbia e historiador de quadrinhos. Neste período encontram-se as publicações mais adultas como *Batman the Dark Knight*, de Frank Miller (TAVARES, 2017).

A partir da segunda metade dos anos 1940, durante a Era de Ouro dos quadrinhos, o gênero dos super-heróis foi perdendo espaço para temáticas de terror, faroeste e de ficção científica. Com isso, a maior parte dos personagens simplesmente desapareceram, e entre os poucos heróis que sobreviveram da DC Comics encontram-se o Super-Homem, o Batman e a Mulher-Maravilha. Em 1956, a própria editora DC se tornou responsável por reviver o gênero heroico e lançou uma versão modernizada do clássico personagem de sua coleção, o Flash. Sua reformulação ao ser bem recebida pelo público, motiva o relançamento de outros personagens como o Lanterna Verde, com enredos influenciados pela ficção científica. Mais tarde surge a Liga da Justiça da América, grupo com os principais super-heróis da editora (uma reedição da Sociedade da Justiça, o primeiro grupo de super-heróis, lançado ainda nos anos 1940). Neste momento, inicia-se a chamada “Era de Prata dos Quadrinhos” (SRBEK, 2017).

A Era de Prata, caracterizada por enredos que envolvem elementos pseudocientíficos e fantasiosos, surgiu na segunda metade de 1950 e seu desenvolvimento se deu como resposta às críticas sobre a produção de histórias em quadrinhos, principalmente a partir das teorias de Fredric Wertham (1895-1981), e a criação do selo *Comic Code Authority* – CCA, um sistema de autocensura criado pela *Comics Magazine Association of America*.

Fredric Wertham, um psiquiatra norte-americano, dedicou-se ao diagnóstico e tratamento de crianças consideradas como “delinquentes juvenis” e com relação comportamental originária de ansiedade ou pesadelos. Wertham, ao perceber que seus pacientes tinham em comum a leitura dos quadrinhos, determinou sob seu olhar a causa dos distúrbios que buscava tratar. Assim, em 1954, publicou o livro *Seduction of the Innocent*, que apresentava argumentos sobre a leitura de HQs do gênero policial, ou de crimes, prejudicava o desenvolvimento moral, social, físico e mental das crianças. Embora destacasse apenas estes gêneros, Wertham alegava que quase todas as histórias em quadrinhos publicadas, com exceção daquelas que possuíam personagens cômicos ou cujo protagonistas fossem animais, eram sobre crimes (TILLEY, 2019).

Devido ao seu posicionamento, a opinião pública, com medo e raiva, proibiu as crianças de lerem as revistas em quadrinhos, independente do gênero. Essa ação fez com que muitas publicações se tornassem ameaçadas devido a boicotes e à queima de quadrinhos em praça pública.

Em antecipação a intervenções do governo, a indústria dos quadrinhos, incluindo a *National Allied Publication* (futura DC Comics), formaram a *Comics Magazine Association of America* – CMMA e desenvolveram o selo de autocensura CCA (*Comic Code Authority*), com o intuito de criar publicações sadias para as crianças. Este selo, trouxe tranquilidade ao mercado e segurança quanto ao conteúdo, porém, muitos títulos adultos e de terror findaram, circulando apenas na forma de fanzines. Isso fez com que se disseminasse o conceito de que as histórias em quadrinhos seriam desenvolvidas para crianças (TAVARES, 2017).

As exigências do *Comic Code* foram aderidas pelos novos e antigos personagens. Apesar do sucesso da iniciativa, os super-heróis foram apresentados aos consumidores em geral com histórias de pouca profundidade, preservando os bons costumes e o estilo de vida americano.

No entanto, esse otimismo preservado pelos super-heróis sofreu mudanças com a chegada da Marvel e do Quarteto Fantástico na metade da década de 1960. Com um roteiro que apresentava dificuldades de relacionamento, incertezas e até a rejeição ao papel de herói (VIANA; REBLIN, 2011).

Com a chegada dos anos 1960, a editora DC Comics vivia um momento de estabilidade, porém mesmo com as modernizações da década anterior, havia algo que seus personagens já não agradavam tanto os leitores. Mas esta nova década preparava um novo futuro para o Homem-Morcego, uma redenção, chamada remediação.

#### 4 Metodologia

O personagem Batman durante sua trajetória esteve presente em diversas mídias e para se manter popular e mais próximo de seu público, tendo em conta mudanças culturais, tecnológicas e de consumos diversificados oferecidos em cada período de sua história. De acordo com Jenkins (2008), deve-se considerar que cada mídia tem o seu público de consumo e, diferente dos quadrinhos e dos games, que são mais restritos, séries televisivas e filmes possuem um público mais diversificado.

A Figura 01, apresenta em uma linha temporal que sintetiza a primeira remediação por segmento midiático do personagem Batman.

Figura 01 - Linha do tempo das primeiras remediações do Batman por segmento midiático.



Fonte: Do autor (2021).

Durante a década de 1960, o universo dos quadrinhos não atraía a geração do pós-guerra que tinha como interesse as comédias românticas e desenhos animados na televisão. Nesta época também ocorriam censuras, devido a publicação do livro *"Seduction of the innocent"* do psicólogo Fredric Wertham. Para sobreviver neste período Batman teve que se renovar e na remediação para a série televisiva de 1966, foi o que lhe trouxe a redenção.



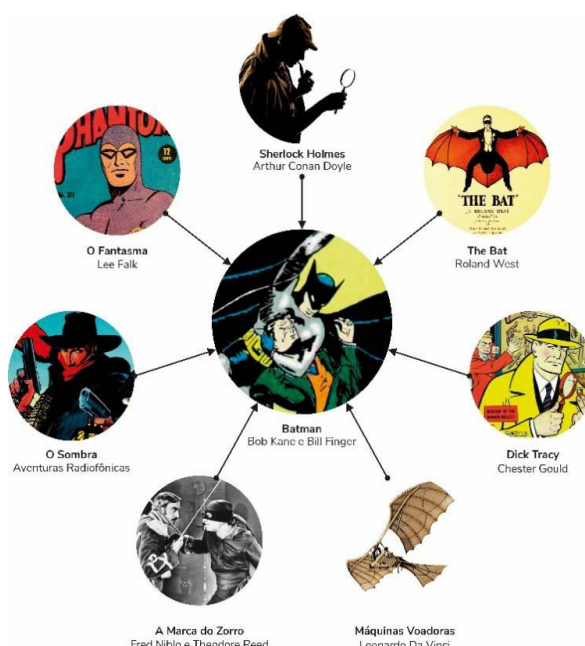
Dessa forma, o artigo se propõe a analisar como a remediação contribuiu para a redenção e renovação dos HQs, tendo como estudo de caso o personagem, identificando-se elementos gráficos visuais da HQ *Remarkable Ruse of the Riddler*, e suas influências em publicações posteriores.

De acordo com Prodanov e Freitas (2013), este artigo se estabelece como pesquisa qualitativa, por possuir uma interpretação e atribuição básica, sem o uso de métodos e técnicas estatísticas. Nesse sentido, pois objetiva gerar conhecimentos novos, sem a necessidade de aplicação prática e com a finalidade de proporcionar um levantamento conceitual a partir de pesquisas bibliográficas.

## 5 O auge de Batman a partir da remediação

A relação do Homem-Morcego com o cinema e com a televisão começou desde a sua criação em 1939. Influenciado pelas tiras de jornal do detetive “Dick Tracy” de Chester Gould e do “Fantasma” de Lee Falk, pelas aventuras radiofônicas de “O Sombra”, aos livros de “Sherlock Holmes” de Arthur Conan Doyle, bem como os projetos das máquinas voadoras de Leonardo Da Vinci e principalmente com o estilo visual dos filmes “A Marca do Zorro” do diretor Fred Niblo e Theodore Reed e “The Bat” do diretor Roland West, contribuíram para que os criadores Bob Kane e Bill Finger concebessem o personagem Batman (SRBEK, 2017), conforme apresentado na Figura 02.

Figura 02: Influência na criação do personagem Batman.



Fonte: Do autor (2021).

No caso da mídia televisiva, cujo seu reconhecimento é a imagem sonorizada, existe a remediação da fotografia e do som provido pelo rádio, uma remediação do texto (comunicação verbal escrita) característico da imprensa (CANAVILHAS, 2012). E, nesse processo, a série Batman de 1966 trouxe um impacto na sobrevivência do personagem.

Após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), a televisão se popularizou, dados os avanços tecnológicos dos aparelhos e das transmissões, assim como o seu barateamento e, consequente, ampliação da grade de programação. Na década de 1950, milhares de pessoas

passaram a ter acesso a televisão (TV) nos Estados Unidos, Europa, Ásia e América Latina, e essa mídia tornou-se um importante meio de comunicação e entretenimento. Entre as décadas de 1950 e 1960, outro fator importante que contribuiu para sua popularização, foi a chegada da televisão em cores. Em 1954, a rede NBC realizou as primeiras transmissões públicas a cores (VASCONCELOS, 2016).

Em 1966, James Van Hise, autor de histórias em quadrinhos e historiador da cultura popular americana, cita como a série Batman aproveitou o máximo da paleta de cores disponível, o que a diferenciava de outros programas coloridos da época e contribuía para aproximação da estética das HQs. O programa também utilizava ângulos diferenciados e onomatopéias que reforçaram a remediação provida das histórias em quadrinhos. William Dozier, produtor do seriado e sua equipe, queriam essa mistura, pois o Pop Art estava em ascensão. Hise apud Brooker (2001, p. 193) finaliza seu comentário com a seguinte frase “Então tudo se encaixou e o momento foi perfeito”<sup>3</sup> – tradução nossa.

A Pop Art foi a base para o visual da série, porém é a palavra “camp” que marca e caracteriza o seriado. De acordo com Weldon, 2018, a definição para “camp” mais utilizada em jornais e revistas da época era: “Tão ruim que é bom”.

Dois anos antes da estreia do seriado, o ensaio “Notas sobre o Camp”, publicado por Suzan Sontag em uma série de cinquenta e oito passagens numeradas em prosa, cita “Para começar de maneira bastante geral: Camp é um certo tipo de esteticismo. É uma maneira de ver o mundo como um fenômeno estético” (1964, p.2) e “Camp é uma visão do mundo em termos de estilo – mas um estilo peculiar. É a predileção pelo exagerado, por aquilo que está “fora”, por coisas que são o que não são” (1964, p.3).

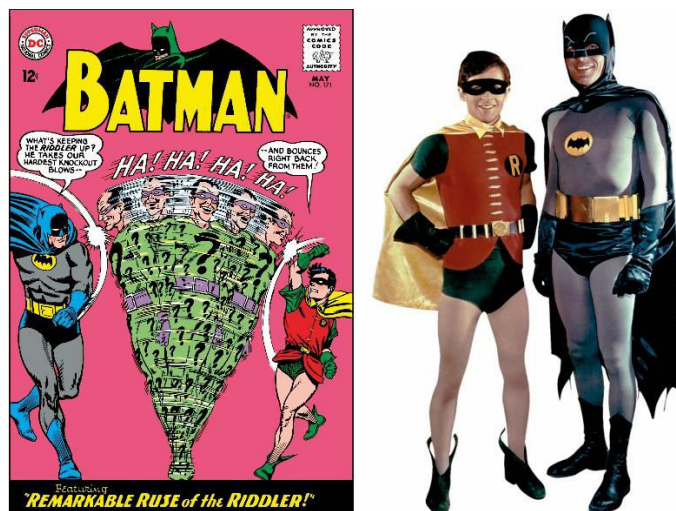
Produzida pela rede de TV norte-americana *American Broadcasting Corp* (ABC) por William Dozier e Leslie H. Martison, e estrelado por Adam West (Batman) e Burt Ward (Robin), a série popularizou o personagem e o introduziu na cultura pop da década de 1960. Com episódios de meia-hora, a Dupla Dinâmica (Batman e Robin) enfrentavam os vilões como o Coringa (Cesar Romero), o Charada (Frank Gorshin) e o Pinguim (Burgess Meredith). Com um sucesso imediato, o programa obteve mais de 100 (cem) episódios, gerou um longa-metragem com o mesmo elenco e animações, que propagou o personagem para o público infantil.

Para escrever o episódio piloto do seriado, o roteirista Lorenzo Semple Jr. utilizou a HQ “*Remarkable Ruse of the Riddler*” publicada no Brasil como “O Artil do Egnimista”, nº 171, publicada em maio de 1965 e a transcreveu diretamente, mapeando os clichês dos quadrinhos de super-heróis e transferindo-os para o formato televisivo.

Figura 03: Uniforme e capa da HQ Remarkable Ruse of the Riddler

<sup>3</sup> Texto original: “So it all fit and the timing was perfect.”





Fonte: [www.zipcomic.com](http://www.zipcomic.com) (2021)

O uniforme (Figura 03) criado por Carmine Infantino, composto pela elipse amarela envolvendo o morcego estilizado em preto, símbolo reproduzível e marca registrável do personagem, foi remediado para o seriado, assim como o traje de Robin.

A Figura 04 proporciona uma visão das referências coletadas do quadrinho *"Remarkable Ruse of the Riddler"* para a série televisiva e como os seus personagens principais e secundários percorrem o estilo visual, sendo possível observar que o episódio se trata de uma remediação.

Figura 04: Remediação de HQ para o episódio piloto da série Batman.



Fonte: [www.zipcomic.com](http://www.zipcomic.com) (2021)

Na Figura 05, uma continuação da cena apresentada na Figura 04, a remediação é encontrada na captura do Charada pelo Batman em uma área de circulação, a presença do diretor da galeria, assim como o Robin, a direção da luz, os quadros e a armadura de ferro ao chão. Neste caso, conforme Botler e Grusin (2000) a hipermediação está presente na mídia televisiva, quando o espectador compreende sua existência, mas sua imersão também proveniente de sua experiência com a remediação do conteúdo.

Figura 05: Remediação da HQ para o episódio piloto da série



Fonte: [www.zipcomic.com](http://www.zipcomic.com) (2021)

Com o sucesso da série o editor Julius Schwartz, começou a introduzir elementos do seriado nas histórias em quadrinhos como o uso de onomatopeias e ainda utiliza a popularidade do Homem-Morcego para impulsionar as vendas de outros títulos como *World's Finest*, nº 166.

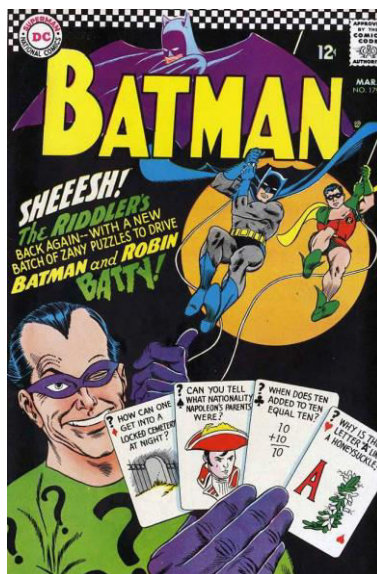
Duas semanas após a remediação e sua estreia no programa televisão, a primeira publicação *Batman* nº 179 (Figura 06), já dispunha de informações baseadas no seriado. O texto em destaque adota a estética kitsch da TV: “IXI! O Charada está de volta! Com uma nova leva de paradigmáticos enigmas que vão deixar a Dupla Dinâmica morcegada!” (Tradução de WELDON, 2018). Essa revista vendeu 98% (980 mil) da tiragem de um milhão de exemplares solicitados pela editora, número que não era alcançado desde o auge dos quadrinhos nos anos 1940. Em um ano, os quadrinhos de *Batman* recuperaram seu dinamismo e as vendas dos títulos do personagem dobraram durante os anos de 1966-67. O Homem-Morcego, que quase desapareceu, pela primeira vez em vinte e cinco anos de história, vendia mais que o Superman e se tornava o personagem de HQ mais comprado no mundo.

Brooker (2001, p.180) cita “Em termos mais simples de marketing, então, o programa de TV salvou o personagem e sua personificação nos quadrinhos, o que talvez seja o que inconscientemente irrita tanto os fãs tradicionalistas, quer eles percebam ou não.”<sup>4</sup> – tradução nossa.

A série também lança um longa-metragem estrelado pelo mesmo elenco e uma linha de produtos licenciados ao mercado com a popularidade e ainda sua imagem fica associada a diversos produtos de consumo.

Figura 06: *Batman* nº 179 e *Batman* nº 183.

<sup>4</sup> Texto original: “In the simplest marketing terms, then, the TV show saved the character and his comic book incarnation, which is perhaps what unconsciously galls so many traditionalist fans whether they realise it or not.”

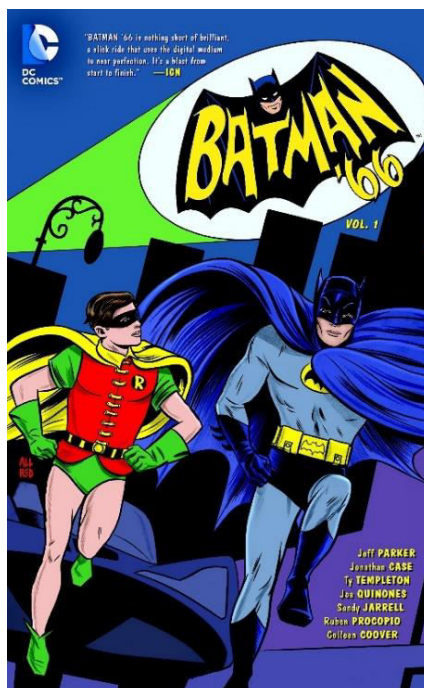


Fonte: [www.guiadosquadrinhos.com](http://www.guiadosquadrinhos.com) (2021)

Porém, em 1968 com a audiência em queda, a emissora ABC cancelou o seriado devido aos custos de produção da época. Mas a partir de reprises e de exportação para outros países, a série populariza a imagem do Batman para além das terras norte-americanas. Após o seu fim, muitas HQs e as primeiras animações com o Batman para a televisão produzidas por Lou Schiener's do estúdio Filmation: *The Adventures of Batman with Robin the boy Wonder* (1968-1969) e *The New Adventures of Batman and Robin* (1977-1979), traziam as características da série de 1966 (TAVARES,2017).

Em 2013, a DC Comics anunciou o lançamento de HQs, com histórias baseadas no clássico seriado de 1966, intitulado de "Batman '66" (Figura 07), além de camisetas, *action figures* e outros produtos. De acordo com Naliato (2013), Brad Globe, presidente da divisão de produtos de consumo da Warner Bros, declarou que "é animador ver uma linha de produtos que não é vista há décadas, que agradará aos antigos e novos fãs da série clássica do Batman."

Figura 07: HQ Batman 1966



Fonte: [www.amazon.com](http://www.amazon.com) (2021)

Com a morte do ator Adam West, com 89 anos em 2017, Geoff Johns, presidente e chefe criativo da DC Entertainment, manifestou em comunicado oficial, o reconhecimento e a importância do ator para a popularidade de Batman.

A atuação de Adam West como Batman foi uma enorme contribuição para transformar o Cruzado Encapuzado em um verdadeiro ícone pop. Seu trabalho ajudou a levar os quadrinhos para um grande público e encorajou uma geração a descobrir histórias maravilhosas e personagens que chegaram ao mundo de Batman pelas páginas de HQs como Batman e Detective Comics” (Geoff Johns apud BRIDI, 2017).

Com o avanço das tecnologias, as HQ's sofreram com a evasão dos leitores em busca de entretenimento em novas mídias. A adaptação das histórias para outros meios fez-se necessária para redenção de personagens consagrados manterem-se no interesse do público leitor. Seja através dos filmes, seriados, games, a remediação trouxe para as HQ's, como aquela realizada no personagem Batman, uma maneira de manter os fãs ativos por gerações.

## 6 Conclusões e considerações finais

O processo da remediação das HQs para a televisão, impactou a geração do pós-guerra, com a imediação proporcionada pela nova mídia televisiva. A Era de Prata foi protagonizada por transformações nos quadrinhos provida de censura e ainda por novas formas de entretenimento como a televisão, gerando um forte declínio nas vendas das HQs e, consequentemente, o cancelamento de diversos títulos.

Conforme cita Jenkins (2009), deve-se compreender a importância que os consumidores possuem ao contribuírem de forma ativa, determinando a circulação de produtos, assim como o processo tecnológico do qual remedia múltiplos meios e funções, estes devem ser



compreendidos como uma transformação cultural. Essa mudança do personagem para o politicamente correto, tido como referência nas décadas pós a Segunda Grande Guerra é refletida após a primeira transmissão do então seriado de TV (Batman), trazendo a batmania concomitantemente à Pop-Art, fazendo com que o personagem Batman apareça em diversas peças da indústria da moda por meio de roupas e penteados, produtos esses licenciados e que contribuíram com a sua popularização.

O auge da televisão e as cores sendo transmitidas, apresentadas nos uniformes e na sua estética semelhante ao Pop-Art, o interesse do público no novo meio de entretenimento, com temáticas românticas, de comédia e de programas para a família, se apresentaram como fórmula concebida pelo seriado através da atuação de Adam West (Batman) e Burt Ward (Robin). Dessa forma, conceberam a empatia do público com os personagens, assim como os clichês que ocorriam nos quadrinhos e a aparição de expressões como “Santa confusão, Batman!” garantiram o reconhecimento da série mesmo após o seu cancelamento em 1968. O sucesso trouxe novas remediações para produtos e adaptações como as animações e quadrinhos das décadas seguintes e que garantiram a permanência do nome Batman até a atualidade.

É provável que o personagem passe por novos momentos de crise como, ocorreu após o fim da série e durante a era das Trevas da DC e após a era de Bronze, e a redenção se dê novamente a partir da remediação.

A remediação trouxe para as histórias em quadrinhos a possibilidade de se manterem culturalmente presentes na sociedade e no consumo, pois adaptaram-se às características das novas mídias digitais. Sejam concebidas através da hipermediação, como os quadrinhos digitais que oferecem um espaço heterogêneo visível aos leitores, ou pela imediação que busca a transparência do meio, como exemplo, a realidade virtual em jogos digitais, a experiência e a busca autêntica de uma resposta emocional do usuário, configurando-se como estratégias de remediação a manterem as histórias em quadrinhos “atuais” dentro de uma constante evolução midiática.

Com novas tecnologias surgindo, é necessário que as empresas de quadrinhos ou os quadrinistas independentes estejam atentos, preparados e motivados a adaptar-se para manter as histórias em quadrinhos dentro do interesse original de seus leitores.

## 7 Referências

BARROS. Ana Cirne Paes de; POSHAR. Andréa; NOBRE, Cândida; VIEIRA, Danielle. **Multissensorialidade e Transparência nos Dispositivos Tecnológicos:** o Fascínio Exercido Pela Apple. XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 34, 2011, Recife: Itercom e Unicap, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2876-1.pdf>. Acesso em: 05/07/2021

BOLTER, J. D. & GRUSIN, R. **Remediation**: Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press, 2000

BROOKER, Will. **Batman Unmasked**: analyzing a cultural icon. New York: Bloomsbury, 2001.

BRIDI, Natália. **A popularidade de Batman sempre estará ligada a Adam West**: diz comunicado oficial da DC Entertainment: geoff johns e jim lee falam sobre importância do ator para os quadrinhos. Geoff Johns e Jim Lee falam sobre importância do ator para os quadrinhos. 2017. Omelete. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/series-tv/a-popularidade-de-batman-sempre-estara-ligada-a-adam-west-diz-comunicado-oficial-da-dc-entertainment>. Acesso em: 05 jul. 2021

CANAVILHAS, João. **Da remediação à convergência**: um olhar sobre os media portugueses, Brazilian Journalism Research, 8, 1, 7-21, 2012.

FADEL, Luciane Maria; **Remediando objetos de aprendizagem**: como acentuar a acessibilidade. p. 210 -218. In: Design para acessibilidade e inclusão. São Paulo: Blucher, 2018.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MICONI, Andrea; SERRA, Marcelo. **On the Concept of Medium: an empirical study**. International Journal Of Communication, Los Angeles Ca, v. 13, n. 1, p. 3444-3461, 2019. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10751>. Acesso em: 06 jul. 2021.

ORIGEM SECRETA: **A história da DC Comics**. Direção de Mac Carter. DC Entertainment: Estados Unidos: 2010. 1 [DVD] (90 min.), son., color.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 277 p.

SONTAG, Susan. **Notas sobre Camp**. Partisan Review.1964 Disponível em: [https://perspectivasqueeremdebate.files.wordpress.com/2014/06/susan-sontag\\_notas-sobre-camp.pdf](https://perspectivasqueeremdebate.files.wordpress.com/2014/06/susan-sontag_notas-sobre-camp.pdf). Acesso em: 06 jul. 2021.

SRBEK, Wellington. **Super-Heróis**: um fenômeno dos quadrinhos. Ebook. Balão Editorial, 2017.

TAVARES, Dickson De Oliveira. **Batman**: uma luz sobre o cavaleiro das trevas -Mediações, Midiatizações, Transmídiações. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programas de Pós-Graduação em Estudos da Mídia. Orientador: Prof. Dr. marcelo Bolshaw Gomes. 2017.

TILLEY, CAROL. **Os leitores de histórias em quadrinhos no meio das mentiras de Fredric Wertham**. 9ª Arte (São Paulo), vol. 8, nº 1. 2019.

UOL. **Estas são as 5 séries de quadrinhos mais vendidas de todos os tempos**. 2017. Start uol. Disponível em: <https://www.uol.com.br/start/listas/estas-sao-as-5-series-de-quadrinhos-mais-vendidas-de-todos-os-tempos.htm>. Acesso em: 05 jul. 2021.

VASCONCELOS, Ana. **Guia A História**: Televisor: uma janela para o mundo. a incrível história da invenção que mudou a maneira de se ver a realidade. 02. ed. São Paulo: On Line Editora, 2016.

VIANA, Nildo; REBLIN, Juri Andréas. **Super-heróis, cultura e sociedade**: aproximações multidisciplinares sobre o mundo dos quadrinhos. Aparecida, São Paulo: Ideias & Letras, 2011.



VINHA, Felipe. **Review Batman Arkham VR:** seja o Batman, mas por um curto período de tempo. 2016. Tectudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/review/batman-arkham-vr.html>. Acesso em: 06 jul. 2021

WELDON, Glen. **A Cruzada Mascarada:** Batman e o nascimento da cultura nerd. Brasil: Pixel, 2018.