

**A REMEDIAÇÃO DE ELEMENTOS MUDIÁTICOS: UM ESTUDO DE  
CASO BASEADO NAS HQS BATMAN DA ERA DE PRATA**

*The remediation of media elements: a case study based on the  
silver age Batman comics*

*La remediación de elementos mediáticos: un estudio de caso  
basado en los cómics de Batman de la edad de plata*

Eduardo Evangelista<sup>1</sup>  
Claudelino Martins Dias Junior<sup>2</sup>

---

1 Doutorando e mestre em Design pela UFSC e professor no curso de Design da UNISATC. E-mail: edu\_evangelista@hotmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1709947363599530>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4730-0866>

2 Professor do Departamento de Ciências da Administração, do Programa de Pós-Graduação em Administração e do Pós Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: claudelino@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1278815929410146>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8071-6396>

## RESUMO

A remediação é 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 de décadas. Sendo assim, o objetivo do presente estudo foi analisar e identificar como a remediação auxiliou a manter o 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, conclui-se que a remediação é importante elemento de renovação do meio, auxiliando na popularização da cultura de personagens.

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

### **Abstract**

*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 analog 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.

### **Résumen**

La remediación se entiende como el proceso de renovación de contenidos antiguos, llevado a cabo por nuevos medios. El personaje emblemático de DC Comics (Batman), desde su origen en 1939, es considerado uno de los más conocidos y populares, formando parte de la vida cotidiana de miles de personas en el mundo y adaptándose a diversos medios, desde el analógico hasta el digital. largo de las décadas. Por tanto, el objetivo del presente estudio fue analizar e identificar cómo la remediación ayudó a mantener el estatus del personaje de Batman durante la Edad de Plata de los cómics (1956-1969). Para ello, se utiliza un enfoque cualitativo común en estudios exploratorios con referencias bibliográficas relacionadas con el tema. En consecuencia, se sugiere que la remediación se destaca como un elemento de renovación del medio, además de ayudar a popularizar una cultura de personajes.

**Palabras clave:** Remediación; Edad de plata; Televisión.

## 1 INTRODUÇÃO

A constante evolução das mídias digitais apresenta a remediação como reafirmação da cultura e do consumo imediato. Esse desejo pela informação instantânea é acompanhado de um processo adaptativo dos meios, fazendo com que os recursos novos ou antigos de diversas mídias digitais ou analógicas recebam apropriação da linguagem, do estilo e de características de uma mídia por outra. Tal 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, ou de modo profundo, no qual o novo meio tenta absorver completamente o anterior (CANAVILHAS, 2012). Esse processo é definido por Bolter e Grusin (2000) como “remediação”, uma renovação de conteúdo para os novos meios, podendo as mídias assumir duas vertentes: a imediação, que é a transparência, e a hipermediação, que é a opacidade.

Na vertente imediação busca-se apagar a presença do meio, para que o usuário não perceba sua existência e possa mergulhar no conteúdo; como os programas de televisão, que buscam promover uma sensação imersiva do telespectador quando apresentam a imagem na visão do paraquedista durante o salto de um avião, ou no *cockpit* de um carro Fórmula 1 durante a corrida. É como a realidade virtual que promove maior transparência do meio com uso de óculos de realidade virtual, que possibilita, por exemplo, ao usuário estar na visão de seu avatar e poder explorar um mundo tridimensional. De modo oposto, na vertente da hipermediação, o usuário reconhece a mídia e a realidade em que está inserido e a mediação torna-se evidente como num computador, cuja pluralidade de janelas abertas oferece diferentes informações em cada uma.

“Por conseguinte, ao ponderar as duas lógicas, imediação e hipermediação, pode-se compreender que, por vezes, estão em uma relação de dependência, se configurando como mecanismos para atingir a remediação.” (ALVES e SALVADORI, 2019, p.46).

No presente 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>3</sup>.

Devido ao uso da remediação e ao desejo pelo imediato, personagens reais e fictícios ganham visibilidade em diversos meios de comunicação e assim se popularizam e se renovam. Em produções de entretenimento como os quadrinhos, sua existência está condicionada à popularidade.

<sup>3</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.”

Como uma das primeiras referências de popularização de personagens, os quadrinhos da *DC comics* tiveram seu início em janeiro de 1935, quando a editora *National Allied Publication* publicou o *Fun Comics* nº 1, que apresentava histórias originais, diferentes das compilações de tirinhas já existentes. Em 1937, devido a uma crise financeira, foi lançada a HQ *Detective Comics*, o quadrinho que oficializou o nome *DC Comics*. Nessa revista em quadrinhos, cujo tema principal é o crime urbano, em 1939, na edição de número 27, é apresentado o personagem Batman, criado por Bob Kane e Bill Finger (ORIGEM SECRETA, 2010).

Desde 1939, quando nasceu o personagem Batman, cerca de 460 (quatrocentos e sessenta) milhões de cópias de suas histórias em quadrinhos já foram vendidas no mundo (UOL, 2017). Mas tão expressivo número só foi possível devido à capacidade de remediação do meio ao qual se vinculava.

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

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

Assim, o estudo pretende analisar como o processo de remediação apresentado na série televisiva “Batman”, de 1966, contribuiu para redimir e renovar os elementos gráficos visuais das HQs e suas influências em publicações posteriores, valendo-se do personagem Batman. O resultado apresenta a remediação como fator determinante para os meios midiáticos reconstruírem narrativas e, conseqüentemente, conquistarem e manterem a atenção de seu público.

## **2 A REMEDIAÇÃO DOS MEIOS**

O processo de representar um meio em outro é considerado remediação; devido à renovação de conteúdos anteriores que proporciona, é denominada por Bolter e Grusin (2000) como novas mídias. Esse processo de remediação pode ocorrer em diferentes ní-

veis, como melhoria discreta do meio antecessor, mantendo algumas de suas características ou até aprofundando-as, tentando absorver o contexto de desenvolvimento anterior por completo (CANAVILHAS, 2012). Ou seja, é quando um meio passa a incorporar elementos existentes em seus antecessores, de maneira mais ou menos visível, e gerando 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>4</sup>.

Assim, Bolter e Grusin (2000) definem que o termo remediação pode assumir duas vertentes: a imediação e a hipermediação. De um lado, a imediação compreende a imersão do usuário no conteúdo ou a tentativa de apagar a presença do meio: 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 utilizar-se dos recursos digitais para aprimorar a absorção da informação que desejar.

Fadel (2018) descreve a imediação como uma condição de imersão do usuário no objeto, relacionada ao processo de “remoção” do meio de comunicação diante do observador, ou seja, a mediação torna-se “transparente”, criando uma experiência imersiva para o usuário. Tal experiência se torna clara ao utilizar como exemplo a realidade virtual (RV), que coloca o usuário num mundo totalmente criado por computador. Essa conexão é realizada através de óculos especiais ou de um capacete de imersão, para que o usuário não perceba o mundo real. A realidade aumentada (RA), outro exemplo, inclui projeção de conteúdos e informações complementares no mundo real, como o jogo Pokémon Go, que exibe personagens virtuais no mundo real, com auxílio de um *smartphone* (VARONI, 2018).

Para 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, não sendo possível negar sua presença, como ocorre com os óculos virtuais que proporcionam uma experiência imersiva, mas o meio é necessário para realizá-la.

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, evidenciando ao usuário que existe uma mediação.

Estes dois caminhos definem a remediação, que segundo Bolter e Grusin (2000) constituem as principais características das novas mídias digitais. A hipermediação e a imediação se constituem manifestações opostas com o mesmo desejo: 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

<sup>4</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”

a hipermediação desenvolve a sensação de plenitude ao multiplicar a mediação e saciar a vontade de experiência, que pode ser tratada como realidade. Ambas são consideradas estratégias de remediação: a “representação de um meio em outro.” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p.46).

Fadel (2018) esclarece que a remediação 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. Por exemplo: os quadrinhos digitalizados em formato de imagem que não permitem interação com o conteúdo. No segundo nível, a nova mídia enfatiza as diferenças entre a forma eletrônica e a original. Nesse estágio o conteúdo apresentado pode oferecer recursos como a possibilidade de busca, marcação e comentários, entre outros. No terceiro nível, a remediação provoca um *redesign* da mídia antiga, podendo ter janelas, botões, barras de rolagem e outros controles. No quarto nível a nova mídia absorve completamente a mídia antiga. Por exemplo: um quadrinho digital interativo, com narrativa multilinear, interatividade, animações, efeitos e trilha sonora, entre outros recursos.

“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 depois adquirirem a sua própria linguagem. Porém, o inverso ocorre quando o meio antecessor incorpora características do seu sucessor, como forma de resistir ao desgaste de audiências provocado pela inserção de um novo meio no ecossistema midiático (CANAVILHAS, 2012). Por exemplo: os programas televisivos que aderem a recursos, como aqueles existentes nas mídias sociais, como comentários e *QR codes*.

### **3 A QUEDA DAS HQS 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. Nesse 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 ficção científica. Com isso, desapareceu a maior parte dos personagens 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. Ao ser bem recebida pelo público, sua reformulação 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). Nesse momento inicia-se a chamada “Era de Prata dos Quadrinhos.” (SRBEK, 2017).

Caracterizada por enredos que envolvem elementos pseudocientíficos e fantasiosos, a Era de Prata 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 *Comics Code Authority* – CCA, um sistema de autocensura criado pela *Comics Magazine Association of America*.

O psiquiatra norte-americano Fredric Wertham dedicou-se ao diagnóstico e tratamento de crianças consideradas “delinquentes juvenis” e com relação comportamental originária de ansiedade ou pesadelos. Ao perceber que seus pacientes tinham em comum a leitura dos quadrinhos, Wertham determinou sob seu olhar a causa dos distúrbios que buscava tratar. Assim, em 1954 publicou o livro *Seduction of the Innocent*, que apresentava argumentos de que a leitura de HQs do gênero policial, ou de crimes, prejudicava o desenvolvimento moral, social, físico e mental das crianças. Embora destacasse apenas esses gêneros, Wertham alegava que, exceto aquelas com personagens cômicos ou cujos protagonistas fossem animais, quase todas as histórias em quadrinhos publicadas 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, levando muitas publicações a serem ameaçadas, com boicotes e queima de quadrinhos em praça pública.

Antecipando-se a intervenções do governo, vários industriais 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 (*Comics Code Authority*), com o intuito de criar publicações sadias para as crianças. Tal selo trouxe tranquilidade ao mercado e segurança quanto ao conteúdo, embora muitos títulos adultos

e de terror tenham acabado 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 *Comics Code* foram assimiladas 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 o advento 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 essa nova década preparava um novo futuro para o Homem Morcego, uma redenção, chamada remediação.

## 4 METODOLOGIA

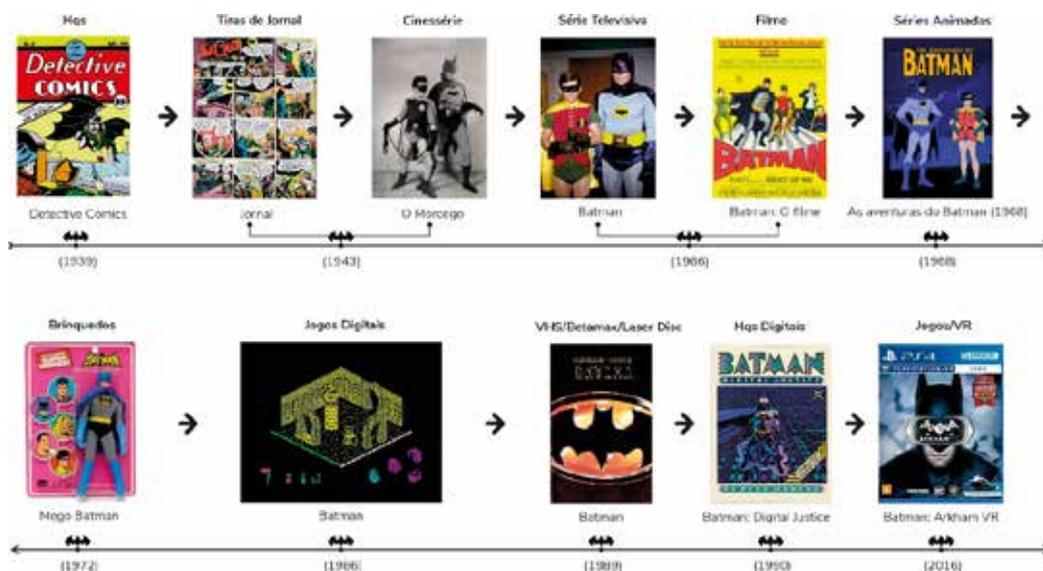
Durante sua trajetória, o personagem Batman esteve presente em diversas mídias para manter-se popular e mais próximo de seu público, tendo em conta as mudanças culturais, tecnológicas e de consumo diversificado oferecido em cada período de sua história. A Figura 1 classifica e ordena, de acordo com a evolução dos meios, as remediações por segmento midiático do personagem Batman. Os segmentos apresentados foram determinados pelo autor do artigo, que buscou abranger diversidades midiáticas de maior expressividade, utilizadas nas remediações do personagem. Admite-se que existem maiores remediações que utilizam o personagem durante o período destacado, porém, para o presente estudo, a linha do tempo determinada exemplifica diversas remediações realizadas e apresenta aquela que será aqui analisada: a série televisiva Batman do ano 1966.

A linha do tempo das remediações do Batman (Figura 1) inicia com a primeira HQ do personagem publicada em 1939, e em 1943 a sua primeira publicação em tira de jornal. Naquele mesmo ano de 1943, produzida pela *Columbia Pictures*, a cinessérie “O Morcego” foi exibida em programas matins e antes da exibição dos longas-metragens nos cinemas norte-americanos (TAVARES, 2017). Em 1966 surge a primeira série televisiva em cores chamada “Batman” e a primeira adaptação cinematográfica, “Batman: o filme”, com base no mesmo seriado e produzido pela *20th Century Fox*. No ano de 1968 surge a primeira adaptação para o desenho animado, “As Aventuras de Batman”, produzido por *Fil-*

mation Studios (CARDOSO; BONA, 2016). Em 1972 é lançada a primeira figura de ação do personagem pela empresa *Mega Toys* na linha *World's Greatest Super Heroes* (BEARD et al., 2014). Em 1986, a primeira aparição do personagem em jogos digitais foi em "Batman", desenvolvido pela empresa *Ocean*. Em formato 3D isométrico, o jogo tinha como objetivo resgatar o seu parceiro Robin, explorar a Batcaverna e localizar peças de reparo para o Batmóvel. (DAVIS, 2020). No ano de 1989, Batman retorna aos cinemas pelo cineasta Tim Burton e apresenta o conceito sombrio e violento do personagem, com o filme *Batman*. Em novembro de 1989 a *Warner Home Video* lança o mesmo filme no formato VHS, *Betamax* e *LaserDisc*, antes de finalizar sua exibição nos cinemas (REINHART, 2013). Em 1990 é lançada a primeira HQ Digital "*Batman: Digital Justice*", desenvolvida por Pepe Moreno em Machintosh II, com vasta paleta de cores (FRANCO,2004). Por fim, em 2016 é lançado o jogo *Batman: Arkham*, usando realidade virtual (RV) para o console Playstation 4. Usando óculos de Realidade Aumentada, o jogador vive a experiência de ser o personagem Batman de modo imersivo (VINHA, 2016).

Jenkins (2008) adverte que se deve 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.

**Figura 1** - Linha do tempo das remediações do Batman por segmento midiático.



Fonte: Do autor (2021).

Com base na linha do tempo (Figura 1), é possível identificar que durante a Era de Prata dos quadrinhos (1956-1970) surge o seriado televisivo norte-americano chamado *Batman*. Produzida pela rede de *TV American Broadcasting Corp* (ABC) e exibida entre 1966 e 1968, a série adapta as narrativas das histórias em quadrinhos publicadas na época

e transcreve os clichês, com heróis e vilões fantasiados com padrões de expressão, efeitos sonoros, armadilhas e fugas mirabolantes, para um programa televisivo com formato de meia hora (WELDON, 2018).

No decorrer da Era de Prata, surge o conflito da Guerra Fria (1947-1991) travado entre o capitalismo privado dos Estados Unidos e o capitalismo estatal da URSS. Em meio a esse conflito, o lançamento do livro *A Sedução do Inocente* (1954), de Fredric Wetham, culmina num período de recuo nos quadrinhos de super-heróis, desde a sua produção até seu consumo final.

Batman foi um dos poucos super-heróis que sobreviveram naquele momento da história, adequado ao *Comics Code* e aos acontecimentos na sociedade norte-americana. Suas histórias começaram a retratar os bons costumes e a moralidade, principalmente para afastar os comentários sobre a sexualidade do personagem. Seus adversários, como o Coringa, foram transformados em ladrões pitorescos, perdendo sua característica de lunático (VIANA; REBLIN, 2011).

Para sobreviver àquele período conflituoso Batman<sup>5</sup> precisou renovar-se, e sua remediação para a mídia televisiva na década de 1960 conseguiu resgatá-lo. Dessa forma, o artigo pretende analisar como a remediação do personagem Batman para a série televisiva *Batman*, de 1966, contribuiu para sua redenção e renovação das HQs. Para isso, serão identificados os elementos gráficos visuais da HQ *“Remarkable Ruse of the Riddler”*, publicada em maio de 1965 e utilizada como referência para adaptar os primeiros episódios do seriado e as influências da série em publicações posteriores.

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

## 5 O AUGES DE BATMAN A PARTIR DA REMEDIAÇÃO TELEVISIVA

A relação do Homem-Morcego com o cinema e com a televisão começou desde a sua criação em 1939. Influenciados 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, além dos projetos das máquinas voadoras de Leonardo Da Vinci, mormente com o estilo visual dos filmes “A Marca do Zorro”,

<sup>5</sup> Que completou 83 anos de história, objeto de análise deste artigo e um dos personagens principais da editora DC Comics.

do diretor Fred Niblo e Theodore Reed, e “*The Bat*”, do diretor Roland West, os criadores Bob Kane e Bill Finger conceberam o personagem Batman (SRBEK, 2017) como se vê na Figura 2.

**Figura 2** - Influência na criação do personagem Batman.



Fonte: Do autor (2021).

A remediação do personagem Batman para a mídia televisiva é considerada importante para sua redenção devido à popularização do meio após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), dados os avanços tecnológicos dos aparelhos e das transmissões, como seu barateamento e conseqüente 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 importante meio de comunicação e entretenimento. Entre as décadas de 1950 e 1960, outro fator importante que contribuiu para sua popularização foi o advento da televisão em cores. Em 1954, a rede NBC realizou as primeiras transmissões públicas em cores (VASCONCELOS, 2016).

Compreende-se que na própria mídia televisiva, cujo 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 a remediação do Homem-Morcego para a série televisiva Batman de 1966 se utiliza desses recursos para apresentar uma imagem sonorizada oriunda do design gráfico bidimensional e dos textos presentes nas narrativas e nos balões de fala das histórias em quadrinhos.

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 aproximar a estética das HQs. O programa também utilizava ângulos diferenciados e onomatopeias que reforçaram a remediação oriunda das histórias em quadrinhos. William Dozier, produtor do seriado e sua equipe, queriam essa mistura, pois a 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>6</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, 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).

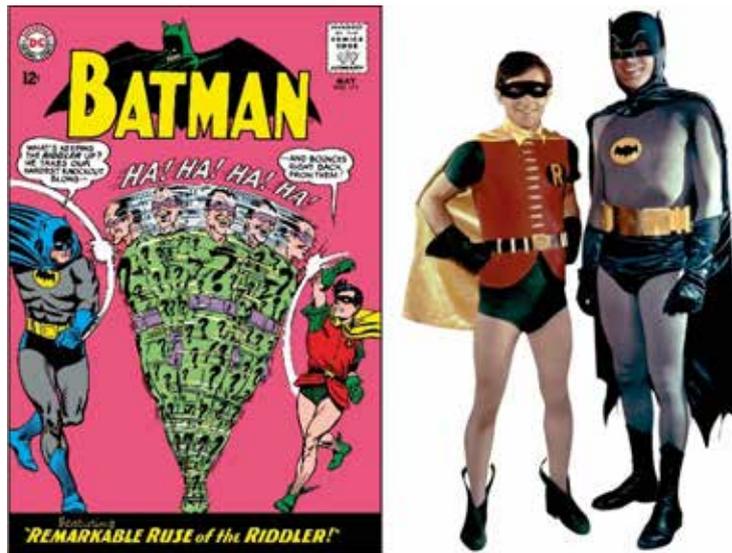
Produzida pela rede de TV norte-americana *American Broadcasting Corp* (ABC) por William Dozier e Leslie H. Martison, e estrelado por Adam West (Batman) e Burt Ward (Robin), a série popularizou o personagem e o introduziu na cultura pop da década de 1960. Com episódios de meia hora, a Dupla Dinâmica (Batman e Robin) enfrentavam os vilões como o Coringa (César Romero), o Charada (Frank Gorshin) e o Pinguim (Burgess Meredith). Com 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 Ardil do Enigmista”, nº 171, em maio de 1965 e a transcreveu diretamente, mapeando os clichês dos quadrinhos de super-heróis e transferindo-os para o formato televisivo.

O uniforme (Figura 3) 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.

<sup>6</sup> Texto original: “So it all fit and the timing was perfect.”

Figura 3 - Uniforme e capa da HQ *Remarkable Ruse of the Riddler*.



Fonte: www.zipcomic.com (2021).

A Figura 4 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, observando-se que o episódio se trata de uma remediação, conforme revela o uniforme do personagem Charada, com suas cores vibrantes, a presença do artefato em formato de cruz e a ameaça ao diretor da galeria.

Figura 4 - Remediação de HQ para o episódio piloto da série Batman.



Fonte: www.zipcomic.com (2021).

Na Figura 5, subsequente à cena da Figura 4, a remediação é encontrada na captura do Charada pelo Batman em área de circulação, com a presença do diretor da galeria e do companheiro Robin. A remediação também se evidencia na direção da ilumi-

nação, nos quadros artísticos dispostos na cena e na armadura de ferro derrubada durante a captura do vilão.

**Figura 5** - Remediação da HQ para o episódio piloto da série.



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

Bolter e Grusin (2000) ensinam que a remediação das mídias pode assumir duas vertentes: a hipermediação, considerada como a opacidade, e a imediação, como a transparência. No caso do seriado, a hipermediação está presente quando o espectador compreende a existência da mídia televisiva que reproduz a imagem sonorizada do seriado. Já a imediação é concebida quando o espectador consegue imergir na narrativa visual proveniente de sua experiência com a remediação do conteúdo.

Duas semanas após a remediação e estreia da série Batman na televisão, o editor Julius Schwartz começa a introduzir elementos do seriado nos quadrinhos impressos. (WELDON, 2018). Trata-se de um processo inverso que adapta os recursos do novo ao antigo meio, como a linguagem dos personagens e o estilo gráfico das onomatopeias com maior destaque.

A primeira publicação impressa com remediação do conteúdo televisivo foi Batman nº 179 (Figura 6), que dispunha de informações na capa 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.

A estética do seriado continuou a transbordar para os gibis de Batman ao longo de 1966, na tentativa deliberada de servir ao novo público que comprava os títulos esperando grandes sacadinhas camp. Reservaram-se mais páginas para as cenas de briga, que ficaram maiores, mais espalhafatosas, mais barulhentas. (WELDON, 2018 p.117).

Em Detetive Comics nº 353, de julho de 1966, Robin introduziu os bordões do seriado exclamando “Santos Brilhantes!”, ao ver joias inestimáveis e “Santos Jatós!” em referência à velocidade do Batmóvel. (BROOKER, 2001). Já na edição Batman, nº 183 (Figura 6), a capa apresenta o Homem-Morcego rejeitando combater o crime para ficar em casa e assistir ao próprio seriado na televisão.

Em apenas um ano os quadrinhos de Batman recuperaram seu dinamismo, dobrando as vendas dos títulos do personagem durante os anos 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. Com o sucesso da série, o editor Schwartz começa a utilizar a popularidade do Homem-Morcego para impulsionar as vendas de outros títulos como *World’s Finest*, nº 166.

Figura 6 - Batman nº 179 e Batman nº 183.



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

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>7</sup> – tradução nossa.

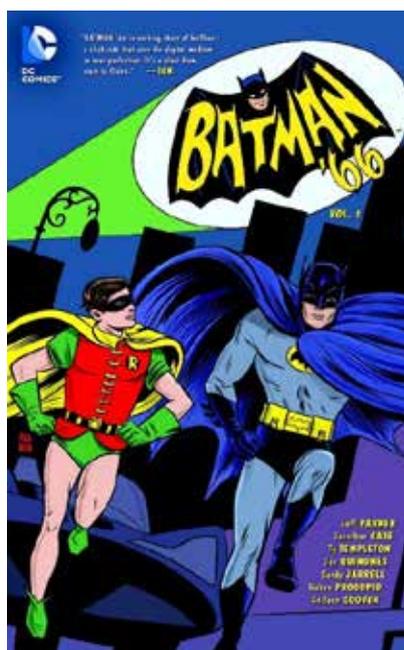
A série também lança um longa-metragem estrelado pelo mesmo elenco e uma linha de produtos licenciados ao mercado com a popularidade e ainda sua imagem fica associada a diversos produtos de consumo.

<sup>7</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.”

Todavia, em 1968, com a audiência em queda, a emissora ABC cancelou o seriado devido aos custos de produção da época. Mas, alavancada por reprises e pela exportação para outros países, a série popularizou 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 Scheimer 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 “Batman 66” (Figura 7), 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 7 - HQ Batman 1966.**



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

Com a morte do ator Adam West, aos 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*. (JOHNS apud BRIDI, 2017).

Com o avanço das tecnologias, as HQs amargaram a evasão dos leitores em busca de entretenimento em novas mídias. A adaptação das histórias para outros meios tornou-se necessária para redimir personagens consagrados, mantendo-os no interesse do público leitor. Através dos filmes, seriados e *games*, a remediação trouxe para as HQs, como aquela realizada no personagem Batman, uma maneira de manter os fãs ativos por gerações.

## 6 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 oriundas de censura e ainda por novas formas de entretenimento como a televisão, gerando forte declínio nas vendas das HQs e, conseqüentemente, cancelando diversos títulos.

Jenkins (2009) opina que se deve compreender a importância dos consumidores ao contribuírem de forma ativa, determinando a circulação de produtos, assim como o processo tecnológico do qual remedeiam múltiplos meios e funções deve ser compreendido como transformação cultural. Essa mudança do personagem para o politicamente correto, tido como referência nas décadas posteriores à 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 licenciados que contribuíram para popularizá-lo.

O auge da televisão e as cores apresentadas nos uniformes e na sua estética semelhante à da Pop-Art, o interesse do público pelo novo meio de entretenimento, com temáticas românticas, de comédia e de programas para a família, foi a fórmula concebida pelo seriado com a atuação de Adam West (Batman) e Burt Ward (Robin). Conceberam a empatia do público com os personagens por meio dos clichês que ocorriam nos quadrinhos e introduziram as expressões como “Santa confusão, Batman!”, garantindo o reconhecimento da série mesmo após ser cancelada 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 hoje.

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 pela remediação.

A remediação trouxe para as histórias em quadrinhos a possibilidade de se man-

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

Com novas tecnologias surgindo, é imprescindível 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.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Revisora: Lia Rosa Leal - Formada em Pedagogia pela UDESC (1976). Revisora de originais de livros, monografias e teses de graduação e pós-graduação desde 1975. Redatora da Assessoria Especial do Gabinete do Governador de Santa Catarina de 1975 até 1979. Mais recentemente, publicou o livro “Aspectos Práticos de Redação e Revisão (Português)”, 2020.

## 7 REFERÊNCIAS

ALVES, Jailda Passos; SALVADORI, Juliana Cristina. **Jessica Jones**: remediação das graphic novels para a websérie. Revista Falas Breves, Breves, p. 44-56, mar. 2019. Anual. Universidade Federal do Pará, Campus Universitário do Marajó

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

BEARD, Jim; et al. **American Comic Book Chronicles: the 1970s**. North Carolina: Two-morrrows Publishing, 2014. 287 p.

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. 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*, Brasília, DF, v. 8, n. 1, p. 7-21, 2012. Triannual. Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília (UnB).

CARDOSO, Karina Caramés Darriba; BONA, Rafael Jose. **A narrativa transmídia no universo do personagem Batman em diferentes produtos midiáticos**. Revista Cambiassu, São Luís, MA, v. 16, n. 19, p. 305-320, 2016. Semestral. Julho/Dezembro de 2016.

DAVIS, Justin. **A história do Batman nos games**: 80 anos de existência e muitos jogos. 80 anos de existência e muitos jogos. 2020. IGN Brasil. Disponível em: <https://br.ign.com/batman-2/72032/feature/a-historia-do-batman-nos-games>. Acesso em: 01 set. 2022.

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

FRANCO, Edgar Silveira. **Hqtrônicas**: Do suporte papel à rede Internet. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2004. 286 p.

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.

REINHART, Mark S.. **The Batman Filmography.** 2. ed. North Carolina: McFarland & Company, Inc., Publishers, 2013. 318 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, Miatizações, Transmidações.** 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.

VARONI, Marília. **Saiba qual é a diferença entre realidade virtual e realidade aumentada: visitar ambientes sem sair do lugar ou explorar novidades onde você está: aprenda a diferença entre as tecnologias.** 2018. TechTudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/01/saiba-qual-e-a-diferenca-entre-realidade-virtual-e-realidade-aumentada.ghtml>. Acesso em: 01 set. 2022.

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. Techtudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/review/batman-arkham-vr.html>. Acesso em: 01 set. 2022

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

Data de submissão: 31/07/2022

Data de aceite: 10/11/2022

Data de publicação: 16/11/2022

