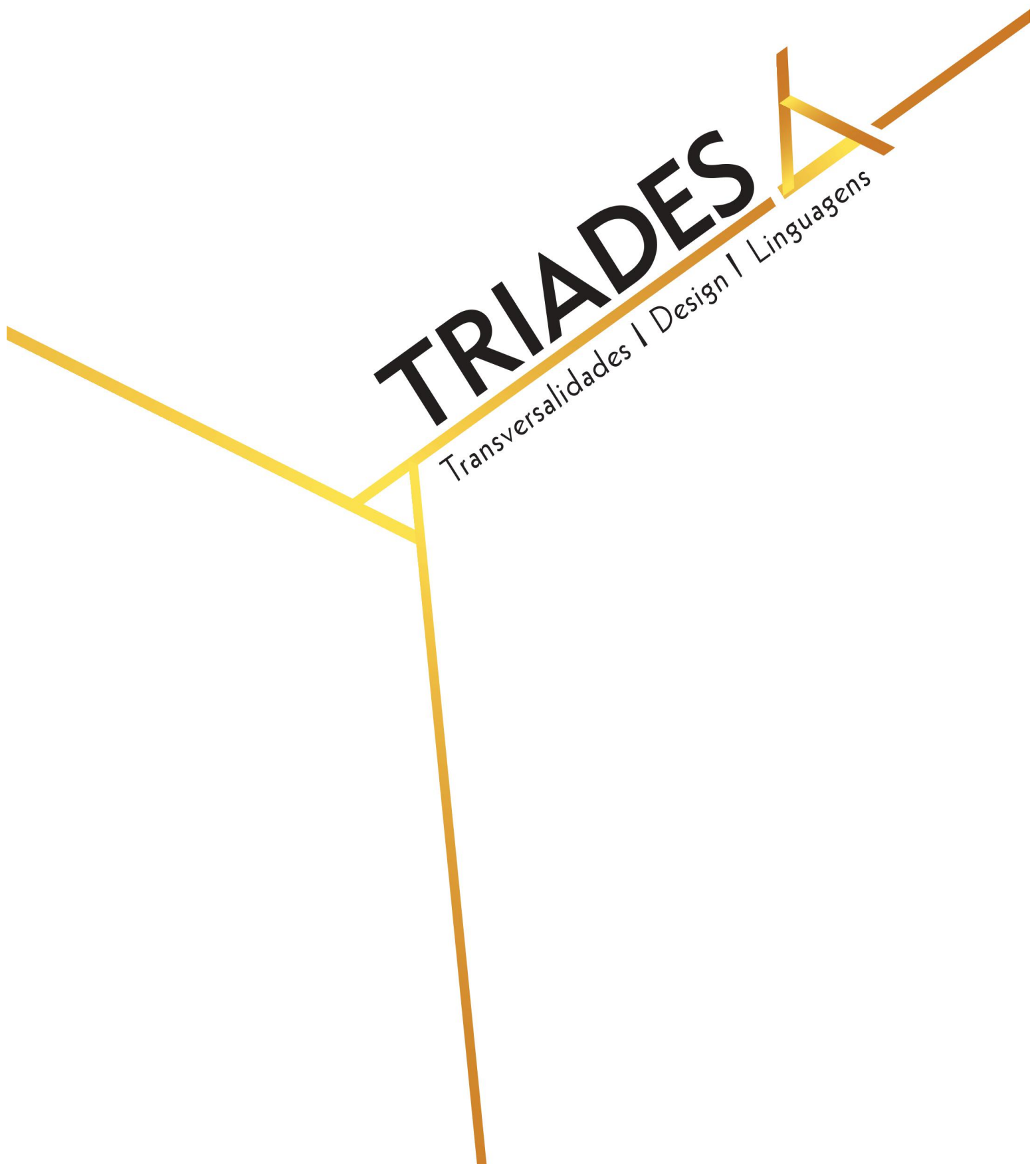


# TRIADES

Transversalidades | Design | Linguagens



# OS ARQUÉTIPOS NA CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS: ANÁLISE DA TRILOGIA BATMAN NA PERSPECTIVA ARQUETÍPICA

Valéria Casaroto Feijó<sup>1</sup>

Luiz Salomão Ribas Gomez<sup>2</sup>

Francisco Antonio Pereira Fialho<sup>3</sup>

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina – Doutorado em Design

**RESUMO:** Os arquétipos são instrumentos representativos de grande potencial através dos quais é possível disseminar e criar narrativas, marcas e produtos. As narrativas utilizam os arquétipos e os símbolos para construir e manter histórias de sucesso pois eles representam padrões de experiência humana e existem desde o começo dos tempos, atravessando todas as culturas. Na sociedade contemporânea, as histórias transcendem os diferentes canais, e o público, além de consumidor, é construtor destas narrativas. Neste sentido, com foco na última trilogia do Batman, este artigo oferece um estudo reflexivo e investigativo a respeito do comportamento dos arquétipos presentes nos principais personagens das histórias do Batman..

**PALAVRAS-CHAVE:** Arquétipos; Batman; Mito; Narrativas transmídia.

**ABSTRACT:** Archetypes are instruments with great potential to create and disseminate narratives, brands and products. Narratives utilize archetypes and symbols to build and maintain success stories because they represent human experience standards since the begin of our culture. In contemporary society, stories transcends different channels, and the public is also a builder of these narratives. On this way and focused on Batman trilogy, this paper offers a reflexive and investigative study about the archetypes behavior of the main characters of the movies.

**KEYWORDS:** Archetypes; Batman; Myth; transmedia narratives.

## 1 INTRODUÇÃO

Os feitos históricos de deus, heróis e semideuses, povoam o imaginário dos homens desde a antiguidade até a sociedade atual, despertando a curiosidade em relação ao mundo em

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Design – Linha de Gestão na Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC e Professora dos Cursos de Comunicação e Design da Unochapecó – Universidade Comunitária da Região de Chapecó – [valeriafeijo@gmail.com](mailto:valeriafeijo@gmail.com).

<sup>2</sup> Pós Doutor junto ao UNIDCOM – IADE em Lisboa, professor do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina – [salodesigner@gmail.com](mailto:salodesigner@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutor em Engenharia de Produção, Engenharia do Conhecimento, pela Universidade Federal de Santa Catarina, professor do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) - [fapfialho@gmail.com](mailto:fapfialho@gmail.com)

que viviam esses personagens. Desta forma, percebe-se que muito da cultura na sociedade contemporânea é construída e enraizada nas culturas clássicas, principalmente as culturas grega e romana, cujos deuses, heróis e histórias sagradas são passados de geração para geração, fazendo com que seus traços influenciem e permaneçam na psique humana.

Os arquétipos, que são conhecidos por habitar o inconsciente coletivo desde os tempos remotos, caracterizam-se por serem uma ferramenta que representam os traços de perfis psicológicos, enfatizam personalidades e situações que são vistas na rotina da vida humana, fazendo com que ocorra a identificação de um público com um personagem que ocupa-se de suas características.

Atualmente, as histórias são contadas de diferentes formas em diversas plataformas, construindo um universo diverso e complexo. A chamada cultura da convergência vem alterando as diretrizes da criação de narrativas, o que reflete na forma destas serem consumidas por um público participativo, que busca e produz informações em diversas mídias, com poder de determinar o desfecho das histórias.

O presente estudo se propõe analisar a utilização dos arquétipos na construção da narrativa da última trilogia do Batman, dirigida por Christopher Nolan, com o desafio de estudar estes arquétipos e suas relações com os diferentes suportes midiáticos. Para isso, desenvolveu-se uma pesquisa bibliográfica para contribuir e melhorar a argumentação da pesquisa. Ela abrangeu a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo Gil (2008). Além disso, Marconi e Lakatos (2008) acrescentam que a pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes e ajudar na planificação do trabalho.

As análises da pesquisa são de base qualitativa pois trabalha-se a partir da consideração entre a relação dinâmica entre o a teoria e os elementos analisados no processo de pesquisa. Desta forma, a interpretação dos fenômenos e atribuição dos significados foi feita indutivamente.

## **2 PSICOLOGIA ARQUETÍPICA NA CONSTRUÇÃO DAS NARRATIVAS**

O estudo da mitologia é para a civilização atual uma forma de autoconhecimento. As narrativas mitológicas servem como respostas simbólicas aos questionamentos sociais e existenciais sobre a vida do homem. Os mitos gregos falam do mundo, dos desconfortos e do

homem contemporâneo. Neste sentido, Campbell (2007, p. 21) coloca que “a função primária da mitologia e dos ritos sempre foi a de fornecer os símbolos que levam o espírito humano a avançar, opondo-se àquelas outras fantasias humanas constantes que tendem a levá-lo para trás”.

A questão imagética que vive a sociedade atualmente encontra na mitologia uma forma de se materializar, na qual os indivíduos apelam para a fantasia, projetando seus ideais e suas aspirações no consumo de determinado produto ou marca, no entretenimento ou na busca por um serviço. Através dos mitos os seres humanos passam a projetar os seus sonhos, medos e fantasias.

Falamos da “imagem” de uma determinada situação psíquica, que vem sempre carregada de forte emoção, contendo uma coerência interior e portanto graus variáveis de autonomia. Aglomerando associações [...] que permanecem na esfera inconsciente, interferindo, porém, em nossas vidas. (FERNANDES E FIALHO, 2014, p. 49)

De acordo com Campbell (2007), aquilo que os seres humanos têm em comum revela-se nos mitos. Eles são histórias da vida dos homens, da busca da verdade, da busca do sentido de estar vivo. Os mitos são pistas para as potencialidades da vida humana, daquilo que os indivíduos são capazes de conhecer e experimentar interiormente.

Campbell (2007) desenvolve em sua obra "O herói de mil faces" uma abordagem baseada na “Jornada do Herói” (figura 1), no qual apresenta a ideia de que todas as narrativas necessariamente precisam passar por um roteiro, uma espinha dorsal principal. Desde a mitologia, religião, livros, cinema, chegando atualmente aos games e outros tipos de mídias, as histórias estariam sendo apenas recontadas. É importante destacar que cada narrativa irá possuir uma composição própria em relação a sua estética e desenvolvimento, o que será semelhante será a estrutura guia da “Jornada do Herói”, sua essência.

Seguindo um viés semelhante aos estudos de Campbell (2007), Jung estudou a presença de pistas, traços ou “padrões psicológicos”, e identificou-os como personalidades ideais que ninguém consegue assumir por completo, mas que todos são capazes de definir, distinguir e, eventualmente, usar de maneira funcional, configurando-os como os arquétipos. “Os arquétipos são formas sem conteúdo, correspondendo a possibilidades latentes de manifestação. São análogos aos instintos – elementos autônomos da psique inconsciente” (JUNG, 2000)

Por estarem presentes no inconsciente coletivo, os arquétipos são instrumentos representativos de grande potencial, pois através da utilização de elementos da mitologia é possível espalhar, convencer e criar narrativas, marcas e até mesmo produtos.

A comunicação e o entretenimento vem se apossado dos mitos e arquétipos para compartilhar sonhos, suprir necessidades e levar o consumidor a envolver-se psicologicamente com os objetos de consumo. As narrativas principalmente, aproveitam o poder dos arquétipos e dos símbolos para construir e manter histórias de sucesso duradouro pois, nas palavras de Randazzo (1997), eles representam padrões de experiência humana e existem desde o começo dos tempos, atravessando todas as culturas.

Os mitos fazem referências arquetípicas que representam as situações de vida com as quais todos os seres humanos se deparam ao longo de sua existência. O que é importante ressaltar é que existem mitos universais e aqueles pertencentes a determinada cultura, que trabalham tanto em nível individual quanto em nível coletivo. Neste sentido, serão os arquétipos presentes em determinada narrativa que farão com que os indivíduos se identifiquem mais ou menos com aquela jornada.

Através das narrativas pode-se criar mundos e personagens míticos, nos quais as imagens, símbolos, sentimentos e associações farão parte do universo das pessoas, possibilitando que elas se identifiquem e se envolvam emocionalmente com aquilo que estão de certa forma consumindo. É assim, que as imagens, os símbolos e os mitos utilizados pelas narrativas não são criações irresponsáveis, eles são na verdade uma necessidade e revelam as mais secretas modalidades do ser humano.

Christopher Vogler (2006) apresenta no livro "A Jornada do escritor" uma estrutura baseada nos estudos de Campbell e Jung sobre a utilização dos arquétipos e da Jornada do Herói, porém com foco em narrativas mais contemporâneas e mais adaptadas aos roteiros de cinema, televisão, aos games e conteúdos publicitários audiovisuais.

Primeiramente Vogler aborda os 12 estágios da Jornada do Herói e os apresenta de maneira a configurá-los como um mapa, a partir do qual a saga será iniciada e finalizada de diferentes formas, porém numa sequência lógica. Os estágios da Jornada do Herói são:

1. Os heróis são apresentados no MUNDO COMUM, onde
2. recebem um CHAMADO À AVENTURA.
3. Primeiro ficam RELUTANTES OU RECUSAM O CHAMADO, mas
4. num Encontro com o MENTOR são encorajados a fazer a

5. TRAVESSIA DO PRIMEIRO LIMIAR e entram no Mundo Especial, onde
6. encontram TESTES, ALIADOS E INIMIGOS.
7. Na APROXIMAÇÃO DA CAVERNA OCULTA, cruzam um Segundo Limiar,
8. onde enfrentam a PROVAÇÃO.
9. Ganham sua RECOMPENSA (Apanhando a Espada)
10. são perseguidos no CAMINHO DE VOLTA ao Mundo Comum.
11. Cruzam então o Terceiro Limiar, experimentam uma RESSUREIÇÃO e são transformados pela experiência.
12. Chega então o momento de RETORNO COMO ELIXIR, a benção ou o tesouro que beneficia o Mundo Comum. (VOGLER, 2006, p.46)

Depois os 12 estágios são separados por Vogler, em 3 grandes atos: Primeiro Ato: A apresentação, Segundo Ato: Conflito, Terceiro Ato: Resolução. De acordo com o autor, apesar das muitas variações possíveis da “Jornada do Herói”, no fundo podemos concebê-la como uma única jornada “Um herói sai de seu seguro mundo comum para se aventurar num mundo hostil e estranho.” (VOGLER, 2006, p.46).

Para dar suporte ao estudo da configuração da Jornada do Herói e os principais componentes para o desenvolvimento das narrativas, Vogler (2006) apresenta em seu estudo o que poderiam ser considerados como os principais arquétipos. Seriam eles: herói; mentor (velha ou velho sábio); guardião do limiar; arauto; camaleão; sombra e pícaro. Esses são os arquétipos base para as demais variações que podem ser percebidas em algumas histórias. Eles apresentam os pontos fundamentais de configuração de todos os outros e suas possíveis adaptações ou necessidades específicas em diferentes histórias ou gêneros.

O primeiro arquétipo apresentado por Vogler (2006) é o **Herói**, cuja raiz da palavra vem do grego e significa "proteger e servir". Tal arquétipo é caracterizado principalmente por sua capacidade de se sacrificar pelo bem estar comum. Em grande parte das vezes, o Herói é apresentado no início da narrativa e geralmente será o protagonista da história. Ele é quem irá conduzir a história em relação ao espectador e desta maneira necessita que ele tenha uma identificação com o Herói. Assim, quanto mais humano, próximo das qualidades das pessoas comuns, mais próximo dos espectadores ele estará (VOGLER, 2006).

Seguindo a proposta de Campbell (2007) será este arquétipo que será chamado para a aventura, sairá de seu mundo comum, passará pelo o seu caminho de provas, buscando a restauração do mundo e retornará transformado. Em relação as questões psicológicas o Herói é aquele que é capaz de transcender os limites e ilusões do ego (VOGLER, 2006, p. 52).

Entretanto, antes de ultrapassar este limite, ele confunde-se com o próprio ego, com o "eu". Seu arquétipo representa a busca por essa identidade do "eu", de sua totalidade.

O arquétipo do **Mentor** (ou Velho ou Sábio, segundo Campbell) está baseado na expressão dos personagens que ensinam e protegem os heróis, dando-lhes certos conhecimentos e dons. Geralmente eles são inspirados pela sabedoria divina e entusiasmam em seus ensinamentos. "As figuras dos mentores, seja nos sonhos, nos contos de fadas, nos mitos ou nos roteiros, representam as mais elevadas aspirações dos heróis, são aquilo que o herói pode transformar-se" (VOGLER, 2006, p. 62).

Em sua Jornada, todo Herói será testado, passará por um "caminho de provas" e em cada entrada para um novo mundo ele encontrará um **Guardião do Limiar**, poderoso, responsável por defender esse limiar. Tal guardião geralmente não é o principal vilão, pode ser seu capataz ou mercenário, contratado para guardar a entrada. Os **guardiões** são os que ao longo da trajetória do Herói, o colocarão a prova, testarão sua capacidade e serão as representações de suas principais neuroses (VOGLER, 2006).

O arquétipo do **Arauto** representa as mudanças e também possui a função de motivar. Pode ser representado por uma personagem, ou simplesmente um acontecimento que aparecerá no início da jornada e será responsável por fornecer a energia para o Herói, irá propor seu desafio. A energia do Arauto é aquela caracterizada por causar um desequilíbrio na instabilidade do Herói e colocá-lo de frente a uma situação em que deve haver uma tomada de decisão, e que a ação de enfrentamento é necessária. Sua função psicológica é de informar que o momento de mudança chegou, que estamos prontos para mudar (VOGLER, 2006).

O **Camaleão** é o arquétipo que aparenta estar em constante mudança. Geralmente tal arquétipo é apresentado como uma figura do sexo oposto ao do Herói e por isso pode haver o desenvolvimento de um interesse amoroso e a relação que se estabelece é de maneira a gerar sempre alguma dúvida. Os Camaleões mudam de aparência ou de estado de espírito. Tanto para o Herói como para os espectadores é difícil saber realmente quem são e quais suas reais intenções. O Camaleão representa a confrontação, a busca pelo equilíbrio entre o feminino e o masculino, entre as qualidades reprimidas que são suprimidas e função de alguns conceitos sociais e culturais (VOGLER, 2006).

O arquétipo da **Sombra** é conhecido também como o vilão, antagonista ou inimigo(s), pois representa o lado obscuro, o medo, todos os aspectos que não se quer expressar ou demonstrar. Os vilões e inimigos são os que geralmente se dedicam a destruir o Herói a partir

de desafios que eles mesmos podem se impor em relação as características e qualidades percebidas do Herói. Já os antagonistas podem ser aliados que tem os mesmos objetivos mas não concordam plenamente com os heróis. A função da Sombra é representar os aspectos reprimidos do herói e desafiá-lo a superar, ameaçando a destruição do mesmo caso ele não consiga vencê-la (VOGLER, 2006).

O **Pícaro** é o arquétipo que pode ser representado por um palhaço ou qualquer figura cômica que incorpora de maneira divertida o desejo de mudar o mundo de forma saudável e divertida, trazendo a tona muitas vezes questões de hipocrisia e alertando para problemas graves que passam por comuns. Podem ser criados ou aliados trabalhando para o Herói ou a Sombra, ou podem ser independentes, com suas próprias formas de atuação. Sua função psicológica é a de trazer um alívio cômico, pós tensão e suspense que podem ser vivenciados e que tornam-se exaustivos para o espectador. O Pícaro é o responsável por quebrar essa tensão e trazer a tona uma nova energia e fluência. Os Pícaros gostam de causar confusão só para se divertir e podem ser personagens catalisadores, ou seja, que afetam a vida de outras personagens e os levam a mudança, mas eles mesmos não mudam (VOGLER, 2006).

Os sete arquétipos apresentados por Vogler (2006), evidenciam uma forma através da qual compreendemos as personagens dentro de uma determinada narrativa. O que é importante entender é que em boa parte das vezes, os arquétipos não precisam ser usados de maneira completa, com todas as suas características apresentadas originalmente. Eles são utilizados como funções psicológicas e dizem respeito a uma condição temporária de quem está incorporando.

Neste sentido, nas narrativas, os personagens incorporam padrões arquetípicos com características diferenciadas que podem ser identificadas em momentos diferentes da jornada, ou no caso das narrativas atuais - transmidiáticas - da mídia em que está sendo veiculada. Esta abordagem funcional dos arquétipos se dá, principalmente, pela necessidade de manter proximidade entre as personagens e os espectadores em qualquer que seja a narrativa.

Nas narrativas em mídias mais clássicas a aplicação dos arquétipos são percebidos de maneira bastante objetiva. Já nas mídias digitais, principalmente, é possível interagir com a narrativa, o que faz com que a objetividade torne-se mais subjetiva. Assim, cenas, descrições e personalidade psicológica de uma personagem ficam cada vez mais complexos de serem desenvolvidos. A utilização dos arquétipos nesta perspectiva, passa por algumas adaptações



em função das características do meio em que a narrativa é contada, da participação do usuário, entre outros fatores.

## **4 BASE CONCEITUAL SOBRE NARRATIVAS**

A partir do momento em que o desenvolvimento tecnológico permitiu que os produtos se tornassem muito semelhantes, a escolha do consumidor passou a ser feita não considerando apenas atributos físicos, mas sim por características subjetivas e psíquicas, sendo que os mitos se tornaram uma maneira eficiente de fazer com que as pessoas se sintam familiarizadas e identificadas com determinados produtos ou conteúdos.

Neste contexto, emerge o conceito de sobre a cultura da convergência. Um termo que se refere tanto à circulação de conteúdos em diversos suportes tecnológicos de comunicação, quanto às transformações sociais e culturais que acontecem na medida em que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos. O autor Jenkins (2009), coloca que por convergência entende-se o fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

Nesse sentido, Poto-Renó et. al (2011) aponta que as possibilidades que surgem pelos novos meios instauram uma nova maneira de apreender a realidade que nos cerca, bem como criam novos anseios e expectativas. A interatividade traz mudanças nas relações das pessoas com os meios e informações, bem como na aquisição qualitativa e quantitativa do conhecimento.

Na cultura da convergência apresenta-se um novo conceito: narrativa transmidiática, que se relaciona a determinados modos de configuração da produção, circulação e consumo de produtos midiáticos, geralmente atrelados à indústria do entretenimento, caracterizados, fundamentalmente, pela fragmentação do conteúdo em diversos meios de comunicação.

A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica (JENKINS, 2009, p. 47).

Neste processo, cada mídia contribui de forma específica para construir uma experiência orientada e única de entretenimento. A história pode ser contada de forma diferente nestes diversos canais e cada um deles proporciona uma relação singular com o usuário, produzindo novas formas de apresentação e integração social.

Porto-Renó, et. al. (2011) apresenta que os artificios comunicacionais vivenciam uma revolução na sociedade contemporânea que está conectada as redes sociais e valoriza a mobilidade. Por isso que a convergência não é somente um processo relacionado à tecnologia que une diversas funções dentro dos mesmos aparelhos, ela vai além disso, a convergência proporciona identificar novos níveis de participação dos fãs, novas ligações com os conteúdos e diferentes formas de perceber os meios de comunicação. Consequentemente, isso faz com que os consumidores procurem informações nas mais variadas plataformas de conteúdos, impulsionando as histórias nos mais diversos canais de informação.

No universo dos super-heróis, a transmídia é um tendência forte, visto que a convergência está ainda mais presente no cotidiano humano. Um exemplo que podemos perceber é que as histórias em quadrinhos geram uma experiência diferente se este mesmo conteúdo fosse transmitido pelo cinema, internet ou games. “Isto mostra que cada meio agrega de si, parte do significado do conteúdo transmitido” (BONA; SOUZA, 2013, p.3). Cada meio pelo qual a história chega ao seu público gera uma sensação diferente no receptor, alguns se identificam mais com cinema, outros com livros e assim por diante.

## **5 A CONSTRUÇÃO DO UNIVERSO MÍTICO DA NARRATIVA DO BATMAN: BREVE HISTÓRIA E ANÁLISE PSICOLÓGICA**

De acordo com o The History Chanel (2009), os super-heróis das histórias em quadrinhos apareceram mais significativamente nos Estados Unidos no período entre as duas Grandes Guerras, chamado a Grande Depressão, no final da década de 1920. Em 1938, surge o primeiro super-herói lançado pela revista Action Comics: Superman. O aparecimento do Batman como super-herói dos quadrinhos foi logo em seguida, no lançamento da Detective Comics (DC) edição nº 27 de 1939, com criação de Bob Kane e Bill Finger (SEINO, 2011). As publicações em quadrinhos atingiram a aceitação do público e o sucesso no período que muitos autores chamam de “era de ouro” por ser caracterizado pela ascensão dos super-heróis e das histórias em quadrinhos.

Em 1943, o Batman se torna série de TV, e posteriormente, em 1989, entra para o cinema com uma tetralogia que iniciou com direção de Tim Burton nos dois primeiros filmes (Batman – 1989, Batman Returns – 1992) e termina com o estilo gótico de Joel Schumacher (Batman Forever – 1995, Batman e Robin – 1997) que implicou no declínio do personagem.

No cinema, na TV, e nas histórias em quadrinhos a narrativa de Batman atinge grande repercussão. Entretanto, na última trilogia de Batman dirigida por Christopher Nolan, o diretor buscou retomar a essência do personagem e descaracterizar o fracasso dos dois longas-metragens anteriores, com os filmes Batman Begins (2005), Batman O Cavaleiro das Trevas (2008) e Batman o Cavaleiro das Trevas Ressurge (2012). Neles, o super-herói assume um papel com um forte apelo psicológico e repleto de referências históricas.

O herói Batman é considerado um mito das histórias em quadrinhos e do cinema por ser herói plenamente possível. Não possui superpoderes e nenhuma mutação genética, o que o torna uma referência dentro da realidade. Usa sua inteligência e seu dinheiro em nome da justiça, para limpar os maus indivíduos da sociedade em que vive. Sua história conta que Batman é Bruce Wayne, um menino rico que vive com sua família em Gotham City. Ao cair em um poço cheio de morcegos quando criança, é tomado pelo medo, passando a carregar uma fobia angustiante que o domina. Ao ir ao teatro com os pais, visões de morcegos o deixam nervoso e ele pede para sua família ir embora do local, ao saírem, seus pais assassinados na violenta Gotham City. Bruce se torna um menino órfão que se culpa pela morte dos pais e vive um medo atormentador. Ao crescer, continua o trabalho de seu pai – Thomas Wayne, não somente nos negócios como também na ajuda aos mais necessitados, e decide ser um justiceiro em sua cidade. É o momento em que assume uma segunda personalidade fantasiada de morcego, em que ele transcende seus medos e usa-os para provocar terror nos inimigos que enfrenta.

Pode-se destacar dois pontos fortes na psicologia do Batman: autocontrole e autodisciplina. Por ser um herói, não perde o controle frente aos piores desafios, se mantém concentrado e determinado. O Batman também não mata seus inimigos. Sua autodisciplina faz com que pareça sobre humano. É extremamente focado em seus desafios e na melhor forma de se preparar para encará-los. Além disso, sua roupa sombria remete a uma simbologia do inconsciente popular relacionando sua imagem à algo obscuro e que passa um sentimento de medo, principalmente para seus inimigos.

No documentário exibido pelo canal The History Chanel intitulado Batman Unmasked - The Psychology of the Dark Knight (Batman Desmascarado – A Psicologia do Cavaleiro das Trevas, 2009), especialistas discutem a psicologia do Batman abordada no filme Batman O Cavaleiro das Trevas de 2008 (um dos filmes de maior repercussão do cinema atual) e colocam que a chave para entender a psicologia do Batman é associa-lo ao ex-presidente dos Estados Unidos, Theodore Roosevelt atentando para as similaridades das histórias de ambos os personagens. O pai de Theodore Roosevelt foi patrono de Nova Iorque, onde fundou o Museu de História Natural e a Sociedade de Ajuda à Criança, ou seja, praticava a filantropia como Thomas Wayne, pai de Batman. Theodore, assim como Bruce Wayne, passou por um desastre emocional ao perder a mãe e a mulher no mesmo dia. Dentro desse dilema interno, decidiu voltar para a polícia e vagava de bicicleta durante a noite pelas ruas, fatos que o fizeram ser conhecido como o Cavaleiro Solitário. Assim como Theodore, o Batman transforma a dor e a raiva em motivações para lutar por justiça e ultrapassar suas fraquezas.

Ao assumir um disfarce sombrio de um morcego para assustar seus inimigos e se fortalecer diante de seus medos, o Batman está externalizando seu lado obscuro e temível. O morcego sempre esteve associado aos demônios, como é possível observar na arte medieval, em que eram retratados com asas e cabeças de morcego, apresentando uma ligação direta com o mal. Assim, a história oscila entre o lado bom e o lado sombrio do personagem, como explica psicologia Jung (2000), que afirma que todos tem dois lados e a sombra representa o arquétipo de tudo aquilo que nega-se, reprime-se e projeta-se no outro de forma inconsciente.

Esta personalidade sombria estudada por Jung e por Vogler pode ser vista em totalidade nos vilões do Batman, em especial no Coringa. No documentário Batman Desmascarado (2009), especialistas afirmam que o Coringa é a personificação do lado obscuro do Batman em forma de destruição e caos, já que possui uma história de vida semelhante em que viveu traumas na infância, porém vê na maldade sua maneira de se prejudicar do mundo. Assim como o Batman, não busca vingança pessoal, ou bens materiais, ou fama e dinheiro, apenas quer anular tudo e todos, despejando no mundo sua maldade, ameaçando tudo aquilo que o Batman representa: justiça e esperança.

O heroísmo do Batman pode ser associado à realidade do ser humano, que se identifica com suas superações, anseios e seus dois lados. Por ser um herói do cotidiano, totalmente plausível e lutar contra uma maldade também real, sem mutações genéticas, naves extraterrestres ou superpoderes, o Batman conquistou e conquista um público bastante variado,

desde fãs de histórias em quadrinhos, seriados e cinema até os apaixonados por games, tecnologia e por esse mistério da psicologia do personagem, sendo crianças, jovens, adultos e idosos. Com essa adesão, o Batman se torna uma narrativa transmidiática por empregar seu estilo e sua marca à diversos produtos fabricados com aparatos tecnológicos a partir de suas histórias.

## 6 OS ARQUÉTIPOS DA NARRATIVA BATMAN: ANÁLISES E DISCUSSÕES

A partir da trilogia de Christopher Nolan foram identificados os arquétipos utilizados na construção das principais personagens dos filmes Batman Begins (2005) Batman O Cavaleiro das Trevas (2008) e Batman O Cavaleiro das Trevas Ressurge (2012). Além da identificação do arquétipo optou-se por realizar uma breve descrição de como eles se manifestam e quais suas principais características.

Após, realiza-se uma comparação de como os arquétipos foram desenvolvidos e apresentados em diferentes mídias que constroem a narrativa da obra.

**Tabela 1. Arquétipos identificados na Trilogia**

<b>Personagem</b>	<b>Arquétipo</b>	<b>Filme</b>
Bruce Wayne – Batman	Herói	Batman Begins Batman O Cavaleiro das Trevas Batman O Cavaleiro das Trevas Ressurge
Henri Ducard	Mentor	Batman Begins
Ras al Ghul	Guardião do Limiar	Batman Begins
Rachel Dawes	Camaleão	Batman Begins Batman O Cavaleiro das Trevas
Alfred Pennyworth	Pícaro Arauto Mentor	Batman Begins Batman O Cavaleiro das Trevas Batman O Cavaleiro das Trevas Ressurge
Tenente Gordon	Arauto	Batman Begins Batman O Cavaleiro das Trevas Batman O Cavaleiro das Trevas Ressurge
Lucius Fox	Arauto	Batman Begins Batman O Cavaleiro das Trevas Batman O Cavaleiro das Trevas Ressurge
Dr. Jonathan Crane/Espantalho	Sombra	Batman Begins
Carmine Falcone	Guardião do Limiar	Batman Begins
Coringa	Sombra	Batman O Cavaleiro das Trevas
Harvey Dent – Cavaleiro Branco	Guardião do Limiar	Batman O Cavaleiro das Trevas

Selina Kyle – Mulher Gato	Camaleão	O Cavaleiro das Trevas Ressurge
John Blake	Arauto	O Cavaleiro das Trevas Ressurge
Bane – Vilão	Sombra	O Cavaleiro das Trevas Ressurge

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Ao realizar a análise de como os arquétipos são apresentados em cada um dos filmes, observa-se que em *Batman Begins*, os arquétipos apresentados seguem de maneira bastante clássica as características descritas por Vogler (2006). Pode-se dizer que por se tratar da retomada de um personagem clássico, esta estratégia beneficia a narrativa proporcionando uma proximidade entre o público e a obra. Era preciso trazer novamente à tona as características mais íntimas do ser humano para que ele pudesse (re)começar a construção do universo ficcional da narrativa (figura 1).

Já no segundo filme da nova fase, *Batman O cavaleiro das Trevas*, percebe-se que os arquétipos começam a apresentar evoluções principalmente em relação as características psicológicas, que ficam marcantes perante ao público.

**Figura 1. Batman Begins**



Fonte: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-51013/fotos/detalhe/?cmediafile=18825480>

O maior exemplo, é o vilão Coringa (figura 2), arquétipo da Sombra, que retrata de maneira clara todos os medos, anseios e limitações do próprio Herói, o Batman, diferente do primeiro filme em que o vilão parecia não retratar de maneira tão fiel os sentimentos mais ocultos do protagonista.

**Figura 2. Coringa**



Fonte: <http://br.web.img2.acsta.net/videothumbnails/15/01/06/13/54/420215.jpg>

O segundo filme consagra a narrativa e, podemos dizer que isso se deve ao emprego efetivo dos arquétipos. Pode-se perceber que algumas mudanças acontecem para que ocorra uma evolução. Cita-se como exemplo o personagem Alfred (figura 3), que assume agora características mais de mentor, auxiliando e guiando Batman em sua jornada, apesar de não fornecer as ferramentas para a jornada, ele é um mentor cuja função é dar o apoio para seguir em frente.

**Figura 3. Alfred em Batman O Cavaleiro das Trevas**



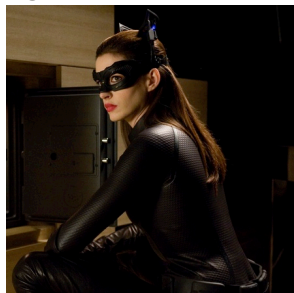
Fonte: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-115362/fotos/detalhe/?cmediafile=18960320>

No fechamento da trilogia os arquétipos voltam a ser apresentados de maneira bem clássica em relação as características apresentadas por Vogler (2006). O herói apresenta-se como o agente transformador da realidade, após um período em que não foi considerado como tal, ele vê-se novamente chamado à aventura. O Arauto, apresentado na figura de John Blake, mostra a possibilidade da transformação e da mudança através da crença nas boas ações, o que de certa forma, já não é mais percebido no Herói.

O arquétipo da Sombra que representa o vilão Bane, apresenta-se no padrão clássico, com explicações sobre suas ações e de maneira a representar os medos gerais da cidade de Gotham City.

A figura do Camaleão é personificada pela Mulher Gato (figura 5), que chega a desenvolver um relacionamento amoroso com Batman, mas que em nenhum momento parece ser uma figura confiável, podendo mudar de atitude a qualquer momento.

**Figura 5. Mulher Gato em Batman O Cavaleiro das Trevas Ressurge**



Fonte: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-132874/fotos/detalhe/?cmediafile=20090649>

Todos os arquétipos apresentados servem para construir a narrativa que destaca o Herói, Batman, cuja saga acontece e subdivide-se em 3 momentos. O que é importante considerar é que Batman possui parâmetros arquetípicos do Herói, sua história segue a espinha dorsal proposta por Campbell (2007) e discutida por Vogler (2006), entretanto, ele evidencia propriedades inerentes a outros arquétipos. Batman não é um herói comum, ele possui a capacidade de transformar outros seres que conhecem suas ações e sua trajetória, mas ele não se transforma, não completando assim sua jornada de herói.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um desafio na atualidade é tornar o mundo rotineiro e igualitário dos espectadores, em um mundo inovador, com o propósito de sempre estar oferecendo algo a mais, de envolvê-lo e instigá-lo para a descoberta do novo. Foi nesse contexto que, a pesquisa apresentada propôs uma reflexão acerca da construção de narrativas a partir da utilização da psicologia arquetípica e da mitologia analisando um produto de entretenimento já conhecido, a trilogia Batman.

A realização do presente artigo deixa claro a importância do desenvolvimento de pesquisa acadêmica na área da comunicação com foco no entretenimento e na construção de narrativas com base nos arquétipos a fim de consolidar ainda mais as questões relacionadas ao campo de estudo, possibilitando e ampliando o conhecimento sobre que ferramentas podem ser utilizadas na construção de estratégias realmente efetivas para um mercado cada vez mais competitivo e globalizado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.

BECKER, Andriza Machado. **A Ferramenta Wiki**: desafios e contribuições na formação universitária presencial. Universidade Federal de Minas Gerais: Revista Texto Livre - linguagem e tecnologia. V. 4. N. 1. 2011. Disponível em <<http://periodicos.letras.ufmg.br/index.php/textolivre>> Acessado em Setembro de 2015.

COSTA, T. S., PETRY, L. C.. **Super-Heróis**: quadrinhos, transmediatismo e games. Universidade FEEVALE: 4º Seminário de games, comunicação e tecnologia, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.



JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconscientes coletivo**. 2. ed. PETRÓPOLIS, RJ: Vozes, 2000.

PORTO-RENÓ, Denis. Et. al. **Narrativas Transmídia**: diversidade social, discursiva e comunicacional. Universidade de La Sabana: Revista Palavra Clave V. 14. N. 2, 2011.

RANDAZZO, Sal. **A criação de mitos na publicidade**: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

The History Chanel. Batman Unmasked - The Psychology of the Dark Knight. 60min., 2009.

VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor**: estruturas míticas para escritores. 2. Ed. Rev. E ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.