

O arco “Corporação Batman” e as novas relações do sistema do capital

Romir de Oliveira Rodrigues

Resumo: Ao compreender o personagem Batman como fenômeno transmidiático de presença global, a pesquisa sistematizada neste artigo tem como foco o arco “Corporação Batman”, escrito por Grant Morrison e ilustrada por Chris Burnham, e objetiva analisar as inter-relações entre o conteúdo do arco e a conformação atual do sistema capital, principalmente os elementos relacionados à atuação das grandes corporações. A análise realizada, utilizando o método cartográfico-crítico, permitiu estabelecer relações com as práticas presentes no mundo corporativo real, como o estabelecimento de redes globais altamente centralizadas e que utilizam símbolos para difundir suas ideologias, a busca por ampliar a lucratividade como motor de todos os processos implementados e a existência de uma sociedade organizada em classes sociais antagônicas.

Palavras-chave: Histórias em Quadrinho. Indústria cultural. Ideologia

The “Batman Corporation”
arc and the new relationships of the capital system

Abstract: Understanding the character Batman as a transmedia phenomenon of global presence, the research systematized in this article focuses on the arc “Batman Corporation”, written by Grant Morrison and illustrated by Chris Burnham, and aims to analyze the interrelations between

Romir de Oliveira Rodrigues. Doutor em Educação. Professor Geografia da EBTT no IFRS-Canoas. Email: romir.rodrigues@canoas.ifrs.edu.br

I. Introdução

Fenômeno transmidiático, o personagem Batman é hoje uma presença global. Das páginas de revistas de história em quadrinhos até as mais variadas telas, de camisetas a roupas de cama, de brinquedos a capa de cadernos, a marca do personagem se espalha mundialmente em uma infinidade de produtos. Apesar de estar incorporado ao repertório cultural da humanidade, como Robin Hood e Drácula, Batman difere destes por pertencer à DC Comics (BROOKER, 2000), empresa do conglomerado WarnerMídia que, por sua vez, está integrado à AT&T, uma das corporações líderes mundiais do setor de telecomunicação.

Esta presença de grandes corporações atuando de forma global é uma das características da organização do sistema do capital nas primeiras décadas do século XXI, contribuindo para o estabelecimento de padrões de consumo e a disseminação de determinados valores e visões de mundo. Enquanto produtos culturais, as Histórias em Quadrinhos encontram-se vinculadas a esse contexto histórico e geográfico e, especialmente as produzidas pelas grandes empresas mundiais do setor, podem ser compreendidas como vetores para a naturalização desses processos.

Tendo como foco o arco “Corporação Batman”¹, escrito por Grant Morrison e ilustrada por Chris Burnham², este artigo objetiva analisar as inter-relações entre o conteúdo do arco e a conformação

1. *Batman Incorporated*, no original.

2. Chris Burnham foi o ilustrador da maior parte do arco, sendo também o roteirista de alguns capítulos. Participaram também David Finch, Yanick Paquete, Scott Clark, Dave Beaty, Cameron Stuart, Frazier Irving, Jason Masters, Andrei Bressan e Jorge Lucas.

atual do sistema capital, principalmente os elementos relacionados à atuação das grandes corporações.

Tendo em vista que a pesquisa está assentada na análise de um produto cultural, foi utilizado o método cartográfico-crítico como forma de evidenciar os sentidos nem sempre evidentes que estão presentes na obra. Proposta por Iuri Andréas Reblin (2019), esta metodologia está organizada em duas partes que se articulam no fazer do trabalho investigativo. A primeira parte é a da análise cartográfica na qual é realizado um “mapeamento de sentido, de contexto e de relações entre os diferentes agentes envolvidos na produção deste ou daquele bem e do lugar que aquele bem ocupa em relação ao conjunto do qual participa” (REBLIN, 2019, p. 104). Desenhada para o estudo de produções da cultura pop estruturadas a partir de narrativas, a análise cartográfica está dividida em quatro etapas – leitura da obra, estrutura narrativa, contexto criativo e historicidade – e busca entender “como essa narrativa é construída, onde ela se situa e, principalmente, o que ela está contando” (REBLIN, 2019, p. 104). A segunda parte, como indicado pelo autor, se constitui na análise crítica do mapeamento realizado, “possibilitando adentrar nos meandros de sentido da narrativa a partir de nossas motivações específicas de nossas áreas do conhecimento, expertises, paixões, incursões ou necessidades acadêmicas” (REBLIN, 2019, p. 103).

Como forma de estruturar o texto e focalizar a atenção em pontos específicos, o caminho investigativo está articulado em quatro seções. A primeira busca caracterizar as histórias em quadrinhos como produtos culturais vinculados aos contextos histórico-geográficos de sua produção. Na segunda seção serão analisados os principais componentes do sistema do capital em sua atual configuração, com destaque para o papel desempenhado pelas grandes cor-

porações. A caracterização do personagem Batman, sua trajetória nas histórias em quadrinho e, principalmente, a interpretação dos elementos centrais do arco “Corporação Batman” correspondem à terceira seção da investigação. Por último, serão apresentadas algumas considerações sobre a utilização das histórias em quadrinhos com personagens transmidiáticos conhecidos mundialmente como estratégia para contribuir na construção da hegemonia pelas grandes corporações.

2. Indústria cultural, ideologia e histórias em quadrinhos: o cinto de utilidades também carrega ideias

Quando o leitor pega uma revista em quadrinhos não é apenas a história de determinado personagem que ele tem nas mãos, mas a materialização de um conjunto de relações sociais que, num primeiro momento, estão invisíveis. São relações de produção, de trabalho, envolve a criatividade dos artistas e decisões editoriais atravessadas por processos industriais e comerciais globalizados, entre outras determinações, que demandam procedimentos analíticos para emergirem.

Enquanto produto cultural, as histórias em quadrinhos dialogam com contextos históricos e geográficos específicos que, ao serem registrados na “dança silenciosa do que é visto e não visto” (McCLOUD, 2005, p. 92) fornecem pistas que ajudam a decifrá-los. O surgimento desta forma de linguagem está localizado na passagem do século XIX para o XX (Cf. NOGUEIRA, 2019; MOYA, 1977), em estreita relação com as mudanças históricas que ocorriam no mundo a partir da segunda revolução industrial. Portanto, a produção das histórias em quadrinhos, como a de qualquer outra mercadoria,

carrega “em si os vestígios, as marcas do sistema produtor que o engendrou [... e sua natureza...] somente é inteligível quando relacionada com as regras sociais que deram origem a esse produto” (COELHO, 1993, p. 17).

Neste sentido, devemos enquadrar o surgimento das histórias em quadrinhos na moldura da instalação de uma indústria cultural, marcada pelo surgimento de meios de comunicação de massa e, conseqüentemente, da consolidação de padrões culturais que passam a ser massificados em articulação com o modelo produtivo industrial. É este último que, ao introduzir profundas alterações nas relações sociais de produção, acaba por demandar, como alerta Teixeira Coelho, o surgimento de uma cultura específica e de uma indústria particular para promovê-la, “implantando numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral: o uso crescente da máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador; a divisão do trabalho” (COELHO, 1993, p. 6). Desse modo, a lógica da padronização própria da produção industrial passa a presidir a elaboração e distribuição de artefatos culturais produzidos em larga escala e com o objetivo primeiro de proporcionar lucro para quem os produz. Sistematizando este cenário de surgimento da indústria cultural, na qual estão inseridas as histórias em quadrinhos, Coelho indica que ele é caracterizado pela “revolução industrial, capitalismo liberal, economia de mercado, sociedade de consumo” (COELHO, 1993, p. 7).

Adorno e Horkheimer (2009) destacam o papel estratégico da indústria cultural na alienação e conformação da classe trabalhadora, com a promoção da visão de mundo dos grupos dominantes e a reificação e naturalização da ordem social que lhes dá suporte. As-

sim, o fazer artístico passa a ser conduzido pela padronização, ênfase no divertimento superficial e uso constante de clichés, visando, como objetivo prioritário, a obtenção de lucro, numa dialética entre a massiva distribuição e consumo e o restrito controle da produção.

Como indica Coelho, a “indústria cultural e todos os seus veículos, ‘independentemente do conteúdo das mensagens divulgadas’, trazem em si, gravados a fogo, todos os traços dessa ideologia, da ideologia do capitalismo” (COELHO, 1993, p. 17, grifo do autor). Trazendo para o contexto contemporâneo, Fredric Jameson (2004, p. 30) reafirma que “a produção estética hoje está integrada à produção das mercadorias em geral” e assimilada a uma nova cultura pós-moderna global que “ainda que americana, é expressão interna e superestrutural de uma nova era de dominação, militar e econômica dos Estados Unidos sobre o resto do mundo” (JAMESON, 2004, p. 31).

Neste sentido, pode se estabelecer uma relação entre indústria cultural, histórias em quadrinhos e ideologia. Com um caráter polissêmico, o conceito de ideologia se altera ao longo da história e de acordo com quem o enuncia, mas como afirma Slavoj Žižek é possível afirmar de forma taxativa a “existência da ideologia *qua* matriz geradora que regula a relação entre o visível e o invisível, o imaginável e o inimaginável, bem como as mudanças nessa relação” (ŽIŽEK, 1996, p. 7).

Como forma de organizar o debate, Žižek (1996) apresenta três eixos principais para aglutinar as várias definições sobre ideologia. O primeiro eixo aborda as várias concepções que compreendem a ideologia como um conjunto intrincado de ideias – de teorias a convicções –, indicando, por conseguinte, a existência de várias ideologias em disputa, todas ancoradas em aspectos do real, mas ne-

nhuma respondendo à realidade como totalidade. O segundo eixo, voltado para sua dimensão de externalidade, absorve a análise das formas de materialização da ideologia a partir dos diversos aparelhos ideológicos de Estado³. Por último, o terceiro eixo é o da “ideologia ‘espontânea’ que atua no cerne da própria ‘realidade’ social” (ŽIŽEK, 1996, p. 15, grifos do autor) por meio de processos difusos e heterogêneos que naturalizam modos de agir e formas de pensar na sociedade.

Trazendo este debate para as histórias em quadrinhos, podemos identificá-las como parte da indústria cultural, portanto “servindo a dois senhores: à consciência e à alienação; ao conhecimento e à fetichização da realidade; ela é criativa e também paralisadora” (KLAWA; COHEN, 1977, p. 105). Avançando nessas contradições, Reblin (2008, p. 37) também localiza os quadrinhos como integrantes da cultura de massa, que objetiva a “movimentação de capital, o comércio e divulga uma falsa moral – com os veículos de comunicação de massa – atrelada ao consumo imediatista”. Porém, o autor reconhece a potencialidade da arte sequencial como representação de “anseios de libertação mais profundos e inconscientes” (REBLIN, 2008, p. 14).

Portanto, mesmo carregando contradições, as histórias em quadrinhos, em especial as produzidas pelas grandes editoras, são mecanismos de reprodução/produção ideológica que reforçam visões de mundo que não são neutras. Ao analisar as relações entre política e quadrinhos, Nildo Viana fornece elementos que permitem inferir esta dimensão ideológica ao afirmar que “em maior ou menor

3. Termo criado por Althusser em seu ensaio “A ideologia e os aparelhos ideológicos do Estado” que busca analisar a forma como a ideologia dominante se reproduz por meio de instituições, como escola, igreja e meios de comunicação.

grau existe uma certa influência das HQs na formação de valores, sentimentos e concepções e isso irá influenciar determinadas tomadas de posição ou escolhas políticas” (VIANA, 2011, p. 14).

Analisando a ação corporativa desenvolvida para o lançamento do filme Batman, de 1989, em uma plataforma multimídia que envolvia também as histórias em quadrinhos, Eillen R. Meehan (1991, p. 49) reforça que “embora o objetivo principal dessa campanha seja gerar receita e diminuir os custos de produção, também “vende” ideologias - visões do bem, do verdadeiro e do belo”. Por isso, continua a autora, para além do que está explícito nas histórias e dos debates dos fãs, para um entendimento ampliado do Batman, é importante agregar “uma análise econômica da estrutura corporativa, estruturas de mercado e indústrias agregadas. Estas condições de produção selecionam, emolduram e formatam tanto Batman enquanto um texto comercial e a linha de produtos que constitui seu intertexto comercial” (MEEHAN, 1991, p. 49), portanto, além de batarangues e spray contra tubarão⁴, o cinto de utilidades do Batman está carregado de ideias e valores.

3. As corporações e o sistema do capital: o mundo como mercado, Batman como mercadoria

Com forte vinculação com as mudanças tecnológicas, o sistema do capital tem se transformado ao longo da história, incorporando novos processos, estratégias e sujeitos, num processo dialético de expansão e acumulação. Nas primeiras décadas do século XXI a atuação global das grandes corporações se consolida como marca

4. Em referência ao “Bat-Repelente de Tubarão” utilizado no filme Batman, o Homem-Morcego, de 1966.

significativa da estrutura econômica. Atuando em redes, as corporações descentralizam sua produção em direção a zonas com reduzida regulação do trabalho, mão de obra disponível a baixo custo e frágeis regras de proteção ambiental (HARVEY, 2001).

Este protagonismo das corporações é registrado na reportagem de Cristina Galindo veiculada no jornal El País, em novembro de 2017, ao indicar que a receita e o valor na Bolsa das maiores empresas globais “superam o PIB de dezenas de países” (GALINDO, 2017, s.p.), conclui que das 100 principais entidades econômicas do mundo apenas 31 são países, sendo as demais empresas privadas. Na tentativa de indicar a amplitude das grandes empresas na economia mundial, Pat Roy Mooney analisando dados do início deste século indica que as “200 principais empresas do mundo representam 28% da atividade econômica global; as 500 maiores representam 70% do comércio mundial e as 1.000 maiores controlam mais de 80% da produção industrial do mundo” (MOONEY, 2002, p. 133).

Como consequência desta centralidade das corporações na economia global destaca-se o significativo aumento de seu poder político e a “mercadificação de formas culturais” (HARVEY, 2001, p. 148) acompanhada pelo “controle do fluxo de informações e dos veículos de propagação do gosto e da cultura popular” (HARVEY, 2001, p. 152). Como esclarece Ladislau Dowbor (2012, p. 24), “os controladores desses setores manejam grande poder sem contrapeso significativo” devido as fragilidades nos órgãos reguladores mundiais e no sistema multilateral. Portanto, pode-se inferir, sem a pretensão de estabelecer uma teoria conspiratória tão própria das superaventuras, que o poder econômico acumulado e concentrado por um reduzido número de empresas acaba por interferir nas políticas adotadas pe-

los governos dos vários países com impactos sobre a democracia e a soberania nacional (Cf. DOWBOR, 2012; MOONEY, 2002).

Neste cenário se inscreve a DC Comics, empresa do conglomerado WarnerMídia que, por sua vez, está integrado à AT&T, uma das corporações líderes mundiais do setor de telecomunicação que, segundo dados registrados em seu site oficial, movimentou 181 bilhões de dólares em receitas em 2019⁵. Construída por Harry Donenfeld e Jack S. Liebowitz nas primeiras décadas do século XX, a DC Comics possui os direitos sobre personagens icônicos do gênero de superaventura como Batman, Superman e Mulher Maravilha e, segundo o site oficial da Warner Bros. Entertainment Inc. “é responsável por integrar estrategicamente suas histórias e personagens em filmes, televisão, produtos de consumo, entretenimento doméstico, jogos interativos e a plataforma de fãs do Universo DC”⁶.

Esta questão da interrelação entre várias mídias e licenciamento dos mais variados produtos tem em Batman um caso exemplar devido ao pioneirismo desta estratégia quando do lançamento do filme “Batman”, de 1989. Analisando este processo, Meehan, avalia que a interpenetração de diferentes indústrias “não surge em resposta a demanda por parte dos frequentadores de cinema, compradores de discos ou assinantes de quadrinhos. Ao contrário, a interpenetração é orquestrada pelo conglomerado, em sua busca por maneiras mais rentáveis e econômicas de fabricar cultura” (MEEHAN, 1991, p. 56).

Como assinala Will Brooker (2000, p. 11) “Batman e seu significado ainda estão ligados a uma instituição multinacional”, portanto

5. Conforme site da empresa. <<https://investors.att.com/investor-profile>>. Acessado em 05.06.20.

6. WARNER BROS. ENTERTAINMENT INC. Division DC. Disponível em: <<https://www.warnerbros.com/company/divisions/dc/#dc-entertainment>>. Acesso em: 20 de mai. de 2020. [s.p.]

as decisões editoriais acabam por considerar elementos que extrapolam imperativos artísticos ou narrativos. Este fenômeno se acelera a partir dos anos de 1970, quando a renda advinda da comercialização de produtos licenciados passou a superar a venda de gibis, fixando “Batman como um produto, como um logotipo, um componente de design, com orelhas pontudas totalmente à parte de sua identidade como personagem narrativo” (WELDON, 2017. p. 119).

A perspectiva corporativa é incorporada na própria trajetória narrativa do personagem Batman, ao estabelecer Bruce Wayne, alter ego do homem morcego, como proprietário da *Wayne Corporation*, uma *holding* que “atua em vários setores industriais e de transporte por meio da *Wayne Shipping*, *Wayne Chemical*, *Wayne Tech*, *Wayne Industries* e *Wayne Aviation and Aerospace*” (RIBAS, 2005, p. 244). Reproduzindo práticas das empresas reais, Bruce Wayne ainda utiliza “uma estratégia para evadir impostos, a Fundação Wayne, que faz contribuições substanciais para a caridade” (PEARSON; URICCHIO, 1991, p. 202).

Portanto, parte do papel hegemônico das grandes corporações na economia, política e sociedade ocorre com a produção de produtos culturais, como o Batman, que explorados das mais variadas formas, acabam por incorporar em suas próprias narrativas elementos que naturalizam as estratégias dessas grandes empresas globais.

4. Representações do capital no arco “Corporação Batman”: o símbolo do morcego não ilumina apenas os céus de Gotham City

Ao longo de sua trajetória de mais de oitenta anos, o personagem Batman estabelece uma relação dialética entre sua característica central de ser uma mercadoria e, ao mesmo tempo, estar imbuído em uma dimensão mítica (BOICHEL, 1991). Como resgata Will Brooker (2000, p. 33), sua permanência como ícone cultural “pode ser atribuída a sua habilidade de adaptar-se e mudar ao longo deste período”.

Analisando a história do surgimento do Batman, escrita por Finger e publicada na revista *Detective Comics* n. 33, de novembro de 1939, Glen Weldon identifica os elementos centrais do mito fundador do personagem: o trauma justificador por testemunhar a morte dos pais; o juramento de vingança e o combate perpétuo aos criminosos; a incorporação do símbolo do morcego e a opção pelas trevas (WELDON, 2017). Mesmo reconhecendo que estes elementos eram “uma combinação de clichês de fontes variadas” e “plágios”, Weldon identifica que “havia algo de novo, legitimamente novo, nas proporções precisas dessas ideias e imagens que se via nas histórias que Finger, Fox, Kane e Moldoff cozinhavam” (WELDON, 2017, p. 32).

Buscando caracterizar o personagem, Pearson e Uricchio, 1991, p. 195) estabelecem quatro elementos centrais do personagem: “obsessão; habilidades dedutivas; destreza física; e riqueza”. Ao destacar a riqueza, Pearson e Uricchio consideram que a fortuna herdada coloca, por um lado, Bruce Wayne em uma posição privilegiada, sem restrições econômicas para financiar suas iniciativas e uma infinidade de traquitanas tecnológicas. Por outro lado, permite que o Batman atue como um vigilante justiceiro, sem preocupar-se com os limites

dos processos legais. Portanto, “Bruce é um super-cidadão, o Batman é um super-policial e ambos se esforçam para tornar Gotham City um lugar melhor para se viver, ou seja, para fazê-la concordar com seus próprios valores” (PEARSON; URICCHIO, 1991, p. 203).

Weldon reconhece que a condição de bilionário se constitui no maior “superpoder do homem-morcego”(WELDON, 2017, p. 8) e, reforçando esta perspectiva, Pearson e Uricchio concluem que o Batman “para ser Batman deve combater o crime, proteger a propriedade e apoiar o status quo” (PEARSON; URICCHIO, 1991, p. 203) e que, suas histórias “lidam com a transgressão da classe baixa, mas não com as condições que dão origem a essas transgressões” (PEARSON; URICCHIO, 1991, p. 206).

Estes elementos, presentes desde a origem do personagem, sofreram alterações relacionadas aos diferentes contextos históricos, mas seu eixo central permanece inalterado: “o personagem e os bat-textos servem para obter consentimento da autoridade política e do sistema de relações de propriedade que consagra e, assim, apoiar a ordem hegemônica dominante” (PEARSON; URICCHIO, 1991, p. 207). É este núcleo interpretativo que servirá de guia para a análise do arco “Corporação Batman”, escrita por Grant Morrison, tanto identificando as formas como ele está representado, quanto pela crítica aos limites desta interpretação presentes ao longo da narrativa.

É importante ressaltar que Morrison ocupa um lugar diferenciado no universo dos quadrinhos (CALLARI, 2013; TRINDADE, 2012), sendo um dos responsáveis pelo processo de valorização desta arte a partir do final dos anos de 1980 que resultou, como esclarecem Pearson e Uricchio, na constituição de um novo nicho de mercado: os quadrinhos de autor, “um sistema que se baseia na

autoria individual como critério de qualidade e comercialização” (PEARSON; URICCHIO, 1991, p. 189).

Este elemento da autoria, como espaço para o desenvolvimento da inventividade artística e forma de expansão e qualificação do mercado editorial, é fundamental para compreender a trajetória de Morrison nos quadrinhos e sua característica principal de realizar “grandes obras que, geralmente, provocam os mais intensos debates, seja pelos temas abordados ou pelas maluquices que ele insere nas tramas” (TRINDADE, 2012, p. 7). Sua passagem pelas páginas do Batman não fugiu desta regra e, como afirma Cody Walker, Morrison decidiu resgatar todas as histórias já contadas do personagem e, “em vez de ignorar as partes mais bizarras da continuidade de Batman, Morrison abraçou-as e criou toda uma nova era para o personagem; uma era definida por incorporar absurdos enquanto ainda mantém a integridade do personagem” (WALKER, 2014, p. 1 e 2).

Os sete anos⁷ em que Morrison esteve conduzindo as histórias do Batman podem ser divididos em três partes organicamente integradas: Batman, Batman e Robin e Corporação Batman (WALKER, 2014). Na primeira parte – Batman – ele “explorou a identidade do herói” (WALKER, 2014, p. 160), com destaque para a introdução do personagem Damian Wayne, filho de sua relação com Tália al Ghul⁸, que assume o papel de Robin e torna-se central para a proposta de Morrison de desenvolver as habilidades sociais do per-

7. O começo da trajetória de Grant Morrison no comando criativo do Batman iniciou em setembro de 2006, na edição Batman Vol. 1, # 655.

8. Este episódio foi contado na primeira *graphic novel* oficial do Batman “O filho do demônio”, escrita por Mike W. Barr e ilustrada por Jerry Bingham, lançada em setembro de 1987, e, até ser incorporado por Morrison, era considerado fora da cronologia oficial do personagem. Tália é filha de Ra’s al Ghul, um dos mais famosos inimigos do Batman, criado pela dupla Dennis O’Neil e Neal Adams e apresentado pela primeira vez em Batman # 232, de junho de 1971.

sonagem, “dando ao herói uma nova concepção de vida, sem menosprezar o seu caráter já estabelecido” (MANNING, 2015, p. 292). Esta primeira etapa conclui com a aparente morte de Batman, que efetivamente tinha sido deslocado no tempo como consequência da sanção ômega disparada pelo “megalomaniaco novo deus Darkseid” (MANNING, 2015, p. 302) durante o episódio Crise Final⁹.

Batman e Robin, a segunda parte, apresenta uma nova dupla dinâmica originada a partir do desaparecimento de Bruce Wayne e a necessidade de manter viva a lenda do cavaleiro das trevas em Gotham City. Para isto, Dick Grayson, o Robin original, assume o manto do Batman, tendo Damian Wayne como novo Robin. Invertendo os papéis tradicionalmente estabelecidos, “um Robin carrancudo e um Batman mais otimista” (MANNING, 2015, p. 305) passam a se envolver em “uma divertida série de aventuras, enquanto exploravam a mitologia do herói” (WALKER, 2014, p. 160).

A terceira parte, o arco “Corporação Batman”, principal foco da análise, “abraça completamente a loucura e o absurdo das duas fases anteriores para criar uma experiência totalmente nova do Batman” (WALKER, 2014, p. 160). Iniciada em janeiro de 2011, na edição isolada *Batman: the return #1*, desenrolou-se por vinte e quatro edições, sendo a última *Batman Inc. Vol. 2 #13*, publicada em setembro de 2013 (WALKER, 2014), tendo como eixo central as disputas entre a Corporação Batman e a rede criminosa Leviatã.

Ao assumir ter financiado as atividades do vigilante de Gotham por muitos anos, Bruce Wayne funda a Corporação Batman ao declarar em uma entrevista coletiva que “hoje a guerra do Batman

9. Escrita por Grant Morrison, Crise Final foi um crossover que buscou dar um fechamento para outras duas grandes sagas da editora: Crise nas Infinitas Terras e Crise Infinita. Originalmente lançada em 2008, foi publicada no Brasil pela editora Panini a partir de 2009.

contra o crime se torna global” (MORRISON, 2011, p. 33 e 34). Para isto, Batman passa a recrutar um conjunto de heróis pelo mundo oferecendo ajuda tecnológica e recursos. Muitos desses personagens são parte da estratégia de Morrison de resgatar e utilizar elementos de toda a cronologia do homem-morcego, destacam-se o novo Senhor Desconhecido, do Japão, El Gaucho, da Argentina, O Capuz, da Inglaterra, o Homem dos Morcegos, dos Estados Unidos, e Batwing, da África. Em uma linguagem do mundo dos negócios, Batman abriu uma franquía financiada pelas Empresas Wayne, e espalha sua marca pelo mundo, descentralizando a execução e os riscos, mas centralizando o comando de toda a iniciativa.

A rede criminosa Leviatã, por sua vez, é controlada secretamente por Tália al Ghul e, ao contrário dos verdadeiros grupos terroristas que usam armamentos e bombas, o “Leviatã, invade discretamente e muda seus inimigos por dentro. Leviatã é o que acontece quando o terrorismo se torna uma Corporação e começa a comprar a concorrência” (WALKER, 2014, p. 216). Analisando o núcleo central desta disputa, Alexandre Callari encontra os cotidianos embates entre pai e mãe divorciados que começam um conjunto de disputas judiciais relacionadas à guarda do filho, porém, “no caso de Batman e Tália, claro, isso é levado ao extremo que envolve uma guerra de alcance quase global” (CALLARI, 2013, p. 170).

A ideia de corporações em disputa pela hegemonia é central na narrativa e conforme é desenvolvida mostra que os limites que separam as duas corporações são permeáveis, tendo em vista que, muitas vezes, os objetivos e métodos de atuação são semelhantes, com destaque para o uso intensivo e permanente da violência. Esta zona cinza é identificada por Walker ao apresentar alguns elemen-

tos contraditórios no movimento dessas corporações na história e nas ideologias que defendem, pois,

se Batman é um homem rico que passa as noites espancando criminosos em luta para sair da pobreza, então Leviatã é a corporação que contrata esses pobres criminosos. Se o crime é uma ideia e a Corporação Batman foi projetada para combater a ideia do crime, o Leviatã é a ideia do crime como uma corporação. Ideias batendo outras ideias. As duas filosofias corporativas se destacam em uma escala global com seus trabalhadores apanhados no fogo cruzado de dois bilionários. (WALKER, 2014, p. 226).

Estas duas filosofias corporativas são representadas por marcas específicas, a Corporação Batman, como não poderia deixar de ser, pelo símbolo estilizado do morcego e o Leviatã recorre ao Ouroboros, a representação de uma serpente comendo sua própria cauda, sendo um símbolo ancestral da eternidade ou ciclicidade. Ao escolher esta marca para o Leviatã, o roteirista escocês estabelece “uma representação visual da narrativa dando um ciclo de volta a si mesma. Os aspectos da morte e do renascimento também representam a própria franquia Batman e a forma que Morrison trouxe velhas ideias de volta do passado e as fez novas de novo.” (WALKER, 2014, p. 171).

Morrison argumenta que os símbolos e marcas corporativas são “uma condensação, uma compressão, a convocação simbólica do mundo do desejo que a empresa pretende representar” (MORRISON, apud WALKER, 2014, p. 161) e possuem, nos tempos atuais, um poder quase mágico de invocar sentimentos e sensações apenas ao serem observados (WALKER, 2014, p. 161). De forma irônica, Morrison, explora esta questão ao construir uma sequência na qual o Lorde Homem-Morte, que possui o poder da imortalidade, retoma a vida em um hospital após ter sido baleado em um confronto

com Jiro, o futuro Senhor Desconhecido. Enquanto faz uma chacina, matando toda a equipe médica e criando um caos no hospital, o Lorde Homem-Morte fica zombando da situação. Em determinado momento, satisfeito com o que acabara de dizer, ele declara, “coloque isso numa camiseta. No fim tudo é souvenir” (MORRISON, 2012, p. 47). Esta declaração repercute a prática das grandes corporações de produzirem todo tipo de mercadoria utilizando suas marcas, sendo o próprio Batman e seus símbolos uma fonte geradora de volumosos recursos financeiros (WALKER, 2014). Ou seja, na lógica do capital, uma camiseta pode ter tanto o símbolo do Batman, vinculado a valores como justiça e heroísmo, quanto a frase do Lorde Homem-Morte, reforçando a extrema violência, desde que cumpra sua função primeira de produzir lucro.

A preocupação com a lucratividade da Corporação Batman, que por estar ligada à Empresa Wayne tem de responder a um conselho de acionistas, transparece em uma conversa de Bruce Wayne e Lucius Fox, gerente de negócios da empresa. Ao observarem um grupo de bat-robôs produzidos em série, Lucio Fox explica que “podemos construir um bat-robô gastando cerca de cinco mil dólares. Custa menos que um carro popular.” (MORRISON, 2012. p. 103). Bruce Wayne, percebendo uma oportunidade para os negócios responde “um Batman em cada casa, Lucius. Quem sabe?” (MORRISON, 2012. p. 103). Esta perspectiva da Corporação Batman como um vetor para atrair investimentos torna-se mais direta na oitava edição do arco. Reforçando o propósito de Morrison de resgatar todos os aspectos da cronologia do cavaleiro das trevas, esta edição faz uma homenagem à pioneira *graphic novel* de Pepe Moreno, *Batman: digital justice*, lançada em 1990 e considerada a primeira com a arte toda desenvolvida em computadores. Na trama Bruce

Wayne tem uma reunião virtual com um conjunto de investidores globais para apresentar as oportunidades de negócios originadas com seu novo produto, a internet 3.0.

O Leviatã também utiliza a estratégia dos negócios, ao incentivar, por exemplo, a expansão de grupos criminosos, como é o caso do “Zé-Povinho e o Povinho do Zé”¹⁰. Se autodefinindo como “uma franquia criminosa de sucesso e em expansão” (MORRISON, 2012, p. 11) os integrantes da organização “são retratados como homens da classe trabalhadora que estão tentando ganhar a vida” (WALKER, 2014, p. 179), utilizando alcunhas como Eletricista e Mecânico e uma iconografia, nos uniformes e equipamentos, referente a estas profissões.

Como reforça Walker, estas caracterizações feitas por Morrison retratam a luta entre as classes “que é inerente entre o rico Batman que luta contra criminosos desprivilegiados” (WALKER, 2014, p. 179). Os embates que envolvem os interesses antagônicos das classes sociais no mundo real são reduzidos em sua complexidade e retratados de forma caricata e, por se tratar de histórias em quadrinhos, “esse conflito se desenrola usando trajes coloridos e codinomes. E porque o herói é o bilionário, o leitor automaticamente aplaude a classe alta rica, e não as pessoas que lutam para sobreviver” (WALKER, 2014, p. 179).

Esta questão da disputa entre as classes sociais é retomada na sequência na qual Batman oferece ajuda da Corporação para o Homem dos Morcegos e seu filho e ajudante Corvo Pequeno, ambos descendentes dos povos originais dos Estados Unidos e exercendo sua vigilância em uma reserva indígena. A postura do Homem dos Morcegos

10. Tradução de Paulo França e Bernardo Santana para o original “The Average Joes”. MORRISON, Grant. *Corporação Batman*. Volume 2. Barueri/SP: Panini Comics, 2012. p. 11.

e o contexto de miséria e exclusão que vivem as pessoas de sua comunidade “faz a ideia de Bruce Wayne da Corporação Batman parecer superficial. Ao invés de investir dinheiro nas comunidades para fazê-las melhor, Bruce fornece armas para heróis mascarados em uma guerra contra o super-terror” (WALKER, 2014, p. 185).

Estes conflitos, entre a intenção expressa por Bruce Wayne ao criar a Corporação Batman e sua efetivação dentro do universo ficcional da história, são expostos por Grant Morrison e, por não apresentarem um fechamento, abrem janelas para diferentes interpretações. Portanto, sem afirmar ser esta a intenção original do autor, a análise realizada permite estabelecer um conjunto de conexões entre os elementos ficcionais apresentados no arco narrativo e o sistema do capital, em especial, o funcionamento das corporações globais.

As disputas entre a Corporação Batman e o Leviatã, mimetizam movimentos que ocorrem no mundo dos negócios e das altas finanças de forma caricatural e, dessa forma, ao reduzir estes processos extremamente complexos em seus elementos essenciais, acaba por deixá-los mais evidentes e reconhecíveis. Ao serem expostos, tanto podem mobilizar os leitores para questioná-los e, ao expor seus limites e consequências, promover ações para uma superação ou reordenamento mais vantajoso para o conjunto da sociedade, quanto promover uma atitude complacente, na qual o atendimento dos interesses corporativos se constitui em caminho único e inevitável.

Dentre os movimentos realizados pelas antagônicas corporações ao longo do arco, destaca-se a criação de uma rede de atuação global, fluida em sua atuação, mas centralizada em seu comando, que ao adaptar seus produtos para os mercados locais, mantém preservadas suas ideologias. A Corporação Batman atuou exatamente neste formato, implementando franquias do Batman globalmente,

oferecendo armamentos, recursos tecnológicos, apoio financeiro e logístico, mas mantendo o controle a partir da bat-caverna. Ao longo do arco, foram representados momentos nos quais os integrantes da Corporação faziam um juramento, tal qual Bruce Wayne fez quando criança, se comprometendo em fazer valer as premissas definidas pelo Batman, ou seja, seus valores e entendimentos deveriam se sobrepor às realidades locais e caberia ao novo integrante realizar esta adaptação.

Outro elemento de aproximação entre a Corporação Batman e as grandes empresas do mundo real é que, indiferente do verniz utilizado, o motor de todos os movimentos corporativos é a obtenção de lucros. No caso específico, a Corporação Batman se constitui com o nobre fim de combater o crime em escala global, mas, no processo, busca alternativas em ampliar os investimentos das Empresas Wayne.

Dialogando com a estrutura central do sistema do capital, o terceiro elemento relacionado com a dinâmica corporativa explorado na narrativa desenvolvida por Morrison é a consolidação de uma sociedade organizada em classes sociais em disputa. As contradições que se originam deste fato são exploradas, por exemplo, na caracterização de grupos criminosos como trabalhadores e na vinculação do discurso de emancipação e de revolta a uma demanda do Leviatã, portanto relacionada ao crime.

Esta conexão entre as classes populares e pobres com o crime pode ser entendida como uma naturalização simplificadora de um fenômeno social complexo e, nesse sentido, reforça preconceitos e estereótipos em relação a essas pessoas. No sentido inverso, ao tornar evidente estas relações, revesti-las de um aspecto caricatural e contrastá-las com a concentração de recursos em uma reduzida parcela da sociedade, representada por Bruce Wayne, pode instigar

os leitores a desenvolverem uma análise crítica sobre a organização da sociedade e, com isso, questionarem seu funcionamento.

Muitos aspectos abordados nesta análise estão relacionados às estratégias e escolhas narrativas implementadas por Grant Morrison que costuma explorar os limites e cânones dos personagens com que trabalha e da própria linguagem dos quadrinhos. Ao apresentar o segundo volume da Corporação Batman, Levi Trindade, editor sênior da DC Comics, afirma que a complexidade do roteiro e da arte demanda uma leitura mais atenta, pois Morrison “insere ideias que podem soar absurdas, mas que talvez não estejam tão distantes da realidade quanto se pensa” (TRINDADE, 2012, p. 7). Esta abertura maior para explorar um personagem central de uma grande editora, como é o caso do Batman, e introduzir temáticas não usuais e, que em alguns casos, podem vir a criticar a própria indústria cultural e o sistema do capital no qual está inserida, tem relação direta com a constituição de um mercado para os quadrinhos de autor. Como alertam Pearson e Uricchio, “as contradições do capitalismo permitiriam, assim, a mercantilização das críticas, desde que resultassem em lucros” (PEARSON; URICCHIO, 1991, p. 211).

O arco Corporação Batman encerra a trajetória de Morrison com o personagem incorporando, ao longo de seu desenvolvimento, elementos de ficção que acabam por explorar os limites entre a naturalização e o questionamento das relações sociais que conformam o mundo real. Estes limites podem estar ausentes na intenção original do autor e residirem apenas no olhar específico que o leitor lança sobre a obra. Neste sentido, Corporação Batman é uma obra em aberto, que viabiliza o desenvolvimento de diferentes análises e pode ser explorada a partir de diversos ângulos.

Considerações finais

O foco neste trabalho foi na compreensão das histórias em quadrinhos como produtos culturais que incorporam em suas narrativas pontos de vista específicos sobre concepções de mundo em disputa na sociedade. Por serem construídas a partir de decisões editoriais que, em muitos casos, impõem limites aos próprios artistas envolvidos, os quadrinhos carregam, explícita ou implicitamente, componentes ideológicos. Quando se analisa as obras produzidas nas grandes empresas do setor, elas mesmas corporações, estes elementos ideológicos são potencializados pela escala global de distribuição, indicando a construção de visões hegemônicas sobre valores e processos que devam ser priorizados para o funcionamento das diferentes sociedades.

Concentrando recursos e poder, muitas vezes maiores do que alguns países, essas grandes empresas globais acabam por influenciar política e economicamente as decisões de diversos governos, retirando obstáculos para sua expansão e acumulação. Como forma de consolidar este domínio, as corporações difundem suas ideias e valores por meio de variadas práticas, do financiamento de campanhas eleitorais até apoio a projetos educacionais e comunitários, passando pelo processo de transformação das formas culturais e artísticas em mercadorias e o controle de sua distribuição pela mídia.

Assim, a análise realizada compreendeu Batman em duas dimensões principais: como personagem e como produto. Na primeira dimensão, o cavaleiro das trevas possui uma sólida mitologia construída em uma trajetória de mais de oitenta anos e que tem nas páginas das revistas de quadrinhos seu leito principal. Como produto, Bat-

man e seus símbolos são multiplicados em uma infinidade de mercadorias, adaptados para diferentes mídias – com destaque para o cinema – com o objetivo principal de gerar lucro para a corporação que detêm seus direitos e, ao mesmo tempo, difundir ideologias.

O arco Corporação Batman explora os conflitos e contradições entre essas duas dimensões ao focalizar parte da narrativa no fato de Bruce Wayne ser dono de um conjunto de empresas que, na busca por ampliar sua área de atuação, constitui uma franquia da marca Batman para o enfrentamento do crime em escala global. Wayne e, portanto, o Batman, são personificações do capital e das classes dominantes, característica que é fundadora de seu mito: foi para defender a propriedade, no caso um colar de pérolas, que seus pais foram assassinados. A partir daí, Batman passa a combater o crime e, mesmo possuindo condições econômicas e poder para isto, não se preocupa em alterar as condições sociais que geram desigualdades e, por conseguinte, a ampliação da criminalidade.

O arco Corporação Batman, escrito por Grant Morrison, permitiu estabelecer relações entre os elementos apresentados na disputa entre a Corporação Batman e o Leviatã e as práticas presentes no mundo corporativo real. Destacam-se o estabelecimento de redes globais altamente centralizadas e que utilizam símbolos para difundir suas ideologias, a busca por ampliar a lucratividade como motor de todos os processos implementados por estas organizações e, ampliando a análise para o sistema do capital, a existência de uma sociedade organizada em classes sociais antagônicas.

Podendo ser estendido para a totalidade da trajetória do Batman no mundo das histórias em quadrinhos, o arco narrativo analisado possibilita a realização de diferentes interpretações relacionadas aos interesses e visões de mundo de cada pesquisador. O mesmo

Batman que entrava pela velha tv preto e branco em um bairro popular nos anos de 1970, enchendo as tardes de aventuras e a mente infantil de sonhos, hoje, ao olhar adulto, defende um sistema de dominação injusto. Batman se transforma na história, ao mesmo tempo único, impresso nas revistas de quadrinhos, e múltiplo, na leitura que cada um irá fazer ao navegar por suas páginas.

Referências

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max; A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. In.: ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

BOICHEL, Bill. Batman: commodity as myth. In.: PEARSON, Roberta E.; URICCHIO, William. *The many lives of the Batman: critical approaches to a superhero and his media*. New York: Rotledge, 1991.

BROOKER, Will. *Batman unmasked: analysing a cultural icon*. London/England: Continuum, 2000.

CALLARI, Alexandre. A evolução das espécies... ou como Grant Morrison ajudou a manter o Batman vivo por mais algumas décadas. In.: MORRISON, Grant. *Corporação Batman*. Volume 3. Barueri/SP: Panini Comics, 2013.

COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. Coleção Primeiros Passos. 35^a ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993. Disponível em: < <https://www.netmundi.org/home/wp-content/uploads/2017/04/Cole%C3%A7%C3%A3o-Primeiros-Passos-O-que-%C3%A9-Industria-Cultural.pdf> > Acessado em 27 de março de 2020.

DOWBOR, Ladislau. O poder corporativo dos intermediários financeiros. In.: *Dossiê Le Monde Diplomatique*, n. 10, ano 2, p. 24-27, jul/ago. 2012.

GALINDO, Cristina. Quando as empresas são mais poderosas que os países. *El País*, on-line, 02, novembro, 2017. Seção Economia. Dis-

ponível em: < https://brasil.elpais.com/brasil/2017/11/03/economia/1509714366_037336.html>. Acesso em: 23.mar.2020.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 10^a ed. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. 2^a ed. São Paulo: Editora Ática, 2004.

KLAWA, Laonte; COHEN, Haron. Os quadrinhos e a comunicação de massa. In.: MOYA, Álvaro. *Shazam!* 3^a ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1977.

MANNING, Matthew K. *Batman: arquivo histórico*. São Paulo: Panini Brasil Ltda., 2015.

McCLOUD, Scott. *Desvendando os quadrinhos*. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2005.

MEEHAN, Eillen R. “Holy commodity fetish, Batman!”: the political economy of a comercial intertext. In.: PEARSON, Roberta E.; URICCHIO, William. *The many lives of the Batman: critical approaches to a superhero and his media*. New York: Rotledge, 1991.

MOONY, Pat Roy. *O século 21: erosão, transformação tecnológica e concentração do poder empresarial*. São Paulo: Expressão Popular, 2002.

MORRISON, Grant. *Corporação Batman*. Volume 1. Barueri/SP: Panini Comics, 2012.

MORRISON, Grant. *Corporação Batman*. Volume 2. Barueri/SP: Panini Comics, 2012.

MORRISON, Grant. *Corporação Batman*. Volume 3. Barueri/SP: Panini Comics, 2013.

MORRISON, Grant. *Corporação Batman*. Volume 4. Barueri/SP: Panini Comics, 2013.

MOYA, Álvaro. Era uma vez um menino amarelo. In.: MOYA, Álvaro. *Shazam!* 3ª ed. São Paulo: editora Perspectiva, 1977.

NOGUEIRA, Natania Aparecida da Silva. *Uma breve história das histórias em quadrinhos*. São Leopoldo: Faculdades EST, 2019.

PEARSON, Roberta E.; URICCHIO, William. “I’m not fooled by that cheap disguise”. In.: PEARSON, Roberta E.; URICCHIO, William. *The many lives of the Batman: critical approaches to a superhero and his media*. New York: Rotledge, 1991.

REBLIN, Iuri Andréas. *Histórias em quadrinhos: perspectivas religiosas e possibilidades hermenêuticas*. São Leopoldo: Faculdades EST, 2019.

REBLIN, Iuri Andréas. *Para o alto e avante: Uma análise do universo criativo dos super-heróis*. Porto Alegre: Editora Asterisco, 2008.

RIBAS, Sílvio. *Dicionário do Morcego*. Rio de Janeiro: Editora Flama, 2005.

TRINDADE, Levi. Introdução: Grant Morrison e os fractais patéticos das dimensões subsônicas. In.: MORRISON, Grant. *Corporação Batman*. Volume 1. Barueri/SP: Panini Comics, 2012.

TRINDADE, Levi. Grant Morrison e os mestres do pós-modernismo caricatural. In.: MORRISON, Grant. *Corporação Batman*. Volume 2. Barueri/SP: Panini Comics, 2012.

VIANA, Nildo. *Quadrinhos e política*. BOCC – Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. V. 1, p. 1-20, 2011. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/viana-nildo-quadrinhos-e-politica.pdf> > Acessado em: 23 de abril de 2020.

WALKER, Cody. *The anatomy of Zur-Em-Arrh: understanding Grant Morrison’s Batman*. Illinois/USA: Sequart Organization, 2014.

WARNER BROS. ENTERTAINMENT INC. Division DC. Disponível em: <<https://www.warnerbros.com/company/divisions/dc/#dc-entertainment>>. Acesso em: 20 de mai. de 2020.

WELDON, Glen. *A cruzada mascarada: Batman e o nascimento da cultura nerd*. Rio de Janeiro: Pixel, 2017.

ŽIŽEK, Slavoj. O Espectro da ideologia. In. Žižek, Slavoj (Org.). *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.