

O MERCADO DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS NO BRASIL E OS SUPORTES PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL

Daniela dos Santos Domingues Marino

Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil

RESUMO

Edgar Franco publicou, em 2001, sua dissertação de Mestrado sobre as novas formas de suporte para a publicação de histórias em quadrinhos. Na época, cunhou o termo “HQtrônicas” para se referir às primeiras tiras publicadas em formato digital, registrando o processo de mudança de suporte do papel para os meios eletrônicos. Em quase duas décadas, os avanços tecnológicos foram responsáveis por mudanças significativas no mercado de quadrinhos, principalmente no que tange às antigas páginas de tiras cômicas dos grandes jornais. Sites como o *Comixology*, *Tapastic* e *Social Comics* são alguns dos espaços dedicados exclusivamente à publicação de quadrinhos digitais. Por isso, estudiosos como Paulo Ramos (2014) e Vitor Nicolau (2013) também têm se dedicado a observar e registrar essas mudanças por meio de artigos e publicações acadêmicas que servirão de aporte teórico para o desenvolvimento deste artigo. Nesse sentido, o que se pretende com esta pesquisa é apontar quais são as plataformas digitais mais usadas no Brasil e de que forma estão mudando os hábitos de leitura, publicação e aquisição de quadrinhos no país. A partir de dados fornecidos pelo *Social Comics*, será possível observar aspectos relevantes para a compreensão do atual mercado de quadrinhos, como faixa etária, preferências, gênero, entre outros dados que podem servir de referência para possíveis conclusões acerca do tema deste artigo.

PALAVRAS-CHAVE: Histórias em Quadrinhos; mídias digitais, novos suportes

ABSTRACT: Edgar Franco published his Master's dissertation on new platforms for comic book publication in 2001. At the time, he coined the term "HQTrônicas" to refer to the first strips published in digital format, describing the process of moving from paper to electronic media. In nearly two decades, technological advances have been responsible for significant changes in the comic book market, especially regarding to the old comic strip pages of the major newspapers. Sites such as *Comixology*, *Tapastic* and *Social Comics* are some of the spaces dedicated exclusively to the publication of digital comics. For this reason, scholars such as Paulo Ramos (2014) and Vitor Nicolau (2013) have also been observing and registering these changes through articles and academic publications that will serve as a theoretical contribution to the development of this paper. In this sense, what is intended with this research is to point out which are the most used digital platforms in Brazil and how they are changing the habits of reading, publishing and comic acquisition in the country. From data provided by *Social Comics*, it will be possible to observe relevant aspects concerning the current comic market, such as age, preferences, gender, among other data that can be used as reference for possible conclusions about the theme of this paper.

KEYWORDS: Comic Books, Digital Media, New platforms

QUADRINHOS ONLINE

Os meios em que as histórias em quadrinhos são divulgadas têm sofrido mudanças desde o advento da internet: no passado um artista independente que quisesse ter seu trabalho divulgado, poderia fazê-lo por meio dos fanzines, existentes e resistentes até hoje, porém, da mesma forma que ocorre com a literatura, jornalismo e outras áreas, qualquer pessoa com acesso à internet pode publicar os mais variados tipos de conteúdo. Com os quadrinhos não é diferente: ainda que os gibis tenham ganhado espaço em livrarias, sejam elas físicas ou virtuais, a quantidade de publicações divulgadas por meio da rede permite que fãs de HQs não precisem sair da frente do computador para conferir uma tira ou mesmo uma trama inteira, como é o caso de *Terapia*¹ de Mario Cau, Rob Gordon e Marina Kurcis.

Sendo assim, não é possível ignorar que a forma de consumir gibis tenha mudado/evoluído, da mesma forma que não é possível ignorar as implicações destas mudanças no meio acadêmico, editorial, social, comercial, político...

Paulo Ramos solicitou, em sua página no *Facebook* no dia 25 de janeiro de 2015, que as pessoas indicassem páginas de quadrinhos brasileiros publicados online e em questão de poucas horas havia mais de 90 comentários, em sua maioria com indicações de páginas de quadrinhos virtuais, sendo uma delas as tiras de *Armandinho*².

O menino de cabelo azul era publicado inicialmente em um jornal local e sem muita expressão nacional, de Santa Catarina, mas após ganhar uma página no *Facebook*, seu sucesso foi tamanho que hoje o artista Alexandre Beck já conta com cinco livros publicados com as tiras que foram divulgadas online, além de ter sido convidado a ilustrar a coluna sobre comportamento infantil da psicóloga Rosely Sayão no jornal *Folha de São Paulo*. Ou seja, por mais efêmera que uma rede social possa parecer, não podemos ignorar sua importância simplesmente porque os dados nela contidos não podem ser verificados de forma sólida e definitiva, uma vez que são alterados diariamente. Assim,

o conteúdo está cada vez mais passível de personalização e sem limites de veiculação, e o cartunista, quadrinista ou desenhista agora tem o espaço que deseja na web para veicular os seus trabalhos, de maneira gratuita, sem vínculo com os grandes grupos de

¹ <http://petisco.org/terapia/>

² <http://tirasbeck.blogspot.com.br/>

distribuição e com público certo, disposto a interagir com ele e a divulgar o seu trabalho. (NICOLAU, 2013, p.55)

De acordo com o site do *The Comics Journal*, o primeiro quadrinho online foi lançado antes mesmo de a internet ter se popularizado: “*Witches in Stitches*” de Eric Monster Millikin foi distribuída em 1992 por meio de um dos primeiros serviços de rede, o *Compuserv*. Naquela época, apenas estudantes de tecnologia e algumas poucas pessoas tinham acesso à rede, cenário muito diferente do que temos hoje e que se aproxima da previsão de Bill Gates de um computador em cada casa.

Edgar Franco foi um dos pioneiros a tratar sobre a “migração” dos quadrinhos para o ambiente virtual. Em sua tese de Mestrado *HQtrônicas: do suporte papel à rede internet*, ao citar MacCloud³ e Álvaro de Moya⁴, conta que em 1984 os artistas Mike Saenz e Peter Gillis foram considerados visionários por terem desenvolvido a história *Shatter* em um Apple Macintosh de 128 Kbytes, com ferramentas improváveis para a confecção de quadrinhos e mesmo que a intenção tenha sido publicá-la em papel (junho de 1985), podemos dizer que este foi um marco que prenunciava o surgimento das webcomics como conhecemos hoje. Sobre isso, Wright diz:

Revistas em quadrinhos eletrônicas existem há um longo tempo. McCloud aponta isso com os CD-ROMs do início dos anos 1990s como *Maus*, de Art Spiegelman, e que levaram os quadrinhos para além da impressão no papel. Na verdade, o CD-ROM de *Maus* foi usado por Spiegelman para apresentar não apenas os quadrinhos, mas também as fotos de família e os rascunhos. De fato, muitos quadrinhos eletrônicos buscam incrementar suas palavras e imagens com a adição de alguma animação, som ou outro efeito especial. Mas alguém poderia argumentar, por exemplo, que a “produção de quadrinhos animados” e “quadrinhos digitais” em DVD produzidos pela Intec Interactive and Eagle One Media, Inc., que utilizou quadrinhos impressos pela editora CrossGen e Marvel e os transformou em produções multimídia, não podem ser considerados mais quadrinhos, mas algo novo, uma forma de arte relacionada. (WRIGHT, 2008)

No Brasil, as primeiras experiências com tiras online foram feitas por jornais em suas páginas online, a princípio usando o mesmo formato das páginas impressas, mas com

³ Autor de *Understanding Comics e Reinventing Comics* conhecido pelo conceito de “Infinite Canvas” - conceito de Tela Infinita, em que a produção não é mais limitada ao número de páginas, pois tem a tela do computador como suporte e o espaço virtual disponibilizado pelo seu criador permitiu que os quadrinhos e as tirinhas não se prendessem mais a um formato fixo, explorando as oportunidades e soluções de design no ambiente digital (NICOLAU, 2013, p.73) . <http://scottmccloud.com/>

⁴ Autor de *A Reinvenção dos Quadrinhos*, 2012 e um dos maiores pesquisadores de HQs do Brasil.

as possibilidades oferecidas pelos espaços como sites e blogs, estes formatos passaram a ser mais variados (RAMOS, 2014).

Hoje, a variedade de produções oferecidas online possibilita não só que os leitores possam escolher os temas que mais lhes agradem, como permite que os artistas ganhem maior visibilidade e acabem publicando seu material de forma impressa posteriormente, seja através de uma editora, de um edital ou através de sites colaborativos como o *Catarse* e o *Kickante*.

Embora o foco do artigo sejam as publicações divulgadas via internet, Vitor Nicolau em seu livro *Tirinhas e Mídias Digitais* afirma que para Scott McCloud há uma distinção entre webcomics ou quadrinhos digitais e quadrinhos online: enquanto o primeiro termo se refere às produções divulgadas exclusivamente por meio digital, os quadrinhos online são versões digitais dos quadrinhos impressos.

Estas histórias em quadrinhos oferecem uma infinidade de possibilidades acadêmicas e pedagógicas, como a história feita por Hector Lima, Mario Cau e Pablo Casado especialmente em comemoração ao dia internacional da mulher em março de 2015. *Pão e Rosas* é uma versão romanceada da “Greve do Pão e Rosas”, como ficou conhecido um dos eventos mais marcantes da História na luta - principalmente da mulher - pela melhoria de condições de trabalho. O acesso a ela é gratuito e pode ser lida em português ou inglês nos sites da *Fictícia* (editora do Hector Lima) ou no site da *Petisco*. Para Nicolau,

o computador tornou-se um ambiente a ser explorado e depois compreendido. A tela digital oferece um mundo maleável de oportunidades com uma extensão infinita de estímulos e impulsos, e que vem substituindo toda uma amarra de meios físicos. Os elementos produzidos por programas de desenho podem ser movidos, duplicados e transformados, fazendo com que o quadrinista ganhe em precisão e flexibilidade. (NICOLAU, 2013, p.71)

Entre outubro e novembro de 2011, Nicolau fez um levantamento de blogs que apresentavam tiras através de técnicas de análise de conteúdo. Naquela ocasião chegou à quantidade de 104 sites que foram detalhadamente estudados de forma que os dados coletados sejam tão completos que se torna leitura obrigatória para todos que querem se aprofundar no tema. Já na pesquisa informal de Paulo Ramos feita em sua página pessoal

no *Facebook*, várias histórias em quadrinhos e tiras indicadas são divulgadas exclusivamente nas redes sociais.

Hoje seria impossível precisar o número de páginas e sites dedicados exclusivamente à publicação de histórias em quadrinhos, mas algumas plataformas surgiram nas últimas décadas, reunindo em suas páginas uma infinidade de publicações para os mais variados gostos.

PLATAFORMAS DIGITAIS DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

Wright (2008) afirma que grande parte das práticas relacionadas ao ato de colecionar quadrinhos está ligada à materialidade dos próprios quadrinhos: “qualquer pessoa que já tenha precisado mudar uma coleção de gibis de endereço pode testemunhar sobre sua presença física, principalmente no que tange ao seu peso”. Como lembra o autor, uma edição de *The Flash* não pesa muito, mas vários volumes colecionados ao longo de anos, enchem certamente uma caixa.

Assim, a prática social de colecionar afeta os envolvidos de forma física, pois envolve a classificação, separação, conservação, tudo de acordo com os fins que cada revista pode ter, não sendo possível então, separar tal atividade da materialidade de seus objetos. Por isso, é compreensível que muitos dos colecionadores entrevistados por Wright, afirmem que manter quadrinhos em arquivos de computador ou outros dispositivos eletrônicos, não caracterizaria uma coleção, afinal, o prazer da experiência envolve atividades como “caçar” quadrinhos raros, organizá-los, observar suas condições e texturas...

No entanto, com o desenvolvimento das publicações eletrônicas, a associação automática dos gibis com o formato de livro tem sido desafiada. Ainda de acordo com Wright (2008), a materialidade de uma revista em quadrinhos se revelou como um mero veículo de uma forma de arte. “Agora, uma história em quadrinhos como *Os Vingadores*, que antes enchia uma caixa pode pesar apenas alguns gramas, arquivada em um dispositivo tão fino e leve como um tablet”(WRIGHT, 2008).

Então, por mais que muitos colecionadores e leitores possam ter dificuldade em aceitar a ideia de que um quadrinho possa existir em outra forma que não a impressa, a

própria forma de produção das histórias atuais faz uso do computador em algum estágio. Para Pustz (2000), essa dificuldade se deve ao fato de muitos acreditarem que muito da prática de colecionar quadrinhos também se deve à crença de que as comic shops são importantes espaços de interação de pessoas, incluindo os próprios funcionários. “De certa forma, as comic shops são locais culturais e comércio ao mesmo tempo” (PUSTZ, 2000, p. x-xi), o que para Wright tem uma explicação: “Como o sociólogo Jean Baudrillard observou, o ato de colecionar representa a forma mais rudimentar de exercer controle sobre um mundo exterior ao seu”. Wright vai além e, ao citar Lacan, conclui:

Logicamente, sendo o objeto, em última instância, uma abstração do desejo ou da própria noção de desejo, e estando conectado temporariamente a um objeto ou objetivo em particular, este não pode nunca ser concretizado, nem mesmo quando a pessoa possui uma quantidade de pós-publicações ou tenha completado uma coleção em particular, pode-se considerar que a sensação de completude se concretizará. Mas, ao invés disso, diante da possibilidade de término da empreitada inicial, rapidamente após, um novo objeto ou objetivo surge e o colecionador embarca em uma nova busca. De acordo com Lacan, isso se deve ao fato de que o vazio que sentimos não pode nunca ser preenchido, no entanto, nós devemos seguir buscando os objetos desejados, esperando por uma sensação de completude que acreditamos que eles ofereçam. (WRIGHT, 2008)

Muito embora a internet tenha propiciado o surgimento de sites que disponibilizam revistas e publicações inteiras em versões digitalizadas, também conhecidas como scans, estes agem de forma ilegal. No entanto, a partir do surgimento de serviços de streaming de filmes como a *Netflix*, o mercado de quadrinhos americanos adaptou a mesma lógica de funcionamento a plataformas que possibilitassem a leitura de uma infinidade de histórias diante do pagamento de uma mensalidade, como a *Comixology*, cuja a mensalidade é de U\$5,99.

A *Comixology* surgiu em 2007 e, em 2009, lançou o primeiro aplicativo para leitura de quadrinhos compatível com sistema androide. Comprada em 2014 pela *Amazon*, seus lançamentos online são simultâneos às publicações impressas das grandes editoras como Marvel e DC. De acordo com matéria publicada no site *Judão*⁵, especializado em cultura pop, em 2012, depois dos games, o que mais se comprou nos *Ipads* do mundo foram quadrinhos. Sem contar as publicações independentes ou de editoras menores, no mesmo

⁵ <http://judao.com.br/comixology-como-matar-uma-boa-ideia/>

ano foram contabilizadas mais de 100 milhões de publicações vendidas pela plataforma. Hoje o site conta com mais de 100.000 títulos.

O sucesso foi tanto que, em 2013, as editoras venderam mais de U\$90 milhões em publicações por meio do *Comixology* ou de aplicativos que usavam a mesma tecnologia desenvolvida pela plataforma. De acordo com o *Judão*: “Crescimento de 29% em relação ao ano anterior – enquanto a indústria dos gibis, como um todo, cresceu 8%. Nessa época, anunciaram com sorriso nos olhos: haviam passado a marca de 200 milhões em vendas”.

Observando a tendência que indicava que os leitores estavam consumindo quadrinhos online, outras empresas e editoras lançaram suas plataformas e hoje, tanto a *DC* como a *Marvel*, oferecem seus próprios serviços de assinaturas, com algumas vantagens em relação aos quadrinhos impressos, como as páginas interativas ou telas infinitas.

Em 2016 a indústria americana de quadrinhos apresentou um crescimento de 5% em relação ao ano anterior⁶ e só em publicações digitais, isso representou novamente cerca de U\$90 milhões. Ou seja, é um mercado que podemos entender como consolidado e que apresenta características típicas relacionadas ao contexto em que está inserido.

Tendo acesso aos números da indústria americana, não demoraria muito para que os editores e quadrinistas brasileiros começassem a usar os mesmos modelos de sucesso que se estabeleceram por lá. Assim, além das publicações via redes sociais, blogs e sites especializados, as plataformas exclusivas para publicação de quadrinhos também chegaram no país.

Fundado em 2015, o *Social Comics* segue o modelo da *Comixology* e se anunciou como a Netflix dos quadrinhos brasileiros. Com assinatura no valor de R\$19,90, a plataforma disponibiliza mais de 3.000 títulos entre nacionais e internacionais, possuindo também publicações e selos próprios. Entre os mais famosos estão *300*, de Frank Miller, edições dos heróis da *Valiant*, publicações de editoras como *Nemo*, *Disney* e *MSP*, além de exclusividades como os quadrinhos do *Seninha*.

De acordo com Samir Naliato⁷, assessor de imprensa do *Social Comics*, em cerca de dois anos foram lidas mais de 4 milhões de páginas dos mais de 750 artistas disponíveis no site. As 55 editoras presentes são lidas por um público majoritariamente masculino, 80%

⁶ <http://www.comichron.com/yearlycomicssales/industrywide/2016-industrywide.html>

⁷ Informações concedidas à autora via e-mail.

contra 20% feminino, com média de 20 anos de idade (51% entre 18 e 28 anos) e moradores da região sudeste (56%).

Sobre o perfil desses leitores, Marcelo Cabral Bouhid⁸, diretor de marketing da empresa, afirma que cerca de 40% dos leitores de quadrinhos do Brasil consomem quadrinhos online. Entre eles, haveria uma distinção de hábitos no que tange à geração à qual pertencem. Por exemplo, leitores de quadrinhos da geração “Y” – nascidos entre o final dos anos 1970 e início dos 1990, teriam menos propensão à leitura online do que os integrantes conhecidos como millenials, ou seja, nascidos a partir dos anos 2000 e que cresceram em um mundo cujo contexto é digitalmente mediado⁹.

Não à toa, uma das estratégias de marketing utilizada pela plataforma brasileira na CCXP 2016 foi o anúncio de grandes títulos como *300* sendo lançado simultaneamente online e em formato impresso, bem como outras publicações que também foram lançadas em parcerias com editoras como a *Jambô*. Plataformas como o *Social Comics* oferecem uma opção à falta de espaço para armazenar quadrinhos enfrentada por muitos colecionadores, além de se beneficiarem de eventuais problemas que editoras físicas possam apresentar, como o que ocorreu com a distribuição dos títulos da *Valiant* pela *HQM* e que hoje são oferecidos com exclusividade pelo site.

Em 2016, Nathália Macchia Franchin concluiu seu projeto de iniciação científica sob orientação de Roberto Elíseo dos Santos, pela Universidade de São Caetano do Sul. Roberto é integrante do Observatório de Histórias em Quadrinhos da ECA/USP e orientou sua aluna em um estudo sobre os hábitos dos leitores de quadrinhos.

Após realizar pesquisas a partir de aplicação de métodos variados, Nathália concluiu que a maioria dos leitores que entrevistou, cerca de 73%, prefere consumir publicações impressas. No entanto, como a idade de grande parte dos entrevistados varia entre 18 e 30 anos, Nathália acredita que esses números se devem ao fato de que muitos leitores cresceram sem acesso à internet e à dispositivos eletrônicos, portanto, é possível inferir que estes números sejam diferentes entre as gerações que nasceram a partir dos anos 2000.

⁸ Painel realizado da Comic Con Experience de 2016.

⁹ Fonte: Perfil do Geek no Brasil 2016, Omelete Group (13.700 respondentes) – via Social Comics

Como não é possível precisar a quantidade de leitores que consomem quadrinhos digitais no Brasil, não sabemos se os números refletem o mesmo sucesso da indústria americana, mas a julgar pela quantidade crescente de páginas e plataformas dedicadas à sua publicação, certamente há vantagens de ter seu trabalho divulgado online.

Prova disso são autores como Bianca Pinheiro, que ficou conhecida por suas tiras de *Bear*. O sucesso online garantiu que seu trabalho chegasse ao conhecimento de editoras como a *Nemo*, por onde já publicou 3 volumes de *Bear*, e à MSP, onde publicou *Mônica Força* para a coleção das Graphics MSP.

Sobre o impacto que as publicações online representam ao mercado de quadrinhos brasileiros, vale destacar o selo *Pagu Comics*, da editora Cândido e que é exclusivo do *Social Comics*. Sob a direção da roteirista Ana Recalde, o selo publica exclusivamente artistas femininas e é responsável pelo aumento de leitoras da plataforma de 6% no primeiro ano, para 20% dos leitores em 2016.

Com histórias de heroínas que compartilham o mesmo universo, diferentes artistas se alternam para oferecer narrativas inéditas e que estão entre as mais lidas do *Social Comics*. A partir da visibilidade alcançada pelas publicações do selo, Ana Recalde realizou uma convocatória para novas quadrinistas em fevereiro de 2017 e mais 700 mulheres enviaram portfólios de seus trabalhos, indicando que há muitas mulheres produzindo ou querendo produzir quadrinhos no Brasil, ainda que as publicações impressas demonstrem o contrário.

Embora o valor arrecadado pela editora por cada publicação seja dividido por todas as participantes de cada edição e este valor se baseie no número de páginas lidas pelos assinantes, o contrato do *Social Comics* prevê exclusividade apenas no período de seis meses, ou seja, a editora ou os quadrinistas podem publicar seus trabalhos de forma impressa posteriormente e digitalmente em outros sites depois de 3 anos.

Além de sites de streaming como *Social Comics* e *Comixology*, sites de editoras, blogs pessoais e redes sociais, plataformas para leitura gratuita de quadrinhos autorais como o *Tapas*¹⁰ e o *Muzinga*¹¹ oferecem a possibilidade de os leitores consumirem histórias

¹⁰ <https://tapas.io/>

¹¹ www.muzinga.net

variadas de diversos autores e sem precisar pagar por isso. Os autores também não pagam para usar as plataformas, porém, como não recebem dos leitores, muitos acabam optando por sites de financiamento coletivo quando decidem imprimir seus trabalhos ou simplesmente para continuar publicando nos sites. Assim, não é incomum que recorram ao “apadrinhamento” por meio de sites como *Pantreon* ou *Apoia-se*, onde os leitores podem contribuir mensalmente com valores que preferirem para que o artista possa continuar publicando seus quadrinhos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da impossibilidade de se precisar o número de páginas dedicadas a publicação de histórias em quadrinhos, algumas conclusões podem ser apresentadas a partir da observação de alguns dados: Como mencionado por um dos responsáveis pelo prêmio HQMIX, José Alberto Lovetro, na edição de 2016 do evento, o número de publicações nacionais de quadrinhos foi maior do que em todos os anos anteriores e, certamente, a possibilidade de divulgação online garante maior visibilidade de artistas que não costumam ter espaço na grande mídia; a internet, por oferecer alcance imensurável, facilita o encontro entre artistas e editoras por meio de convocatórias e editais; principalmente em relação às mulheres, a possibilidade de se auto publicar e divulgar seus trabalhos via internet tem contribuído para sua maior inserção no mercado de quadrinhos, o que pode facilmente ser verificado tanto nas tímidas indicações a prêmios que vêm surgido, como no número de participantes em eventos e de coletivos que realizam seus próprios eventos.

Mesmo com a crença que algumas pessoas possam ter em relação ao fim dos quadrinhos impressos, João Paulo Sette, CEO do *Social Comics*, defende que os quadrinhos digitais não representam o fim das versões impressas¹². Sobre isso, Wright (2008) afirma que a leitura da versão impressa e da digital são práticas complementares. Sua pesquisa

¹² http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2016/05/23/interna_diversao_arte,532976/leitura-de-hqs-em-plataformas-digitais-ganha-nova-vida-em-tablets.shtml

apontou que é improvável que revistas impressas deixem de existir porque grande parte dos colecionadores se sente apegada ao papel. Não só isso, o autor também atesta que muitos leitores podem preferir ler uma revista de forma mais barata em algum dispositivo e posteriormente adquiri-la “on demand” (impressão por demanda), o que poderia ser feito nas comic shops, lugares que, devido ao seu apelo social, continuarão a atrair uma base de fãs leais e que consomem itens que não podem ser baixados online, como action figures, camisetas e afins.

Ainda assim, é possível que o “formatinho” mensal não se sustente na versão impressa por muito tempo, já que o próprio Cris Warner, editor da Dark Horse, afirma que este formato já é considerado um artefato (WRIGHT, 2008), por isso, as edições em capa dura e graphic novels devem resistir em função do colecionismo.

Quando a *DC* começou a vender suas edições digitalizadas, anunciou ter triplicado o lucro com vendas de quadrinhos¹³, comprovando que versões digitalizadas podem representar um complemento nas vendas totais, não uma queda, como indica o site especializado *Comichron*¹⁴, que funciona como uma espécie de termômetro do mercado de quadrinhos americano, pois atualiza mês a mês os números de vendas de quadrinhos anunciados por cada editora.

Logo, como observado por Nathália Franchin, ainda que muitos leitores mantenham hábitos de colecionador e prefiram ler e guardar as versões impressas de seus quadrinhos favoritos, essa prática pode sofrer mudanças significativas daqui a alguns anos, quando grande parte dos leitores será representada por integrantes das gerações mais atuais e que já nasceram em um contexto em que crianças de dois anos de idade operam dispositivos eletrônicos com maestria.

Se há 16 anos Edgar Franco foi um visionário ao apontar que a publicação de quadrinhos digitais se tornaria uma tendência, hoje podemos concluir que sua previsão se confirma, ainda que diante da impossibilidade de se levantar dados com precisão, afinal, estamos lidando com dados que variam diariamente. Na medida que tantas páginas e sites surgem, outras tantas deixam de ser atualizadas, tal qual ocorre com as estrelas em uma

¹³ <https://omelete.uol.com.br/quadrinhos/noticia/dc-comics-comeca-vender-quadrinhos-em-varias-plataformas-digitais-e-triplica-numeros/>

¹⁴ <http://www.comichron.com/>

constelação, fazendo com que uma analogia entre o universo dos quadrinhos e o universo em si nos leve a pensar que ambos são infinitos e que sua beleza reside justamente no fato de que a internet possibilitou que uma quantidade inimaginável histórias esteja disponível ao alcance de um clique.

REFERÊNCIAS

FRANCHIN, Nathália Macchia. *Hábitos de Leitura das Histórias em quadrinhos: meio digital x meio impresso. Encontro de Iniciação Científica, VI ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 2016.*

FRANCO, Edgar. **HQtrônicas: do suporte papel à rede internet.** 2001. 189 f. Tese (Mestrado em Artes). Unicamp, Campinas. 2001. Disponível em : <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000236050&opt=4> Acesso em 10 ago. 2017.

NICOLAU, Vitor. **Tirinhas e Mídias Digitais.** João Pessoa: Marca de Fantasia, 2013. Disponível em: http://www.insite.pro.br/elivre/vitor_nicolau_pc.pdf Acesso em 24 mar. 2015

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. **Introdução à Metodologia Científica.** Pará de Minas: Virtual Books, 2011. Disponível em: www.virtualbooks.com.br/editora/livros/view/ Acesso em 10 ago. 2017.

PUSTZ, Matthew. *Comic Book Culture: Fanboys and True Believers.* Mississippi University, 2000.

RAMOS, Paulo. **Pontos de Fuga: Registros do Processo de Alargamento do Formato das Tiras.** São Paulo: Revista 9ª Arte, v. 3, nº 1, 2014. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/nonaarte/ojs/index.php/nonaarte/article/view/96/117> Acesso em 10 ago. 2017.

VERGUEIRO, Waldomiro; RAMOS, Paulo. **Quadrinhos na Educação : da rejeição à prática.** São Paulo: Contexto, 2009.

WRIGHT, Frederick. *How Can 575 Comic Books Weigh Under an Ounce?:* Comic Book Collecting in the Digital Age. V. 11, Issue 3, Fall 2008. Disponível em: <http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0011.304?view=text;rgn=main>. Acesso em 15 de ago. 2017.

4^{as} JORNADAS INTERNACIONAIS DE
HISTÓRIAS EM
QUADRINHOS
22 a 25 de agosto de 2017
Escola de Comunicações e Artes da USP