

Resumo da Bienal da UNE**Gestão estratégica no mercado independente de quadrinhos brasileiros em tempos de crise*****Strategic management in the independent brazilian comic market in times of crisis***Rodrigo Sérgio Ferreira de Paiva¹ orcid.org/0000-0001-9168-9904Fernando Henrique Athayde Cunha¹ orcid.org/0000-0002-1933-1630Christianne Soares Falcão² orcid.org/0000-0002-8227-0412¹Mestrando em Indústrias Criativas, Universidade Católica de Pernambuco, Recife, Pernambuco, Brasil²Doutora em Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, BrasilE-mail do autor correspondente: rodrigo.2020607182@unicap.br**Submissão:** 31/07/2021**Aprovação:** 12/09/2021

A produção de histórias em quadrinhos independentes no Brasil já se tornou uma realidade mercadológica, que ilustra um segmento significativo do mercado editorial. No entanto, as condições precárias e dificuldades enfrentadas pelos quadrinistas nacionais relativizam tais afirmações, ao considerar que o segmento não é necessariamente visto como um setor relevante pelos olhares da sociedade.¹ Esse tipo de relação controversa entre criatividade e economia não é recente, embora, permaneça complexa e imperceptível aos olhares humanos.² Quando uma ideia criativa transita para um produto comerciável, a tenuidade entre ambas as percepções é evidente. Entretanto, o valor econômico que passa a ser atribuído a uma propriedade intelectual como um livro ou uma revista pode ser identificado através de conceitos intangíveis como oferta, demanda, marcas e patentes. Tudo isso ratifica os quadrinhos como um conjunto de bens culturais capazes de se posicionarem criticamente perante a sociedade.³ O gênero de HQs se configura não somente como um campo de atuação financeira e profissional para artistas da área, como também representa uma forma de expressão cultural a ser preservada e valorizada no contexto das indústrias criativas. O projeto *Elefantes na Sala*, iniciativa de um dos presentes autores, Fernando Athayde, é um espaço *on-line* dedicado à produção e reflexão da nona arte, através de um grande “abraço virtual”, que visa acolher não só a produção artística própria, mas também formar uma comunidade de pessoas interessadas em cultura e pensamento. Com uma estética cômica, satírica e *nonsense*, a ideia do site é “reunir ensaios, ilustrações e quadrinhos de sua autoria sobre música, criatividade e vivências no campo das artes, acessíveis gratuitamente para todos os públicos”.⁴ É dito ainda que a produção crescente de conteúdos artísticos do quadrinista inclui stories, sorteios de brindes, tiras seriadas, *insights* sobre seus processos criativos, vídeos no IGTV e outras interações com os leitores usadas para promover o consumo recorrente de HQs. Dentre as narrativas produzidas, destaca-se *A Saga do Porco Dourado*, publicada em 2021 como o primeiro lançamento impresso do selo editorial *Elefantes na Sala*. O livro dispõe de ilustrações inéditas, bastidores e produtos derivados. A série em análise contou originalmente com trinta tiras publicadas *on-line* entre 24 de julho e 26 de outubro de 2020, com uma escrita manual e um acabamento digital. Na trama, o próprio Athayde torna-se personagem central que, em

busca de um artefato místico na forma de um porco dourado, participa de uma competição que reúne guerreiros improváveis vindos de todo o mundo. O produto criativo descrito contou com desafios característicos da produção editorial independente, a saber: a busca por uma impressão e distribuição acessíveis do material produzido, o considerável tempo necessário para a confecção de uma obra e suas derivações e ainda a necessidade de evidenciar a publicação perante a mídia especializada em histórias em quadrinhos. Identificados tais entraves, o presente resumo busca mapear tal contexto mercadológico a partir da seguinte questão: Como se configura o atual mercado independente de HQs nacionais e seus artistas? Através de um questionário propagado via e-mails e redes sociais como *Facebook* e *Instagram*, criou-se um diálogo direto com os profissionais do âmbito e seus respectivos trabalhos. O estudo tem a intenção de levantar informações, mas, sobretudo, de construir um repertório proficiente para quadrinistas iniciantes e motivar o desempenho de profissionais já consagrados no mercado brasileiro, considerando ainda os tempos atuais marcados pela crise editorial e sanitária acentuada pela Covid-19. Partindo do objetivo de mapear o atual mercado de quadrinhos nacionais independentes e seus respectivos artistas, criou-se um questionário na plataforma *Google Forms*, que permitiu o gerenciamento de pesquisas, coleta de informações e a aplicação de formulários de registro. Foram elaboradas questões que visaram identificar o perfil do quadrinista brasileiro na atualidade, com respostas predominantemente objetivas. De contramão às formalidades típicas de inquéritos acadêmicos, utilizou-se propositalmente uma linguagem bem-humorada, que remete diretamente ao tom da obra *A Saga do Porco Dourado* e que buscou criar uma relação informal e empática com os artistas envolvidos. O roteiro proposto esquematizou desde informações básicas sobre a identificação dos autores e seus respectivos projetos como dados que permitem compreender a relação desses artistas com o mercado de trabalho em suas diferentes interfaces. Foram priorizados os quadrinistas que já publicaram produções independentes, disponíveis em sites especializados e/ou que já integraram o *Artists' Alley* da *Comic Con Experience*, área destinada a artistas do Brasil e de outros países onde se reúnem para apresentar e comercializar artes originais, HQs, pôsteres, *prints*, *sketchbooks* e outros materiais.⁵ Foram investigados portais dedicados à venda de quadrinhos como *Comix Book Shop* e *Ugrapress*, que possuem *subpages* específicas para publicações autônomas. Nela, destacam-se nomes como Camilo Solano, Helô D'Angelo, Laudo Ferreira, Sam Hart, Jefferson Costa, Didi Mamushka, dentre outros. Em seguida, o formulário foi compartilhado diretamente com cada entrevistado através de mensagens diretas via redes sociais, que enfatizaram os objetivos da pesquisa e sua natureza acadêmica. Paralelamente com as primeiras respostas obtidas, o estudo sugerido se estendeu para contatos próximos do autor Fernando Athayde e contou com a divulgação voluntária dos participantes. O empresário Ivan Freitas da Costa, um dos sócios-fundadores da *Comic Con Experience*, se propôs a disseminar o formulário no grupo *Artists' Alley CCXP*, que segundo o próprio possui 3 mil membros, em sua grande maioria artistas. Após a aproximação de 200 *feedbacks*, criou-se um release destinado à imprensa para exteriorizar a pesquisa. O resultado definitivo contou com nomes como Vitor Cafaggi, Rafael Calça, Paulo Crumbim, Magno Costa e Roberta Cirne. A seguir, discute-se os principais dados coletados com base nas infografias extraídas. Observou-se como a maioria dos quadrinistas investigados possuem entre 36 e 45 anos. 80,9% dos entrevistados já participaram de uma coletânea, ou seja, um conjunto de publicações contínuas que agregam as histórias de um ou mais artistas. Um número menor já participou de um selo

de quadrinhos independentes, equivalente a 65,2% do total apurado, 58,2% possuem uma loja própria para a comercialização de seus produtos, seja ela um espaço físico ou virtual. As publicações impressas permanecem uma realidade predominante, já que 82,1% das *webcomics* foram transpostas para ambientes físicos. 59,4% se encontram em ambos os espaços, o que significa uma tendência das obras tangíveis de serem disponibilizadas como *e-books* e vice-versa. No entanto, o uso de financiamento coletivo se revela uma propensão necessária para suprir os tradicionais gastos com editoração. Essas arrecadações são contribuídas também por outras atividades exercidas no mercado de trabalho. Registrou-se áreas de atuação e atividades executadas como alternativas à produção de quadrinhos, como: ilustração, música, jornalismo, docência, direção de arte, pesquisa acadêmica, comédia, revisão de texto, letras, diagramação, designer, audiovisual, publicidade, editoração de livros, games, pintura, cinema de animação e tradução. Também se revelaram setores e profissões mais distantes das ciências humanas, como metalurgia, correios, tatuagem, finanças, biblioteconomia, dentre outras. Em sequência, sondou-se a tiragem média das publicações autônomas nacionais e seu desempenho de vendas. Por fim, percebeu-se forte impacto dos eventos especializados em quadrinhos no Brasil, que proporcionam um intermédio presencial entre quadrinistas e seus leitores. A pesquisa proposta, que a princípio se manteve voltado para auxiliar a formulação de um plano de vendas e distribuição da *graphic novel* *A Saga do Porco Dourado*, transformou-se no mapeamento de toda uma cadeia produtiva envolvendo quadrinistas independentes brasileiros e suas formas de atuação. Este artigo se configura como um artifício presumivelmente capaz de fortalecer os laços entre os artistas já experientes com um instável mercado nacional e, simultaneamente, apto a abrir os caminhos para aqueles que estão construindo uma carreira em meio a cenários instáveis que se remoldam a cada dia. Uma vez identificadas tendências como a diminuição de pontos de venda físicos, a elevação dos custos de produção, a internacionalização de HQs e o uso crescente das redes sociais, a tangibilidade aparenta dar um espaço cada vez maior para a intangibilidade, principalmente em tempos de isolamento social e decaimento da economia. Por outro lado, espera-se que mídias paralelas como o cinema, a televisão e o *streaming* possam contribuir para prover a produção de quadrinhos nacionais. Reitera-se que a gestão do capital intelectual permanece sendo a imaginação, recompensadora do profissional, responsável pela satisfação de seu público e fator determinante do sucesso ou fracasso de uma narrativa. Embora o potencial criativo seja uma característica universal, cabe aos profissionais do âmbito se apropriarem de conhecimentos técnicos e recursos necessários para materializar um produto gráfico. Em contraponto às indústrias que antecederam a pós-modernidade, o perfil desse trabalhador é heterogêneo e condescendente com as mudanças ocorrentes no comércio editorial. O presente resumo conta com um recorte apresentado na 12ª Conferência Internacional de Fatores Humanos Aplicados e Ergonomia em julho de 2021 e deve se derivar em novas produções acadêmicas.

REFERÊNCIAS

1. PAZ, L. **Tecnologia e cultura nos quadrinhos independentes brasileiros**. Curitiba, 2017. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/2946>. Acesso em: 02 fev. 2021.

2. HOWKINS, J. **Economia Criativa** – como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M Book do Brasil, 2013.
3. CIRNE, M. **Uma introdução política aos quadrinhos**. 1. ed. Rio de Janeiro: Angra/Achiame, 1982.
4. FRANÇA, D. **Pesquisadores pernambucanos fazem mapeamento do mercado editorial de quadrinhos independentes no Brasil**. Recife, 2021. Disponível em: <https://portal.unicap.br/-/pesquisadores-pernambucanos-fazem-mapeamento-do-mercado-editorial-de-quadrinhos-independentes-no-brasil>. Acesso em: 09 set. 2021.
5. AVILA, G. **CCXP19 | Mais de 500 artistas são confirmados no Artists' Alley desta edição**. São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/ccxp/ccxp19-anuncia-artists-alley>. Acesso em: 02 fev. 2021.

Fomento

Fundação Antônio dos Santos Abranches – FASA | Bolsa Fasa Pós-Graduação Stricto Sensu.