

## ANALISANDO O MERCADO BRASILEIRO DE QUADRINHOS

**Alunos: Gustavo Gaspar Ferreira**

**Pedro Robles**

**Orientadora: Prof. Ma. Raquel Aparecida Lopes**

### RESUMO

Este estudo teve como objetivo central analisar o modo como o brasileiro consome quadrinhos, uma das mais populares formas de arte. A investigação baseou-se em um questionário tipo survey exploratório aplicado através de plataforma *on line* e acessado na plataforma <https://docs.google.com>. Participaram da pesquisa 123 consumidores e 7 vendedores de bancas. Os resultados mostram que vêm ocorrendo um aumento no consumo de quadrinhos junto com uma mudança na forma de comprar, esse aumento pode ser relacionado a diferentes conteúdos de mídia como filmes e séries que usam quadrinhos como fonte de ideias e, por outro lado, a mudança na forma de comprar pode ser relacionada ao crescimento do comércio *online* nos últimos anos, que vêm abalando as vendas em livrarias e bancas. Identificou-se também que considerável parte do público consome quadrinhos por meios ilegais através da pirataria apontando como solução plataformas de *streaming*, de modo semelhante das plataformas voltadas para conteúdo audiovisual. O estudo também revelou que existe uma tendência de encarar os quadrinhos como um artigo de coleção, esse fenômeno é uma das causas dos acabamentos cada vez mais rebuscados, que atraem novos públicos e são comercializados também em livrarias.

**Palavras chave:** Mercado – quadrinhos – consumidor  
**ANALYZING THE BRAZILIAN COMIC BOOK MARKET**

## **ABSTRACT**

The main objective of this study was to analyze the way that Brazilians consume comic, one of the most popular forms of art. The investigation was based on an exploratory survey type questionnaire applied through online platform and accessed on the <https://docs.google.com> platform. 123 consumers and 7 newsstands sellers are participated in the research, the results show that has been occurring an increase in the comic book consumption with a change in the way to buy, this increase may be related to different contents of media, such as movies and series that use comics as a source of ideas, on the other side, the change in the way of buying can be related to the growth of the e-commerce in recent years, which have been shaking sales in bookstores and newsstands. It was also identified that considerable part of the public consumes comics by illegal means through piracy, pointing out as solution the platforms of streaming, similarly to the platforms geared towards the audiovisual content. The study also revealed that there is a tendency to see the comics as a collection article, this phenomenon is one of the causes of more refined finishes, who attracting new audiences and are also marketed in bookstores.

## **INTRODUÇÃO**

Os quadrinhos são um meio de comunicação em ascensão no país e no mundo cujas linguagens e formatos não só conquistam diversos públicos como ajudam na formação de novos leitores (SANTOS; GANZAROLLI 2011). Contudo, essa mídia ainda enfrenta diversas dificuldades ao conquistar sua legitimidade como manifestação artística, essas dificuldades podem ser decifradas ao analisarmos o surgimento dos quadrinhos.

Histórias em quadrinhos e tiras de revistas durante muitos anos foram impressas da maneira mais rústica possível, já que não havia nenhuma intenção de tornar esses produtos duradouros. Os meios de impressão usados na época, em sua maioria bem arcaicos, não conseguiam entregar um registro de cores correto, tampouco, nitidez no traço. Com o passar do tempo essa forma de arte foi ganhando cada vez mais espaço, esbanjando todo o seu potencial, o que levou a uma maior busca por qualidade e um investimento árduo na produção.

Esses fatores acabaram, por sua vez, acarretando publicações mais luxuosas, que com suas cores atraíram um público mais exigente, ao mesmo tempo em que os quadrinhos produzidos em preto e branco e impressos em um papéis de boa qualidade, encontravam sua própria parcela no mercado (EISNER, 1985)

Passado a época de meios rústicos de impressão vimos surgir no mercado americano as *Graphic Novels*, histórias que fugiam dos clássicos moldes que os quadrinhos haviam assumido, com uma narrativa e arte mais sofisticada essas histórias engajavam um público mais velho que não estava habituado a ler quadrinhos e, pouco a pouco, ganhavam destaque e reconhecimento nos Estados Unidos, conquistando diversos prêmios literários que até então limitavam-se aos livros. Vale dizer que o mercado americano não é exceção no desenvolvimento dos quadrinhos como veiculação de arte sequencial, na Europa e no Japão um mercado muito expressivo de quadrinhos se desenvolvia em condições muito semelhantes e com contato quase inexistente entre si, principalmente no Japão uma vez que a língua e a distância geográfica dificultavam ainda mais o contato e diálogo entre as comunidades engajadas na produção de quadrinhos.

Com a sofisticação e globalização dos quadrinhos, essa mídia ganhou cada vez mais espaço nas discussões em ambientes acadêmicos, que começou a analisar com mais calma e rigor a natureza dos quadrinhos. Com as análises iniciadas principalmente por Will Eisner, um dos principais nomes dos *comics* norte-americanos, os profissionais engajados na produção de quadrinhos e a comunidade acadêmica passaram a enxergar os quadrinhos como meio independente de expressão e não como uma forma menos digna de literatura.

Segundo MCCLOUD (2005), o olhar crítico sobre os quadrinhos passou a entendê-lo como o principal expoente da arte sequencial, isto é, imagens que em sequência contam uma narrativa ou dramatizam uma ideia. Embora os quadrinhos sejam seu maior representante, eles estão longe de serem os primeiros, a humanidade já usava da arte sequencial muito antes da invenção da escrita, como as pinturas egípcias, os murais astecas, os mosaicos bizantinos, e até mesmo a tapeçaria de Bayeux são provas que lemos e produzimos arte sequencial durante toda nossa história.

Para o autor, os quadrinhos não só são herdeiros dessa arte como também são a forma onde ela mais se desenvolveu, atribuindo a si mesmo linguagens, símbolos e signos próprios que contribuem como forma de comunicação na mídia.

É importante ressaltar que embora os meios de impressão possibilita a maior veiculação dos quadrinhos, que resultou no enorme mercado que existe hoje, eles também atrasaram o reconhecimento dos quadrinhos como arte, o cinema (manifestação artística posterior a arte sequencial) teve seu *status* de arte reconhecido muito antes dos quadrinhos, não demorando para cair no gosto da comunidade artística da época (EISNER, 1985)

Com a arte sequencial emergindo ao redor de todo globo, no Brasil não seria diferente, tudo começou com Nhô Quim, a primeira história em quadrinhos do Brasil feita por Agostini em 1869. Desde então, o mercado brasileiro não parou de crescer, foi ganhando cada vez mais espaço, seja com a criação da revista O Tico-Tico (1905), a primeira revista brasileira completamente focada nos quadrinhos, ou com as primeiras publicações de tiras americanas no Brasil, em 1930, com títulos como Mickey Mouse, Krazy Kat e Gato Félix. Desde então, o mercado nacional seguiu ascendendo até o cenário atual, um cenário rico e com muito potencial, mas que ainda está longe de alcançar seu auge.

Com o passar dos anos, as tecnologias e principalmente a internet foram gradativamente mudando nosso modo de consumir quadrinhos. Usufruindo de uma linguagem cada vez mais visual, a internet se mostrou uma grande aliada na divulgação e propagação da arte sequencial, se valendo como um grande contraponto às tradicionais técnicas impressas. Isso se deve a crescente sofisticação de softwares de desenho, edição de imagens e diagramação que possibilitaram obras digitais que se comparavam com as já populares obras impressas. Aliado a isso tecnologias dedicadas à arte digital como mesas digitalizadoras estão se tornando cada vez mais acessíveis, isso gera uma maior democratização na produção de quadrinhos, além de facilitar de modo avassalador a distribuição das obras, uma vez que, agora não ocupam espaço físico nem precisam ser transportadas, esses fenômenos possibilitaram o surgimento das cada vez mais populares *webcomics*, isto é, quadrinhos feitos e pensados para plataformas digitais.

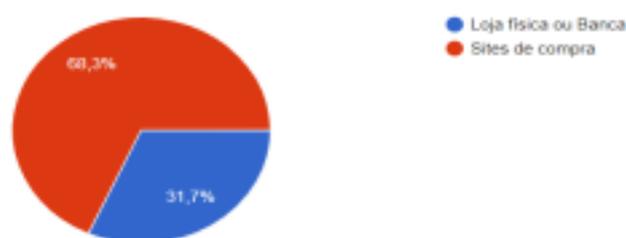
Entretanto, não foi somente nas obras digitais que a internet desempenhou papel importante, ela também mudou nossa forma de comprar quadrinhos impressos, causando uma mudança significativa no mercado de todos os países onde esteve presente na forma de *sítes* de compra. Desse modo, pequenas editoras e artistas independentes não precisam mais se preocupar com a distribuição de suas obras, uma vez que esses *sítes* atuam como uma terceirização dessa etapa de vendas. Por outro lado, livrarias e bancas passaram a ter um novo concorrente na venda de seus exemplares, passando a lidar com os descontos típicos de *sítes* de venda, e cada vez mais com as dificuldades de se manter nesse competitivo mercado.

Tendo reconhecido todos os pontos aqui apresentados torna-se claro a importância de uma constante análise dos quadrinhos. Neste trabalho usamos o mercado como um mecanismo de pesquisa a fim de entender melhor a produção, veiculação e consumo de quadrinhos no Brasil. O objetivo central deste estudo é analisar o modo como o brasileiro consome quadrinhos, uma das mais populares formas de arte.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### Gráfico 1. Qual sua preferência na compra de um Quadrinho?

123 respostas



É possível através do **Gráfico 1**, concluir que 68,9% dos entrevistados preferem realizar suas compras através de sites, mostrando o crescimento do *e-commerce* nos últimos anos, esse crescimento é resultado de um longo processo de inclusão digital que vêm tomando força desde o começo do século, tendência global que conquistou rapidamente seu espaço no Brasil (ALBERTIN, 2000). Esse crescimento afeta o modo como o brasileiro consome seus produtos e com os quadrinhos não seria diferente, hoje em dia, com um clique no computador ou um toque no celular é

possível encontrar e comprar uma enorme diversidade de quadrinhos, essa comodidade de compra têm se provado uma grande aliada dos quadrinhos, mudando de maneira significativa o mercado brasileiro.

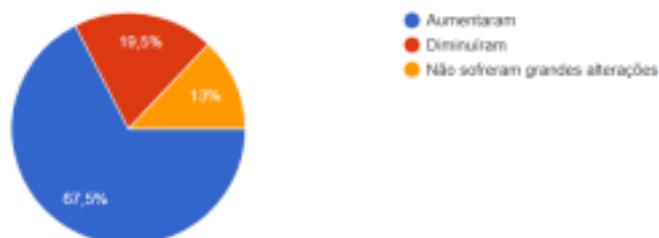
O mercado *online* trouxe consigo diversos benefícios para os leitores conseguindo trazer uma maior variedade de títulos, além dos tradicionais quadrinhos lançados por editoras nacionais, agora temos a possibilidade de adquirir com muita mais facilidade um título importado, isso aumenta em muito o repertório consumidor brasileiro, trazendo títulos que muitas vezes editoras não possuem a oportunidade de traduzir e publicar, embora esses títulos não possam ser adquiridos em nossa língua nativa, essa possibilidade traz uma diversidade muito saudável para o mercado.

Preços mais acessíveis são outro grande fator de importância, uma vez que esses sites não tem que arcar com grandes gastos de uma loja física, é comum encontrar descontos progressivos, além dos famosos “descontos relâmpagos”, frequente em sites de vendas, essas vantagens tem causado impacto significativos em lojas físicas, que dificilmente podem arcar com esse tipo de desconto. Nossos dados corroboram a pesquisa da CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo) que aponta que o número de livrarias nos Brasil encolheu 30% nos últimos 10 anos, sendo que a maioria dos fechamentos ocorreu a partir do ano de 2013, além do cenário econômico conturbado. É possível relacionar essa queda com o fortalecimento do mercado *online*, não só pelas datas como também pelo fato do setor editorial ter tido um aumento de 10% de faturamento, como aponta o Snel (Sindicato Nacional de Editoras de Livros).

Outro fator importante que alavancou o *e-commerce* nos últimos anos, sem sombra de dúvida, foi a questão acessibilidade, durante muitos anos pessoas de regiões mais afastadas do país ficaram à mercê de lojas físicas, limitadas com o que o comércio local podia oferecer, restringindo também o número de consumidores que as lojas físicas tinham acesso. Porém, hoje em dia, com a tecnologia e facilidades dessas lojas *online* fica muito mais fácil para essa parcela da população conseguir adquirir quadrinhos que antes eram praticamente impossíveis, o que mais uma vez mostra o motivo da preferência dos consumidores por *sites* de compra, para muitas pessoas esse é o único meio de consumir determinados títulos.

## Gráfico 2. Nos últimos anos suas compras de quadrinhos:

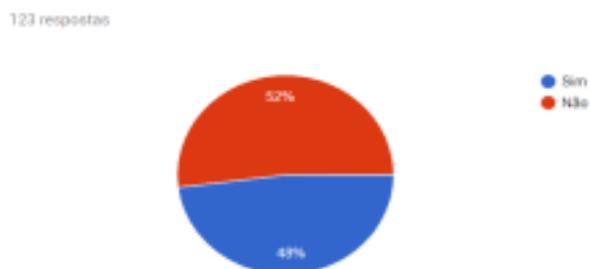
123 respostas



Observa-se no **Gráfico 2** que 67,5% dos consumidores afirmam que suas compras aumentaram nos últimos anos, o que é de certa forma algo bastante surpreendente, tendo em vista que o país se encontra em uma crise econômica e muitos setores costumam apresentar queda nas vendas nesse período. Se analisarmos dados técnicos, uma pesquisa encomendada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), vemos que as vendas de livros diminuíram 25% nos últimos 12 anos, com isso podemos ver como o mercado editorial de livros apresentou uma queda, diferente do que nossa pesquisa aponta no meio dos quadrinhos. Isso não significa que o mercado de quadrinhos não tenha sofrido com as crises dos últimos anos, em 2018 por exemplo, a Panini, umas das principais editoras do Brasil, teve que fazer um reajuste no preço de seus quadrinhos.

Tendo uma noção do panorama geral, não apenas do nosso nicho, podemos então alavancar o ponto de que o mercado de quadrinho vêm nadando contra a corrente econômica atual, e apresenta um certo crescimento nos últimos anos sendo que cada vez mais pessoas entram para esse meio e se interessam por essa forma de arte sequencial. Ao contrário do que muitos acreditam, o mercado de quadrinhos está mais vivo do que nunca.

### Gráfico 3. Você consome quadrinhos mensais?



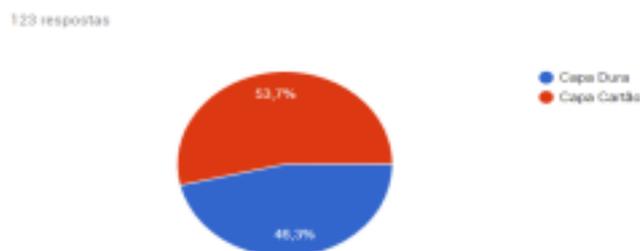
O brasileiro está a décadas consumindo quadrinhos, muitas pessoas crescem consumindo esse tipo de mídia e fizeram delas uma constante em suas vidas, é evidente que diferentes nichos consomem de forma distinta essa mídia, contudo, como aponta o **Gráfico 3**, constatamos que cerca de 52,5% dos leitores de quadrinhos não os consomem mensais. Conforme anteriormente discutido, os quadrinhos como meio independente de comunicação surgiram em formatos mais econômicos e descartáveis, pequenos periódicos de papel pouco duráveis e leitura rápida, com o passar do tempo essas visões e formatos ficaram gradativamente ultrapassados, contudo, o formato periódico e de leitura rápida continuou uma constante, principalmente no que se refere aos famosos quadrinhos de super-heróis americanos.

Esse modo de consumir quadrinhos se configura ainda hoje como um jeito mais econômico de consumir arte sequencial, porém, uma das hipóteses que explica essa mudança na forma de consumir quadrinhos, uma vez que durante anos as mensais eram a principal se não a única opção dos leitores, é que esse formato não se configura como um material gráfico destinado a ficar na estante como seu contraponto, o quadrinho encadernado. Os quadrinhos estão cada vez mais assumindo um papel de peça gráfica, encadernados com acabamentos cada vez mais sofisticados e duráveis, são comuns nas estantes das bancas e principalmente nas prateleiras de lojas e livrarias.

Para um público que cresceu lendo quadrinhos e hoje usufrui de uma renda financeira própria, parece ser bem razoável investir num produto que pode ser exposto e revisitado sem maiores problemas, mas isso não significa uma precarização dos quadrinhos mensais. Sabendo disso, a editora Panini em 2017 acabou por adotar o uso papel LWC nas edições mensais dos quadrinhos da *DC Comics* ao invés do tradicional papel jornal, essa prática foi feita ainda antes com as

mensais da *Marvel Comics*, dessa forma, as principais editoras de super-heróis estavam adequadas às novas tendências do mercado brasileiro mostrando o engajamento das editoras para com seu público (NALIATO, 2017).

#### Gráfico 4. Na compra de um quadrinho você opta por:



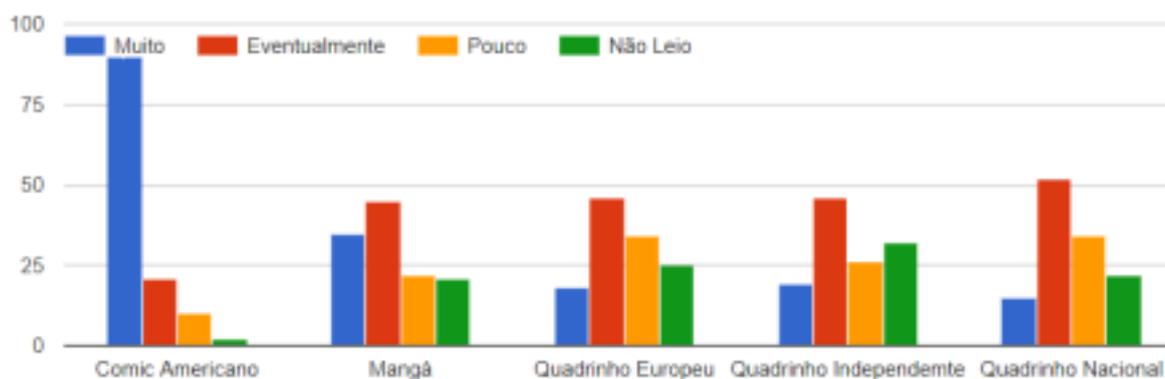
O **Gráfico 4**. mostra a preferência dos leitores em relação ao acabamento do produto, sendo que 53,3% preferem a capa cartão e 46,7% a capa dura. Antes de analisarmos os dados, é necessário entender sobre esses processos de encadernação e quais seus benefícios e desvantagens.

Conforme dito anteriormente, os quadrinhos surgem em formatos simples e mais econômicos, mas ao longo dos anos esse cenário sofre grandes alterações, principalmente com a chegada dos encadernados de luxo que quase sempre contam com capa dura. Nesse tipo de encadernação o miolo é produzido separadamente da capa, já essa que por sua vez é composta por um cartão bem rígido que posteriormente recebe um revestimento, quase sempre de papel. Para a junção dessas partes, o miolo é colado e costurado à capa. Essa técnica oferece ao leitor um material muito mais durável e atraente aos olhos, que, por sua vez, eleva o preço do produto.

Outro tipo de acabamento que se tornou popular nos últimos anos é a capa cartão, ela também tem seu miolo produzido separadamente, mas a capa é composta por um papel de gramatura mais alta, para juntar as partes atualmente são mais empregados métodos com cola, como *Hot Melt* ou *PUR*. Esse método não possui a mesma resistência e apresentação de uma capa dura, no entanto, apresenta um preço muito mais acessível. Nesse bojo, fica fácil entender a preferências dos entrevistados deste estudo pela capa cartão, nossos resultados mostram que mesmo com a crise generalizada que o Brasil enfrenta, o consumo de quadrinho não diminuiu, uma resposta para isso, pode estar na preferência por um material mais econômico. O que sugere que os leitores não pararam de acompanhar suas histórias preferidas,

apenas arrumaram uma forma mais econômica de fazer isso.

### Gráfico 5. Marque as opções de acordo com seu consumo:



O **Gráfico 5.** elucida que o gênero dos *comics* americanos, em sua maioria formado por quadrinhos de super-heróis é o mais consumido entre os entrevistados, 90 dos 123 afirmam ler muito esse tipo de material, apenas duas dizem não ler nada desse gênero. Essa informação não gera nenhum espanto, as histórias em quadrinhos de super-heróis já estão no imaginário coletivo social, pois quando você pensa em quadrinhos, quase sempre a figura de um herói vem associada. (CARVALHO, 2014). Outro fator que pode explicar esse número elevado é a recente e bem-sucedida leva de filmes de super-heróis.

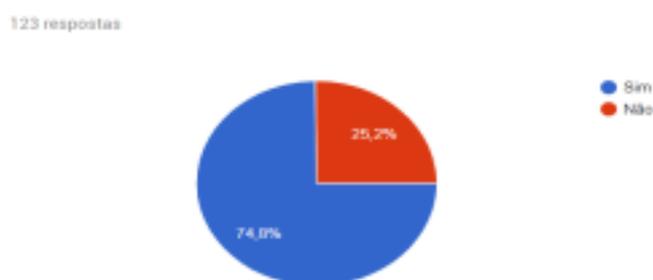
Observa-se que os mangás estão em 2º lugar entre os preferidos. Um ponto que pode explicar esse volume é o fator conhecido como *pop* japonês, logo após a segunda guerra mundial, com o Japão derrotado, muito da cultura norte americana é introduzida no país, o que os japoneses absorveram e utilizaram para criar sua própria cultura *pop*, muito ligada ao entretenimento, seja no cinema, na música e na mídia impressa, o que foi fundamental para a criação de um país renovado e mais liberal. No que no século XX a globalização fez com que essa cultura se espalhasse para todos os cantos, já que o fenômeno da cultura pop está intimamente ligado ao consumismo (SATO, 2007)

Retomando nossas análises, dois gêneros apresentam índices de consumo bem parecidos, os quadrinhos europeus e os quadrinhos nacionais. Em ambos os resultados, a maioria dos entrevistados diz ler eventualmente essas obras. Os dois tipos de quadrinhos apresentam uma imensa variedade e diversidade em suas

histórias e apresentam certa notoriedade no meio. Os quadrinhos europeus possuem em sua maioria obras de origem franco-belga, algumas delas clássicas e reconhecidas mundialmente, como *as aventuras de Tintin* (1929) e *Asterix* (1959), por exemplo. Já os quadrinhos nacionais tem seu destaque, como as histórias da Turma da Mônica, originadas em 1959 em tirinhas de jornal, que hoje é o símbolo do quadrinho nacional, servindo de porta de entrada para muitos brasileiros na mídia impressa dos quadrinhos

Por último temos os quadrinhos independentes, que infelizmente, apresentam o maior número de não leitores, 32 dos 123 entrevistados. É possível que isso ocorra pelo fato desses quadrinhos não terem o mesmo destaque e visibilidade que os outros e os que conseguem demoram muito mais tempo para atingir esse patamar. Um exemplo forte desse tipo de quadrinho é *Maus* (1980), escrito de forma independente por Art Spiegelman, que narra as memórias de seu pai em meio à segunda guerra mundial. Foi o primeiro quadrinho a ganhar o prêmio Pulitzer, prêmio norte-americano outorgado à pessoas que realizam trabalhos de excelência na área do jornalismo, literatura e composição musical.

#### **Gráfico 6. Você consome ou já consumiu quadrinhos via Scan Online?**



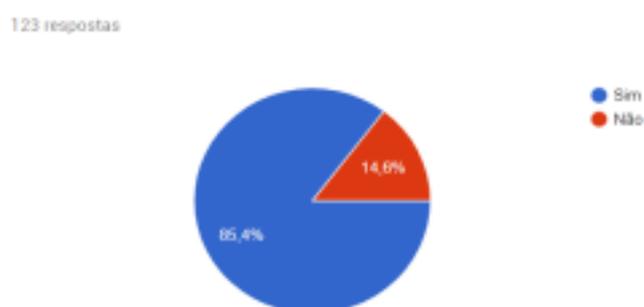
A pirataria é um problema quase que estrutural no Brasil e afeta diversos setores, fragilizando o mercado como um todo. Um estudo do Fórum Nacional Contra a Pirataria e Ilegalidade (FNCP) aponta que o Brasil perde cerca de 130 bilhões de reais por ano com pirataria, contrabando e comércio ilegal no país. No que se refere à audiovisual, no período entre dezembro de 2015 e maio de 2016 *sites* piratas tiveram um número de acessos oito vezes maior que o maior serviço de *streaming* do Brasil, o *Netflix*.

Nossos resultados confirmam essa trágica tendência, cerca de 74,8% dos

entrevistados consome ou já consumiu quadrinhos via *scan online*, isto é, leu uma história não através de uma publicação original e sim em *sites* que os disponibilizam sem prestar contas aos realizadores ou detentores legais da obra. Uma boa forma de contornar esse problema é com serviços de *streaming* de quadrinhos, conforme vimos, os acessos em *sites* de conteúdo pirata excederam os do Netflix no período entre 2015 e 2016, contudo, uma pesquisa da Alexandria Big Data para a revista Exame em abril de 2018 aponta que 81,6% dos usuários de serviço de *streaming* que já consumiram conteúdo em sites piratas reduziram tal consumo após adotar uma plataforma de *streaming*.

Felizmente essa iniciativa já é realidade graças a serviços como o Social Comics, uma plataforma nacional de *streaming* de quadrinhos, criado em agosto de 2015 (NASCIMENTO, 2015). O serviço conta com mais de 5.000 títulos em 2019, com diversos planos de assinatura. Vale ressaltar também a importância da fiscalização e bloqueio dos *sites* que efetuam essa prática, para que aos poucos essa prática seja abandonada pelos leitores.

### Gráfico 7. Você costuma se inteirar sobre o mercado brasileiro de quadrinhos?



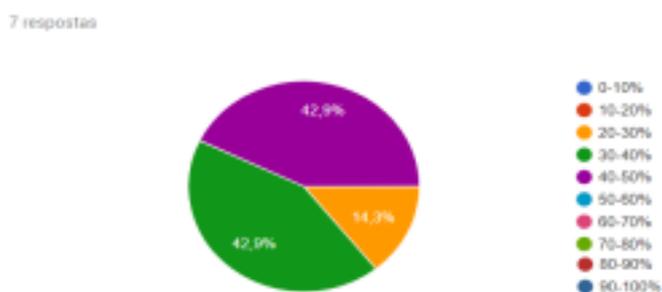
O mercado nacional de quadrinhos vêm crescendo nos últimos anos e adquirindo notoriedade no exterior, principalmente por conta da internet e surgimento de editoras independentes, como aponta a gerente de relações internacionais da CBL (Câmara Brasileira do Livro), Fernanda Dantas. Nosso estudo corrobora essa afirmativa pois comprova um aumento no consumo ao longo dos últimos anos.

Com o mercado em ebulição fica a dúvida se seus consumidores se interessam por ele, não apenas no âmbito do consumo. Nossos resultados apontam que 85,4% dos entrevistados procura se inteirar sobre o desenrolar do mercado, o que é um ponto

extremamente positivo, pois além de ser um público engajado em consumir esse meio, demonstra a preocupação com os caminhos que essa indústria toma.

O engajamento dos consumidores é de vital importância para que o mercado possa crescer cada vez mais fortalecido.

### Gráfico 8. Em média, a venda de quadrinhos representa quantos por cento de sua renda mensal?



Muito se discute sobre o futuro das bancas de jornal no país, afligidas por uma crise que tomou força nos últimos anos, como foi apontado através de um texto publicado no portal de cultura da iG São Paulo (MENDONÇA, 2018). Segundo o Sindicato dos Vendedores de Jornais e Revistas em 2012, uma banca fecha por dia na capital paulista, principal metrópole do país, além de símbolo e expoente da cultura da banca. Existem diversos fatores que podemos apontar como causa desse fenômeno, o mais provável seja que o conjunto desses fatores tenham levado a essa situação preocupante. Em primeiro lugar vemos uma crescente digitalização dos conteúdos de mídia, além da praticidade de ler notícias e assuntos do nosso interesse com facilidade através de um celular ou tablet por exemplo, a capacidade de fácil compartilhamento e discussão do produto tornam-se grandes atrativos, como vimos no **Gráfico 6**. as pessoas estão habituadas a ler via *scan online*, isso quer dizer que até mesmo o público que consome quadrinhos está habituado com esse novo jeito de consumir publicações editoriais.

Com a crise enfrentada no país, talvez em especial a editorial, somente a Editora Abril extinguiu 10 de suas revistas publicadas.

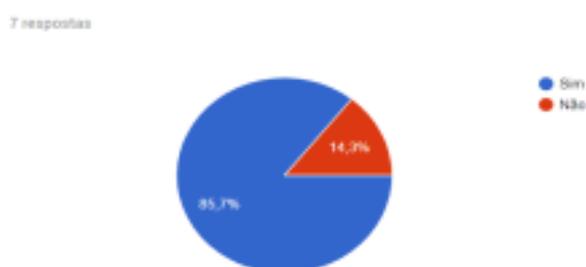
Aliado a isso podemos citar também a mudança do foco de venda das bancas, uma vez que publicações impressas deixaram de atrair o público como antigamente, diversas bancas apostam em produtos de conveniência e itens de tabacaria como principal fonte de renda. De acordo com nossos resultados os quadrinhos representam uma média de 38% do faturamento mensal da banca, é uma porcentagem considerável, porém, vale ressaltar que durante décadas essas bancas eram o único local em que o consumidor encontrava quadrinhos, e como veremos, esse número sofreu baixa nos últimos anos.

### Gráfico 9. Você nota uma diminuição nas vendas nos últimos anos?



O **Gráfico 9.** aponta significativa diminuição de vendas nos últimos anos. Conforme vimos anteriormente diversos fatores corroboram e atuam para esse fenômeno acontecer, contudo, se analisarmos os consumidores, vemos que os dados são a princípio contrastantes, afinal, o estudo indica um aumento nas compras nos últimos anos. Com isso é correto afirmar que o leitor de quadrinhos não vêm consumindo menos nos últimos anos, mas sim, mudando a forma de comprar e ler essa mídia.

**Gráfico 10. Você acha que o mercado online está ligado com esta diminuição?**



Com base nas reflexões e respostas vistas anteriormente vimos que o grande público consumidor de quadrinhos têm mudado sua forma de consumir essa mídia, com isso, a pergunta que surge é: Como é essa nova forma de consumo?, com isso esse gráfico pode contribuir com a reflexão. Ao serem abordados sobre a ligação entre a diminuição de vendas e o mercado *online*, 85,7% dos entrevistados veem ligação entre os dois fatores, isso indica que a crescente evolução do mercado digital pode ser o principal agente dessa mudança, como ficou evidenciado anteriormente, existe uma preferência por parte do público em consumir em *sites* de compra. O mercado *online* não significa apenas uma modernização do mercado de quadrinhos, como também um abalo e reorganização das relações que foram construídas em décadas de mercado, afetando até mesmo a própria cultura do quadrinho e da banca no Brasil.

## CONCLUSÃO

Após várias análises individuais dos pontos que compõem o presente estudo, faz-se necessário inferir sobre o modo como as informações refletem o atual cenário do mercado nacional de quadrinhos, municiando suas mais diferentes relações a fim de entender como o brasileiro consome e interpreta essa mídia global que é o maior expoente de arte sequencial.

É possível perceber no **Gráfico 2**, que 68% dos entrevistados afirmaram um aumento na compra de quadrinhos e 13,1% disseram não sofrer grandes alterações, esse aumento é um dos pontos principais do estudo, pois revela que vêm acompanhado de mudanças na forma de consumo que podem alterar as relações de mercado estabelecidas nas décadas anteriores, muito por conta do comércio digital. Esse fenômeno não se configura exclusivamente no Brasil, uma vez que as vendas de quadrinhos nos Estados Unidos apresenta uma gradual crescente na última década, tendo em 2018 faturado cerca de US\$ 1,095 bilhão, 80 milhões a mais que o último ano e 10 milhões a mais que o recorde anterior de 2016 (GRIEPP; JACKSON 2019).

Uma vez que o gênero de *comics* americanos se configura como o maior expoente no consumo de quadrinhos por parte dos entrevistados como mostra o **Gráfico 5**., podemos traçar uma correlação entre esses dois fenômenos levantando como hipótese o alto número de obras nos filmes e séries de TV americanas baseadas nessas histórias, como vimos anteriormente, esse fenômeno contribui para o sucesso desses quadrinhos em território nacional, pois o número de publicações dessas histórias mais que dobrou desde 2012 (TRINDADE, 2014). Esse fato se torna mais evidente ao analisar as grandes bilheterias do cinema, que têm evoluído de forma sistemática desde 1998, das 10 maiores bilheterias da história (sem o ajuste da inflação) 4 são filmes baseados em histórias de super-heróis vindos dos quadrinhos, inclusive a maior da história Avengers: Endgame (BOX OFFICE MOJO, 2019). Isso também evidencia as ligações intermediárias dos quadrinhos, em que adaptações de suas obras para formato cinematográfico e para TV são constantes,

seja com atores ou em forma de animações.

No que se refere à animação pode-se citar o enorme mercado de animações japonesas, comumente conhecidas como animes aqui no ocidente. Embora muitos não estejam habituados a consumir esse tipo de conteúdo, o mercado de animes gera uma receita anual impressionante, tendo conteúdo exportado para o mundo todo. Em 2016 essa receita anual chegou a cerca de 2 trilhões de ienes, cerca de 58,3 bilhões de reais, número esse que supera o faturamento de Hollywood no mesmo ano, cerca de 37 bilhões de reais (MASUDA; HIKAWA; SUDO; RIKUKAWA; MORI; HASEGAWA, 2016).

Não obstante, os mangás, quadrinhos produzidos no Japão, são o segundo maior gênero consumido pelos leitores aqui no Brasil, como aponta a pesquisa. Isso indica que o crescimento do mercado de quadrinhos no Brasil pode estar ligado com o grande número de adaptações provenientes dessa mídia para outros formatos, que instigam o público a ir até o material fonte ou conhecer mais dessas histórias em sua mídia original.

Os resultados deste presente estudo também apontam que o mercado de quadrinhos brasileiros, assim como tantos outros, sofre com a pirataria. Consideramos essa prática prejudicial ao mercado, uma vez que a pirataria o enfraquece cada vez mais. Porém, parece haver uma saída para essa questão, serviços de *streaming* podem ser a grande arma contra esse mal, a própria Netflix vêm diminuindo o número de pirataria nos últimos anos.

Outro ponto recorrente neste estudo são as mudanças no mercado digital, 68% dos consumidores revelaram preferir lojas digitais na hora da compra e 85,7% dos donos de bancas relacionam a diminuição das vendas com a ascensão desse mercado digital nos últimos anos. Isso reflete uma mudança na forma como os leitores consomem quadrinhos despontando os benefícios do comércio digital, seja por facilitar o acesso ao material, ou por simplesmente ter preços mais acessíveis. Certamente essa mudança veio para ficar e está modificando o próprio meio de vendas, já que as lojas físicas vêm sofrendo uma grande queda nas vendas, podendo levar muitos desses locais à falência (MIOZZO, 2018).

## REFERÊNCIAS

ALBERTIN, A. L. O comércio eletrônico evolui e consolida-se no mercado brasileiro.

Revista de administração de empresas, São Paulo, vol.40 no.4, Oct./Dec. 2000.

ALBERTIN, A.L. O comércio eletrônico evolui e consolida-se no mercado brasileiro.

São Paulo: 2000. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902000000400009](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902000000400009)

&lang=pt>. Acesso em: 04 set. 2019.

CARVALHO, L. Super-heróis do cinema influenciaram mercado de quadrinhos

estrangeiros no Brasil. PORTAL IMPRENSA., 2014. Disponível em m

<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/67752/super+herois+do+cinema+infl>

[uenciaram+mercado+de+quadrinhos+estrangeiros+no+brasil](http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/67752/super+herois+do+cinema+infl)>. Acesso em: 04 set.

2019.

EISNER, W. **Quadrinhos e Arte Sequencial: Princípios e Práticas do Lendário**

**Cartunista**. 4ª Edição. 2ª Tiragem. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2015.

MASUDA, H., HIKAWA, R.; SUDO, T.; RIKUKAWA, K.; MORI, Y.; HASEGAWA, M.;

**Anime Industry Report.** Summary. 2016.

SANTOS, G. Histórias em quadrinhos: formando leitores. **Transinformação**

vol.23 No.1. Campinas: Jan./Abr. 2011. MCCLOUD, Scott. **Desvendando os**

**Quadrinhos.** São Paulo: M.Books, 2005.

MENDONÇA, G. Bancas de jornal se reinventam para evitar extinção.. **IG GENTE,**

2019. Disponível em:

<<https://gente.ig.com.br/cultura/2018-09-10/bancas-de-jornal-crise.html>>. Acesso

em: 04 set. 2019.

MIOZZO, J. Desastre anunciado? Número de livrarias no Brasil encolheu 30% nos

últimos dez anos. 2018. **INFOMONEY.** Disponível em:

<<https://www.infomoney.com.br/negocios/grandes-empresas/noticia/7811654/desastre-anunciado-numero-de-livrarias-no-brasil-encolheu-30-nos-ultimos-dez-anos>>.

Acesso em: 04 set. 2019.

NALIATO, S. Panini revela detalhes da publicação de *Renascimento*, da DC Comics,

no Brasil. 2017. **UNIVERSO HQ.** Disponível em:

<<http://www.universohq.com/noticias/panini-revela-detalhes-da-publicacao-de-renascimento-da-dc-comics-no-brasil/>>. Acesso em: 04 set. 2019.

NASCIMENTO, A. **Aplicativo Social Comics oferece serviço de streaming de HQs e quadrinhos**. 2015. CANAL TECH. Disponível em:

<<https://canaltech.com.br/apps/aplicativo-social-comics-oferece-servico-de-streaming-de-hqs-e-quadrinhos-49781/>>. Acesso em: 05 set. 2009.

RUIC, Gabriela. O streaming está derrubando os cinemas (e a pirataria), revela pesquisa. 2018. **EXAME**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/blog/sobre-filmes-e-series/o-streaming-esta-derrubando-os-cinemas-e-a-pirataria-revela-pesquisa/>>. Acesso em: 04 set. 2019.

SATO, C. J. **O poder da Cultura Pop Japonesa**. São Paulo: NSP, 2007.

