

Os caminhos para a ampliação do mercado das histórias em quadrinhos do Ceará: um olhar a partir dos quadrinhistas

Yuri Laurentino Gomes¹
Leonel Gois Lima Oliveira²

Resumo:

A oportunidade de se colocar no mercado regional das histórias em quadrinhos representa um desafio a ser encarado pelos artistas. Segundo Silva (2005), a existência de alguns protocolos de comunicação da cultura local faz com que muitos desenhistas tenham melhor domínio e interesse de atuar junto a mercados com aspectos culturais mais próximos aos seus. Batista et al. (2008) e Batista, Oliveira e Andrade (2010) destacam a ausência da participação do poder público como fomentador do setor, tratando-o apenas como um entretenimento. Sugere-se a implantação de políticas públicas. Os quadrinhos cearenses passam a ter um parâmetro para traçar seu caminho no mercado, com o intuito de abordar temas voltados para a realidade local, aproximando a cultura regional com o público-alvo. Buscou-se responder ao seguinte problema: quais as ações necessárias para ampliar o mercado das histórias em quadrinhos cearenses, a fim de torná-lo um segmento de mercado estável e qualificado? Tem-se como objetivo geral analisar a ampliação das histórias em quadrinhos cearenses como uma oportunidade de crescimento econômico cearense. Os objetivos específicos discutem a importância do capital intelectual para a produção de histórias em quadrinhos cearenses, buscar alternativas para viabilizar a ampliação deste tipo de mercado e, por fim, verificar as ações de sucesso das outras regiões brasileiras que poderiam ser aplicadas no mercado cearense. Trabalha-se com as hipóteses de que o mercado das histórias em quadrinhos cearenses tem crescido nos anos de 2013 a 2015, há uma maior aceitação e diversificação do público e uma valorização do trabalho regional e autoral das histórias em quadrinhos cearenses. Realizou-se pesquisa aplicada com utilização de dados secundários e entrevista com autores de histórias em quadrinhos cearenses. Obteve-se como resultado a necessidade de estabelecer um equilíbrio na relação consumidor, autor e produtor para que seja possível a ampliação deste mercado.

¹ Graduado em Administração pela Universidade Estácio de Sá

² Professor da Escola Superior de Magistratura do Estado do Ceará (ESMEC)

Palavras-Chave: Economia Criativa; Histórias em quadrinhos; Mercado; Crowdfunding.

Abstract:

The opportunity to put itself in the regional market of comics represents a challenge to be faced by artists. According to Silva (2005), the existence of some communication protocols of the local culture causes many designers to have a better domain and interest in working with markets with cultural aspects closer to their own. Batista et al. (2008) and Batista, Oliveira and Andrade (2010) highlight, the absence of public participation as a promoter of the sector, treating it only as an entertainment, it is suggested the implementation of public policies. The comic from Ceará began to have a parameter to chart its way in the market, with the intention of approaching themes focused on the local reality, bringing the regional culture closer to the target audience. It was tried to answer the following problem: what actions are necessary to expand the comic book market of Ceará in order to make it a stable and qualified market segment? The general objective is to analyze the enlargement of the comic books of Ceará as an opportunity for economic growth in Ceará. The specific objectives discuss the importance of intellectual capital for the production of comic books from Ceará, find alternatives to enable the expansion of this type of market, and finally to verify the successful actions of other Brazilian regions that could be applied in the market of Ceará. We work with the hypothesis that the comic book market in Ceará has grown in the years 2013 to 2015, there is a greater acceptance and diversification of the public and an appreciation of the regional and authorial work of comic books from Ceará. An applied research was carried out using secondary data and interview with authors of comic books from Ceará. The result was the need to establish a balance between the consumer, the author and the producer, in order to expand this market.

Keywords: Creative Economy; Comics; Marketplace; Crowdfunding.

Introdução

A oportunidade de se colocar no mercado regional das histórias em quadrinhos representa um grande desafio a ser encarado para todo e qualquer empreendedor. Para isto, será necessário um profundo conhecimento acerca

da abertura de um novo negócio, além de dedicação e perseverança do empreendedor. Silva (2005) discorre sobre a existência de alguns protocolos de comunicação da cultura local, fazendo com que muitos desenhistas tenham melhor domínio e interesse de atuar junto a mercados com aspectos culturais mais próximos aos seus.

A relação das histórias em quadrinhos ampliou-se para outros segmentos da economia criativa, tais como adaptações de suas histórias para o cinema, peças teatrais, algumas histórias tornaram-se livros, quadros artísticos, entre outros. Com isso, inúmeras maneiras de divulgação foram criadas para um melhor desempenho deste segmento de mercado, desde sites até patrocínios. Batista et. al. (2008) apresentaram um modelo de cadeia produtiva genérica para o setor de quadrinhos e exemplificaram cada elo, analisando o desenvolvimento do setor no Ceará. Dentre os principais achados, está que os profissionais geralmente trabalham sozinhos ou contam com a ajuda de alguns amigos também desenhistas, que auxiliam em algumas etapas da produção, nos custos, na distribuição e na divulgação das obras.

A situação se torna ainda mais complicada quando o poder público encara este segmento apenas como uma espécie de entretenimento e não como um segmento de mercado. Os estudos de Batista et. al. (2008), Batista, Oliveira e Andrade (2010) e Batista et. al. (2011) sobre o segmento de quadrinhos no Estado do Ceará chegam a destacar a ausência da participação do poder público como incentivador do desenvolvimento do setor, sugerindo a implantação de políticas públicas. Por conta disso, maiores investimentos na área são necessários, aliando autores de histórias em quadrinhos com ações governamentais, tornando a relação cada vez mais benéfica, social, política e econômica.

As histórias em quadrinhos cearenses passam a ter um parâmetro para traçar seu caminho no mercado, com o intuito de abordar temas voltados para a realidade cearense, a fim de aproximar a cultura regional com o público-alvo. Pensando nisso, este artigo visa abordar o tema economia criativa: análise do mercado das histórias em quadrinhos cearenses. Busca responder ao seguinte

problema: quais as ações necessárias para ampliar o mercado das histórias em quadrinhos cearenses, a fim de torná-lo um segmento de mercado estável e qualificado?

Este artigo tem como objetivo geral analisar as ações necessárias para a ampliação do mercado das histórias em quadrinhos como uma oportunidade de crescimento econômico cearense. Os objetivos específicos são: discutir a importância do capital intelectual para a produção de histórias em quadrinhos cearenses; buscar alternativas para viabilizar a ampliação das histórias em quadrinhos cearenses; e por fim, verificar as ações que deram certo em outras regiões brasileiras e que poderiam ser aplicadas no mercado de histórias em quadrinhos cearenses.

O estudo foi desenvolvido a partir dos seguintes pressupostos: a) de que o mercado das histórias em quadrinhos cearenses tem crescido nos anos de 2012 a 2015, seguindo os parâmetros de crescimento nacional (RAMOS, 2012); b) há uma maior aceitação e diversificação do público e uma valorização do trabalho regional e autoral das histórias em quadrinhos cearenses. O presente artigo possui cinco seções, a partir da introdução.

Seguindo-se a esta introdução, apresenta-se o referencial teórico do estudo analisado, e ainda as alternativas viáveis para ampliação das histórias em quadrinhos cearenses e ações de sucesso em outras regiões brasileiras, expondo a questão da valorização, produção, colocação no mercado e inovações deste segmento de mercado, além dos conceitos, caracterizações, objetivos e importância a serem apresentados. Logo após, têm-se a metodologia e a análise dos resultados, apresentando os dados coletados. Por fim, são apresentadas as considerações finais e referências bibliográficas.

Alternativas de ampliação de mercado

O mercado das histórias em quadrinhos está se tornando cada vez mais evidente e, conseqüentemente, atraindo novos olhares para este setor de

empreendimento, a fim de torná-lo ainda mais, rentável e lucrativo. Há grande número de eventos a respeito do assunto que visam difundir tal segmento de mercado, eventos que reúnem criadores de histórias em quadrinhos, escritores, editores, desenhistas, ilustradores, leitores e apreciadores da cultura dos quadrinhos. É possível, também, encontrar relevância no tema a partir de publicações acadêmicas que demonstram as diferentes interfaces do setor, bem como pelo resgate histórico do seu desenvolvimento no Brasil (VERGUEIRO; RAMOS; CHINEN, 2013a; 2013b).

Os quadrinhos surgiram como uma consequência das relações tecnológicas e sociais que alimentavam o complexo editorial capitalista, amparados numa rivalidade entre grupos jornalísticos, dentro de um esquema preestabelecido para aumentar a vendagem de jornais, aproveitando os novos meios de reprodução e criando uma lógica própria de consumo. (CIRNE, 1974, p. 10).

Como exemplo destes eventos está a *Geek Expo*, evento realizado para a discussão da situação das histórias em quadrinhos não apenas no Ceará, mas também a nível internacional, expondo suas temáticas, maneiras de se produzir, tendências observadas por especialistas, críticas abordadas, entre outras. Outro evento cearense que aborda a questão dos quadrinhos é a Super Amostra Nacional de Animes (S.A.N.A.) que, apesar de não se restringir apenas às histórias em quadrinhos, apresenta como complemento artigos relacionados às histórias contadas, como brinquedos, roupas e acessórios usados por personagens conhecidos pelo público amante da cultura. Batista et. al. (2008) chegaram a mencionar o referido evento por meio de um entrevistado que indicou um público de mais de cinco mil pessoas.

Assim, é possível estabelecer a relação entre as histórias em quadrinhos e bens complementares, aliando ao setor de economia criativa, ou seja, a indústria dos quadrinhos não se limita apenas as páginas quadrinizadas, mas tem como aliado importante estes artigos referentes às histórias contadas, que auxiliam em sua divulgação e aproximam o público, que ainda desconhece este universo retratado nos quadrinhos e busca conhecer um pouco mais sobre tal cultura, passando a participar deste meio.

A arte sempre exigirá uma atitude contemplativa de seus poucos e privilegiados espectadores: como a explosão das técnicas reprodutoras (no século passado: a fotografia, a litografia, o cinema), caminhos implosivos puderam ser traçados em função de milhões de consumidores (CIRNE, 1974, p. 11).

As ações realizadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) auxiliam o setor das histórias em quadrinhos cearenses, com a criação da rodada de negócios, que nada mais é do que um método utilizado para estimular as pequenas empresas a prospectarem mercado, ou seja, encontros promovidos pelo SEBRAE/CE entre empresas compradoras e vendedoras, tendo como objetivo a criação de parcerias de negócios. Estas rodadas de negócios possibilitam: identificar e captar novos fornecedores, compradores e parceiros; contato direto com grandes empresas e redes; realização rápida de negócios; troca de informações; contato com maior número de empresas; realização de parcerias e intercâmbios em âmbito nacional e internacional; conhecimento de mercados potenciais; aumento no volume de vendas; acesso a novas tecnologias, além de novos conhecimentos em métodos de gestão de negócios (SEBRAE, 2015).

Segundo SEBRAE (2015), a feira do empreendedor, evento regional com o objetivo de fomentar a criação de um ambiente favorável para a geração de oportunidades de negócio, estimula o surgimento, a ampliação e a diversificação de empreendimentos sustentáveis, além de difundir o empreendedorismo como um estilo de vida. Ainda de acordo com SEBRAE (2015), a ideia inicial permanece: oferecer a empreendedores a possibilidade de adquirir equipamentos ou abrir negócios com baixo investimento inicial. Estimula o empreendedorismo, isto é, a abertura do próprio negócio, a capacidade de iniciativa. Dá foco no mercado, fortalece e incentiva os pequenos negócios.

A partir daí, é possível estabelecer a relação de pequenos negócios com os estúdios de desenhos, responsáveis por formar novos artistas, para incorporar o mercado das histórias em quadrinhos cearenses, e fornecer novas oportunidades a quem quer entrar neste segmento de mercado. Uma das

maiores questões da produção de histórias em quadrinhos cearenses é a publicação, pois muitos artistas não dispõem de capital necessário e muito menos apoio governamental. Howkins (2013) critica os editores por tratarem todos os livros como commodities idênticas, buscando meramente vender o maior número de exemplares possível no prazo mais curto possível.

Uma solução viável seria a publicação de histórias em quadrinhos cearenses através do financiamento coletivo (*crowdfunding*, do inglês *crowd*: multidão, *funding*: financiamento). Segundo Maximiliano (2014, p. 15), o *crowdfunding* consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo por meio da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa. O termo é muitas vezes usado para descrever especificamente ações na internet com o objetivo de arrecadar dinheiro para artistas, jornalismo cidadão, pequenos negócios, *startups*, campanhas políticas, iniciativas de software livre, filantropia e ajuda a regiões atingidas por desastres, entre outros. Oliveira e Grangeiro Filho (2017) abordam o tema *crowdfunding* como um dos meios de financiamento para a publicação das obras autorais e que ainda é muito utilizado no cenário de quadrinhos do Ceará.

É usual que seja estipulada uma meta de arrecadação que deve ser atingida para que o projeto seja viabilizado. Caso os recursos arrecadados sejam inferiores à meta, o projeto não é financiado e o montante arrecadado volta para os doadores.

De forma mais simplista, nada mais é do que utilizar sua rede social digital para, através da divulgação também digital do seu projeto, pedir doações em trocas de prêmios para pessoas que gostariam que o objetivo fosse alcançado. Um grande valor rateado por milhares torna-se muito pouco para quem contribui, por, muito para quem, somando todos, recebe. Esse é o princípio básico do *crowdfunding*. (MAXIMILIANO, 2014, p. 15)

Ainda de acordo com Maximiliano (2014, p. 15), “empreendedores de todos os portes e segmentos têm idealizado sobre o uso dessa nova forma de arrecadação coletiva para seus projetos, esquecendo-se, contudo, que uma

exposição dessa natureza de sua marca ou empresa pode ser um sucesso meteórico tanto quanto uma exclusão catastrófica de mercado”.

Aliada à ideia de *crowdfunding*, está a ferramenta responsável por facilitar este financiamento coletivo, chamada “Catarse”, a qual fornece suporte aos usuários do site e torna possível que projetos captem recursos de forma ágil e direta, utilizando a internet. Segundo Catarse (2015), qualquer pessoa acima de 18 anos (ou menor, mas com um representante legal) pode utilizar tais serviços e fazer uma campanha de *crowdfunding*, desde que o projeto esteja de acordo com os critérios de seleção do site. A ferramenta Catarse (2015) cobra 13% do valor total de projetos que atingiram ou ultrapassaram a meta de arrecadação. Logo, o Catarse fica com 9%, e 4% é repassado ao Pagar.me, meio de pagamento utilizado no Catarse. Projetos que não atingiram a meta não têm qualquer custo, e todos os apoiadores recebem o dinheiro de volta.

A exemplo dos *crowfundings*, há algumas histórias em quadrinhos cearenses que conseguiram a sua publicação por meio deste tipo de financiamento, entre elas estão: “Pânico no José Walter” – de Thalles Rodrigues, uma espécie de história em quadrinhos – reportagem, que nasceu como um trabalho de conclusão de curso (TCC) de jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC). O projeto surgiu da vontade de aliar a ideia da admiração pelos quadrinhos à curiosidade sobre um fato ocorrido no bairro José Walter. Conta a história do maníaco que invadia casas de madrugada e cortava as nádegas das mulheres. O caso virou lenda, e a lenda virou mito, servindo de inspiração para o autor. A história em quadrinhos tem cerca de 200 páginas em preto e branco, com capa colorida, partindo de uma meta de R\$ 5.000,00, dos quais R\$ 3.500,00 se destinam à impressão de 500 exemplares de quadrinhos e R\$ 650,00 ficam para o Catarse - o restante vai para os custos com recompensas e as despesas dos Correios.

A Qomics é uma iniciativa cearense com a proposta de apresentar histórias em quadrinhos de qualidade. Com uma plataforma própria de histórias em quadrinhos digitais, a Qomics inicia seu empreendimento com suporte para quatro idiomas, apresentando seus produtos em português, inglês, espanhol e

francês (UNIVERSO HQ, 2015). A Qomics utiliza seu próprio selo, tornando-se uma editora online que utiliza a plataforma digital para vendas de suas obras por download. Essa vertente não é por acaso, tendo em vista que o grupo de sócios, após muitas pesquisas sobre comportamento de mercado, viu a oportunidade de negócio dentro do modelo de projeto. Na fase inicial, o destaque é Mandacaru Vermelho, criado por Rafael Dantas (UNIVERSO HQ, 2015).

Segundo Secretaria de Cultura do Estado do Ceará (SECULT-CE) (2015), por meio dos Editais, o Governo do Estado do Ceará, através da Secretaria de Cultura, concede apoio financeiro, mediante a assinatura de convênio. O último Edital teve sua publicação em 2014, com um valor bruto total de R\$ 4.449.976,00 (quatro milhões, quatrocentos e quarenta e nove mil, novecentos e setenta e seis reais), destes, R\$ 72.000,00 (setenta e dois mil reais) foram destinados a investimentos da SECULT/CE para a categoria das histórias em quadrinhos, para a produção de 04 (quatro) projetos apoiados pelo Governo, com os quais se obteve R\$ 22.500,00 (vinte e dois mil e quinhentos reais) como valor máximo de projeto.

Ramos (2012) aponta o edital promovido pelo governo do estado de São Paulo que já chegou a apoiar mais de 20 obras desde 2008. No cenário cearense, histórias em quadrinhos de grande relevância foram publicadas, como foi o caso de “Lampião... Era O Cavalo do Tempo Atrás da Besta da Vida” (LIMA, 1999), vencedora do prêmio HQ Mix em 1998, incentivando outros trabalhos a concorrerem ao prêmio de melhor HQ, tais como “Quem Matou João Ninguém?” (WELLINGTON et. al., 2014), e “Steampunk Ladies: A Vingança a Vapor” (WELLINGTON; AMORIM, 2015); A antologia do quadrinho cearense (URBANO, 2015), entre outros.

Ações nacionais de sucesso para o mercado cearense

Há ainda uma carência sobre pesquisas que envolvam o aspecto econômico do setor. Um estudo sobre a produção científica na Universidade de

São Paulo (USP), do período de 1972 a 2005, revelou que não houve qualquer registro de trabalho acadêmico sobre o impacto econômico desta atividade, embora percebam uma forte tendência dos quadrinhos com relação à diversificação de público e à diferenciação de produtos (VERGUEIRO; SANTOS 2006; VERGUEIRO, 2007; VERGUEIRO; RAMOS, 2009). Porém, os eventos que envolvem o setor de quadrinhos podem ser visualizados como evidências do potencial mercadológico deste segmento de indústrias criativas. Alguns eventos chegam a ser conhecidos nacionalmente, mas é possível identificar que cada região do país tem um evento que marca o segmento das histórias em quadrinhos. Por exemplo, existe a *Comic Con Experience* - CCXP, que se assemelha ao evento de nome parecido nos Estados Unidos, em San Diego, a *San Diego Comic Con*. Estes eventos reúnem, a princípio, fãs de quadrinhos e quadrinistas para vendas, divulgação e discussão do assunto, entretanto, não se restringem apenas aos quadrinhos, pois envolvem a cultura *pop* como um todo também. De acordo com a CCXP (2015), uma *Comic Con* é um nome que descreve e identifica um tipo específico de evento, que tem fortes raízes nos quadrinhos e que, nas últimas décadas, passou a abranger outras áreas da cultura *pop*, como TV, cinema, games, colecionáveis, entre várias outras.

Ou seja, a *Comic Con Experience* - CCXP foi a primeira edição brasileira deste tipo de evento voltado para fãs de cultura *pop* em geral, que acontece em todo o mundo há décadas e que os fãs brasileiros sempre acompanham avidamente, ainda que à distância. A CCXP traz inúmeras atrações derivadas das histórias em quadrinhos, como é o caso das adaptações cinematográficas, séries de televisão, jogos eletrônicos, entre outros. É possível ainda haver uma comercialização de itens relacionados às histórias em quadrinhos, atraindo cada vez mais o público e mobilizando a economia (CCXP, 2015).

[...] todavia, é na própria raiz do consumo que se localiza a maior importância dos quadrinhos, além de suas particularidades criativas. Marx, entre outros, soube colocar muito bem o problema do consumo da arte, detectando na produção artística não apenas um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto (Manuscritos econômicos). Não é por

acaso que o poema/processo – atento as exigências sociais e estéticas da época – destaca: só o consumo é lógica; consumo imediato como antinobreza; só o reproduzível atende, no momento exato, às necessidades de comunicações e informações das massas; humanismo funcional para as massas [...] (CIRNE, 1974, p. 12).

O *Artists' Alley* é um espaço para que quadrinistas independentes apresentem seus mais novos trabalhos e também para que os artistas que atuam nas grandes editoras possam interagir com seu público e vender *prints*, *sketchbooks*, artes originais e outros materiais. Segundo CCXP (2015), em 2014, o *Artists' Alley* registrou 215 artistas em 125 mesas e foi uma das áreas mais visitadas pelo público, resultando em ótimas vendas. Para atender a essa demanda crescente, o *Artists' Alley* passa a contar com 163 mesas e aproximadamente 250 artistas.

Em Belo Horizonte, ocorre o Festival Internacional de Quadrinhos (FIQ). Evento que reúne vários artistas nacionais e internacionais do segmento das histórias em quadrinhos, geralmente acontece no começo de novembro. O FIQ é uma oportunidade que o público tem para conhecer as pessoas que estão por trás do desenvolvimento das histórias em quadrinhos, através de palestras, oficinas de quadrinhos, feira de quadrinhos (espaço reservado para venda, troca e compra de histórias em quadrinhos), lançamentos das novidades (novas revistas em quadrinhos, nova série de histórias), apresentações de trabalhos acadêmicos ou independentes, relacionados às histórias em quadrinhos, entre outros.

A melhor maneira de compreender a natureza de nosso ambiente é nos voltarmos a ele de tantos pontos de vista quanto possível – triangulando sua forma a partir de fora. [...] num nível mais fundamental, significa oferecer ao leitor um mundo mais vívido e memorável do que os quadrinhos atualmente oferecem e estabelecer uma troca de ideias e experiências significativas e direta entre criador e leitor (MCCLOUDY, SCOTT, 2006, p. 20).

Metodologia

De início, destaca-se que esta pesquisa é aplicada, tendo em vista criar conhecimentos sobre o tema em questão, a partir da compreensão de assuntos já inseridos para a análise do mercado das histórias em quadrinhos cearenses. Considera que seus meios de investigação para o estudo foram bibliográficos e de campo. Segundo Gil (2008, p. 69), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Para atender aos objetivos do estudo, foi utilizado o método de pesquisa exploratório. De acordo com Samara (2007, p. 34), “pode ser essencial como a primeira etapa para se determinar uma situação de mercado a partir da obtenção de informações sobre concorrências, produtos existentes, evolução e tendências de um segmento específico em que se pretende atuar”. Com relação à abordagem do problema, o estudo foi considerado do tipo qualitativo, no qual, as informações coletadas foram analisadas subjetivamente, relacionando os dados obtidos ao longo da construção do referencial teórico com as percepções individuais do pesquisador.

Este estudo se utilizou da pesquisa qualitativa como forma de compreensão dos dados apresentados, conforme Malhotra (2010, p. 34):

[...] a pesquisa qualitativa deve ser realizada para obter uma clara compreensão dos fatores que sustentam o problema de pesquisa. A pesquisa qualitativa não é estruturada no fato de que as questões feitas são formuladas à medida que a pesquisa progride. Ela é exploratória por natureza e fundamentada em pequenas amostras, podendo envolver técnicas qualitativas populares como grupos de foco ou entrevistas detalhadas.

Esta pesquisa coletou dados a partir de dados secundários, além da utilização de um questionário estruturado em forma de entrevista, com perguntas abertas e previamente elaboradas de acordo com a problemática, os objetivos e as hipóteses levantadas para o estudo com perguntas de fácil compreensão. A construção da pesquisa ocorreu entre os meses de agosto a

novembro de 2015, com a aplicação de sete entrevistas, das quais, apenas quatro entrevistados responderam, entre os dias 23 de outubro a 15 de novembro do referido ano. Como pré-requisito de participação da entrevista, foram selecionados apenas os criadores de histórias em quadrinhos cearenses, maiores de 18 anos, que já possuíssem autopublicação e que aceitassem contribuir com o estudo.

A coleta de dados ocorreu com uma amostra não probabilística por conveniência. Conforme Samara (2007), as amostras não probabilísticas são selecionadas por critérios subjetivos do pesquisador, de acordo com a sua experiência e com os objetivos do estudo. A autora ainda diz que os elementos da amostra são selecionados de acordo com a conveniência do pesquisador. São pessoas que estão ao alcance do pesquisador e dispostas a responder a um questionário.

Análise dos resultados

Como afirmamos anteriormente, foram realizadas entrevistas como instrumento de coleta de dados para a pesquisa, com utilização de sete questionários, dos quais somente quatro autores de histórias em quadrinhos cearenses responderam, possibilitando assim, a análise dos resultados da pesquisa. Os entrevistados estão relacionados no Quadro 1.

Quadro 1: Relação dos entrevistados.

Entrevista com criadores de histórias em quadrinhos		
Entrevistado	Nome dos entrevistados	Data da entrevista
Entrevistado 1	Daniel Brandão	31 de outubro de 2015
Entrevistado 2	Hermínio Castelo Branco (Mino)	04 de novembro de 2015
Entrevistado 3	Dharilya Sales	11 de novembro de 2015
Entrevistado 4	Talles Rodrigues	31 de outubro de 2015

Fonte: elaboração própria

O mercado das histórias em quadrinhos cearenses se encontra em constante evidência, com a tendência de um maior crescimento econômico.

Com temáticas voltadas para a realidade local, este tipo de atividade empreendedora rompe barreiras ao diversificar suas maneiras de chegar ao público-alvo, seja por meio de bancas de revistas, livrarias ou por divulgações em redes sociais, que por sinal se mostram como maiores aliados deste segmento de mercado. Segundo o Entrevistado 1 - autor da HQ Liz,

existe uma gama de profissionais atuando bem maior do que na época em que comecei a trabalhar com histórias em quadrinhos. Todos eles têm muito mais acesso a cursos e tutoriais presenciais ou através da internet. Isso faz com que a qualidade da produção se amplie. Vejo também o governo, as empresas e as escolas bem mais abertas à linguagem dos quadrinhos do que antes. Além de tudo isso, há bem mais alternativas de publicação atualmente: *webcomics*, *crowdfunding*, editais, editoras etc.

Para que ocorra um bom retorno financeiro, o preço destas histórias em quadrinhos deve estar acessível ao público, seria ideal que todos tivessem acesso a este tipo de produto. O Entrevistado 2, criador do personagem Capitão Rapadura e suas histórias, ressalta que:

o que determina o preço de capa é o custo total da publicação, que implica a produção gráfica, o percentual que cabe ao distribuidor e o que fica para os realizadores. Essa soma determina o preço final do produto. O único que pode baixar para não encarecer é o que fica para o autor, o produtor da obra.

O Entrevistado 3 comenta que:

o público ainda é mediano, as tiragens de histórias em quadrinhos ainda são pequenas, principalmente independentes (sem ligação com as editoras), o que faz com que o preço seja um pouco mais elevado comparado a outros países, o que acaba deixando o produto um pouco “elitista” atendendo o público de classe média em diante.

Com isto, muitos autores acabam migrando para o ambiente virtual, na tentativa de consolidar seu público, reduzir os custos e gastos com a produção e atingir o maior número de consumidores. Entretanto, tal atitude pode acabar se mostrando como uma ameaça para o setor de economia criativa, não gerando benefícios monetários para os envolvidos no setor.

O Entrevistado 3 afirma que a migração para a internet prejudica um pouco a venda do editor, mas, por outro lado, ajuda a expandir o material para quem não tem tantas condições de comprar uma história em quadrinhos ou até mesmo quem não conhece. No caso de *webcomics* (quadrinhos feitos especialmente para *web*), apresenta-se como um grande benefício para o empreendedor autônomo, em que um autor publica na internet um material que consegue ser bem-visto e compartilhado. Com isto, ele acaba coletando certo número de público e seguidores, conseqüentemente, caso este autor resolva publicar algo impresso, cobrando pelo mesmo, parte desse público consumirá este produto. A internet acaba sendo uma importante ferramenta para divulgação de seu trabalho.

A partir daí, vários fatores influenciam para um maior crescimento econômico em relação às histórias em quadrinhos, não só regionais, mas nacionais, mobilizando toda uma economia que existe no país.

O Entrevistado 1 ressalta que é preciso melhorar cada vez mais:

- ✓ Estudo e preparação dos autores;
- ✓ Melhorar a visão empreendedora e a postura profissional dos autores;
- ✓ Melhorar cada vez mais a qualidade das produções;
- ✓ Uma união cada vez mais organizada entre os autores, editores e lojistas;
- ✓ Promoções como eventos e lançamentos; apoio governamental com editais e projetos de fomento da produção e do público leitor;
- ✓ Conseguir que as escolas adotem quadrinhos cearenses como leituras paradidáticas;
- ✓ Conseguir uma maneira de melhorar a distribuição para que a produção cearense encontre os seus leitores.

Em virtude de tudo isso, algumas ferramentas mobilizam o mercado das histórias em quadrinhos cearenses, como é o caso dos *crowdfundings* e editais

mencionados ao longo do trabalho. O Entrevistado 4 - autor de “Pânico no José Walter”, relata que:

para conseguir realizar uma campanha de *crowdfunding* ou participação em editais não é simples. O trabalho envolvido nessas atividades se equipara, pelo menos na quantidade de obras gastas, ao tempo que é levado para fazer as histórias em quadrinhos. Apesar disso, esses métodos provam que no tempo em que vivemos, para quem quer mesmo produzir por vários meios, ficar parado esperando uma editora pode não ser a melhor das ideias.

A partir daí, com inclusão destas novas maneiras de se produzir uma história em quadrinhos, é possível notar mudanças com relação às etapas de produção de um produto deste segmento de mercado. De acordo com o Entrevistado 4,

a cadeia produtiva das histórias em quadrinhos cearenses se tornou bem mais digital. Muitas vezes todo o processo se passa nas telas dos computadores e celulares, resultando na obra finalizada, no papel. A distribuição é a grande dificuldade do autor de quadrinhos, pois é onde o suporte de uma editora de grande porte faz toda a diferença.

Já o Entrevistado 1 afirma que os custos para produção de histórias em quadrinhos estão mais baixos, mesmo com uma produção local que ainda tem muito a crescer quantitativamente e qualitativamente. Para ele, a distribuição seria o ponto mais fraco de toda a cadeia produtiva, acreditando que uma solução viável seria a internet. Por consequência, a internet se tornou uma grande revolução em se tratando de *feedback*, possibilitando respostas muito imediatas sobre o trabalho realizado.

O leitor de histórias em quadrinhos se mostra cada vez mais exigente, à procura de novidades, buscando novas temáticas dos produtos deste segmento de mercado. Conforme o Entrevistado 4,

o perfil do leitor de histórias em quadrinhos cearenses é de um jovem interessado, às vezes sendo caracterizado como “nerd” ou “geek”, mas também as pessoas interessadas no *pop* e na arte em geral, acabam sendo atraídas para obras cearenses, muitas vezes por conhecer os autores do seu local de estudo, trabalho, lazer etc.

O Entrevistado 2 considera que há um grande público leitor aguardando pela presença de produtos cearenses, pelas realizações e produções locais. É preciso chegar até eles. “O desafio é descobrir este mercado, chegar até esse público leitor cearense. Como chegar até eles? Será através das bancas, das livrarias, os meios tradicionais de vendas? Ou em pontos alternativos?”.

Com tanta mudança no setor da economia criativa, uma questão que sempre volta para as discussões é: é possível criar um empreendimento voltado para as histórias em quadrinhos? A partir desta pergunta, vários fatores começam a surgir a ponto de influenciar na decisão sobre a viabilidade ou não de investir neste tipo de negócio, como é o caso de: cultura local, estudo do ambiente que montará o novo negócio, demanda pelo produto que venderá, ameaça de concorrentes. O Entrevistado 1 avalia que é possível, sim, se sustentar apenas com a renda das histórias em quadrinhos como um negócio próprio, devido a uma maior facilidade, menor teor burocrático e menos impostos a pagar. Segundo ele, “uma das grandes opções é o microempreendedor individual”.

O Entrevistado 3 acredita que:

para se manter no mercado, é preciso persistência, talvez demore para publicar a sua primeira história em quadrinhos, e quando conseguir, nem sempre se recebe um retorno imediato que tanto almeja. Organização, disciplina e criatividade precisam estar de mãos dadas com o autor que pretende entrar nessa área.

Ocorreu um certo crescimento da procura de leitores por histórias em quadrinhos com temáticas cearenses, isso pode ser visto no maior número de exemplares de histórias em quadrinhos cearenses postas à venda em bancas de revistas, livrarias, feira de livros etc. De acordo com o entrevistado 4, este crescimento se dá devido à crescente produção. Conseqüentemente, acaba se formando de um público leitor cada vez mais ávido por novidades. O Entrevistado 1 menciona que “houve um crescimento, mas não pela temática cearense, mas pela qualidade das produções locais terem crescido”.

É neste cenário que a presença dos eventos de cultura *pop* é de extrema importância, auxiliando na divulgação, vendas, parcerias, conhecimento desta cultura e deste tipo de novo negócio. É necessário que estes eventos se tornem aliados da atividade empreendedora do setor de economia criativa, e que os empreendedores se tornem, cada vez mais, familiarizados com este tipo de ação. O Entrevistado 4 considera que “é um momento em que o leitor e autor se encontram, tornando esse contato mais humano e gerando empatia, que leva não só esse leitor a ficar mais interessado ainda no autor, como ele próprio a se tornar um potencial autor”.

O Entrevistado 1 acredita que

os eventos são fundamentais para o autor independente encontrar o seu público e apresentar o seu trabalho. No Ceará, os eventos se multiplicaram ano a ano. Estão cada vez maiores e melhor organizados. O público está entendendo isso e comparecendo bastante.

Considerações finais

Diante do exposto ao longo deste artigo, pode-se afirmar que a proposta inicialmente levantada foi plenamente atingida, haja vista que discorreremos sobre as diversas maneiras de ampliar o mercado de acordo com a realidade apresentada, observando os objetivos especificados propostos. Para tanto, foi observada a importância do capital intelectual para a produção de histórias em quadrinhos, a partir do qual o autor das histórias em quadrinhos contribui com a criatividade e suas novas ideias, a fim de apresentar um material de qualidade para o seu público consumidor. Em contrapartida, o agente de negócios, ou seja, o administrador ficará responsável por gerenciar a carreira do autor, cuidando de questões contratuais, financeiras, direitos autorais, divulgação do produto, entre outros.

Tendo por base o pressuposto de que o mercado das histórias em quadrinhos teve crescimento nos últimos três anos e por meio da pesquisa, foi possível notar que este mercado está cada vez mais em evidência, com a

tendência de crescer mais ainda, pois dispõe de um grande potencial de autores independentes, dispostos a encarar este mercado como um empreendimento e inspirando futuros autores que gostariam de seguir nesta carreira.

Para falar de mercado de histórias em quadrinhos, foi possível observar que existe a necessidade de se ter um lugar que agregue uma grande quantidade de histórias em quadrinhos a um preço acessível, que represente uma forma segura e justa de remunerar autores e editoras e que rompa com o desequilíbrio entre custo e volume, que é o grande obstáculo para a leitura. Assim, é necessário que haja uma via de distribuição que leve as histórias em quadrinhos cearenses ao maior número de pessoas possível, consagrando essa arte entre o grande público e criando uma nova audiência para o produto impresso.

A partir da hipótese de que a aceitação e a diversificação do público em relação às histórias em quadrinhos cearenses têm aumentado cada vez mais, com as divulgações em diferentes meios de comunicação, foi possível constatar que, através da divulgação, o público em geral passa a conhecer um pouco mais sobre este segmento de mercado. Com um maior interesse pelo produto, ocorre uma maior aceitação, mediante as suas necessidades e preferências ao longo do tempo. Com a pesquisa, foi possível constatar novas maneiras de produzir estas histórias em quadrinhos, como é o caso dos *crowdfundings* e editais mencionados no trabalho. Ferramentas como estas auxiliam bastante na produção deste tipo de produto, reduzindo os custos e gastos, de uma maneira segura, com apoio de possíveis patrocinadores.

Partindo da hipótese de que há uma maior valorização do trabalho regional e também autoral das histórias em quadrinhos cearenses, o apoio de empresas e também do próprio governo se torna fundamental na jornada para consolidar o empreendimento das histórias em quadrinhos como um novo negócio, uma opção para fugir de eventuais crises político-econômicas. Divulgando este tipo de ação empreendedora e chamando a atenção de um público com interesse em participar, mas também de um público que

desconhece este segmento de mercado, a fim de aproximar o produto do seu consumidor.

Esta pesquisa conseguiu listar e explicar algumas ações nacionais que seriam possíveis de se aplicar no Ceará - ou as publicações cearenses fazerem parte destas ações. São nestes eventos que o público conhece não só as obras, mas também os próprios autores, com a oportunidade de se discutir e refletir a respeito do que o conjunto da obra retrata em suas temáticas. Existe aí uma troca de informações, uma aproximação do empreendedor com seus clientes. Assim sendo, ciente de que esta pesquisa alcançou a proposta inicial, entretanto ainda pode ser aperfeiçoada, deixa-se como sugestão para estudos futuros a importância e os benefícios que a tecnologia traz para o mercado de histórias em quadrinhos cearenses, dentro do ambiente da economia criativa, observando seus avanços e contribuições para a evolução deste segmento de mercado.

Referências bibliográficas

BATISTA, P. C. de S.; CAMPOS, R. de J. C.; OLIVEIRA, L. G. L.; OLIVEIRA, D. M.; QUEIROZ, F. L. Uma análise da cadeia produtiva do segmento das histórias em quadrinhos na indústria criativa cearense. In: **Encontro da ANPAD**, 32, Rio de Janeiro, *Anais...* Rio de Janeiro: Anpad, 2008.

BATISTA, P. C. de S.; CAMPOS, R. de J. C.; OLIVEIRA, L. G. L. A propriedade intelectual na indústria de quadrinhos no Ceará. *BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*. v. 7, n. 1, p. 14-24, 2010.

BATISTA, P. C. de S.; PAIVA, T. A.; RAMOS, R. R.; ALMEIDA, P. C. da H; OLIVEIRA, L. G. L. As relações contratuais das indústrias criativas: o caso dos quadrinhos no Ceará. **Cadernos EBAPE.BR**. v. 9, n. 2, p. 377-393, 2011.

CARNEIRO, V. M. **Dinheiro na multidão: oportunidades x burocracia no crowdfunding nacional**, 2014.

CATARSE. **Sobre**. Disponível em:
<https://www.catarse.me/pt/hello?ref=home_banner>. Acessado em 31 de outubro de 2015.

CIRNE, M. **A explosão criativa dos quadrinhos**, 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1974.

COMIC CON EXPERIENCE, **Artists' Alley**. Disponível em: <<http://www.ccxp.com.br/experiencias/artists-alley/>>. Acessado em 28 de outubro de 2015.

COMIC CON EXPERIENCE, **Sobre**. Disponível em: <<http://www.ccxp.com.br/a-ccxp/>>. Acessado em 28 de outubro de 2015.

FINANCIAMENTO COLETIVO, **Sobre**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Financiamento_coletivo>. Acessado em 31 de outubro de 2015.

GIL, A. C., **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HANSON, D. Indústrias Criativas. **Revista Eletrônica Sistemas & Gestão**, v. 7, n. 2, p. 222-238, 2012.

HOWKINS, J. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2013.

LIMA, A. K. V. **Lampião... era o cavalo do tempo atrás da besta da vida**. São Paulo: Hedra, 1999.

LUYTEN, S. M. B. (org.). **História em quadrinhos: leitura crítica**, São Paulo: Editora Paulinas, 1985.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: foco na decisão** 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MCCLOUD, S. **Reinventando os quadrinhos**. São Paulo: Books do Brasil, 2006.

OLIVEIRA, L. G. L.; GRANGEIRO FILHO, J. W. A. Desenvolvimento do setor de quadrinhos no Ceará: debate relacionado sobre a autopublicação e a defesa da propriedade intelectual. **Revista de Administração EASE Brasil** v. 2, n. 2, p. 6-23, 2017.

QOMICS. **Artistas Cearenses apresentam hqs digitais na Qomics**. Disponível em: <<http://www.universohq.com/noticias/artistas-cearenses-apresentam-hqs-digitais-na-qomics/>>. Acessado em 01 de novembro de 2015.

RAMOS, P. **Revolução do gibi: a nova cara dos quadrinhos no Brasil**. São Paulo: Devir, 2012.

SAMARA, B. S. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SANTIAGO JUNIOR, J. R. S.; SANTIAGO, J. R. S. **Capital Intelectual: o grande desafio das organizações**. São Paulo: Editora Novatec, 2007.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, **Rodada de negócios**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/Rodada-de-Neg%C3%B3cios/>>. Acessado em 23 de outubro de 2015.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, **Feira do empreendedor**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/feiras/>>. Acessado em 03 de novembro de 2015.

SECULT-CE – SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO CEARÁ, **Incentivo às artes**. Disponível em: <<http://www.secult.ce.gov.br/index.php/incentivo-as-artes/category/107-ix-edital-de-incentivo-as-artes-2014>>. Acessado em 26 de outubro de 2015.

SEDES – SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO DO ESTADO DO ESPIRITO SANTO, **Arranjos Produtivos Locais**. Disponível em: <<http://www.sedes.es.gov.br/index.php/arranjos-produtivos-locais/o-que-sao-apls>>. Acessado em 31 de outubro de 2015.

SILVA, C. O que é história em quadrinhos brasileira? In: GUIMARÃES, E. (org.). **O que é história em quadrinhos brasileira**. João Pessoa: Marca da Fantasia, 2005.

URBANO, S. **Antologia do quadrinho underground cearense (1991-1998)**. Ceará: SEBO, 2015.

VERGUEIRO, W. La actualidad de los cómics en Brasil: la búsqueda de un nuevo público. In: Congress of the Latin American Studies Association, 2007, Montreal. **Anais...** Montreal: Congress of the Latin American Studies Association, 2007.

VERGUEIRO, W.; SANTOS, R. E. dos. A pesquisa sobre história em quadrinhos na Universidade de São Paulo: análise da produção de 1972 a 2005. **UNirevista**, São Leopoldo, v. 1, n. 3., p. 1-12, 2006.

VERGUEIRO, W.; RAMOS, P. (Org.) **Muito além dos quadrinhos: análises e reflexões sobre a 9ª arte**. São Paulo: Devir, 2009.

VERGUEIRO, W.; RAMOS, P.; CHINEN, N. (Org.). **Os pioneiros no estudo de quadrinhos no Brasil**. São Paulo: Criativo, 2013a.

VERGUEIRO, W.; RAMOS, P.; CHINEN, N. (Org.). **Intersecções acadêmicas:** panorama das 1as jornadas internacionais de história em quadrinhos. São Paulo: Criativo, 2013b.

WELLINGTON, Z.; NOGUEIRA, W.; SOUZA, W. RODRIGUES, C.; SILVA, ED.; LEI, A.; LEAN, R. **Quem matou João Ninguém?** São Paulo: Draco, 2014.

WELLINGTON, Z.; AMORIM, D. **Steampunk Ladies:** vingança a vapor. São Paulo: Draco, 2015.