

## A PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE DE HQS NAS REDES SOCIAIS ONLINE

### *THE INDEPENDENT NATIONAL PRODUCTION OF COMICS ON ONLINE SOCIAL NETWORKS*

Cecília Woloch Schell<sup>1</sup>

Luisa Angélica Paraguai Donati<sup>2</sup>

#### Resumo

O presente artigo apresenta a pesquisa da produção nacional independente de histórias em quadrinho (HQs) no ambiente das redes sociais online. Pretende-se compreender as transformações da linguagem e produção, nas etapas específicas de divulgação e distribuição, bem como as possibilidades contemporâneas de colaboração com os leitores/usuários, levando em consideração o capital social das redes sociais e as consequentes possibilidades econômicas, de acordo com os conceitos definidos por Bourdieu, Putnam e Granovetter, já explorados por Recuero no contexto da internet. Para observar o meio de produção independente de HQs, dois artistas brasileiros foram escolhidos como estudo de caso: Luiza de Souza e Eric Han Schneider, na medida em que ambos produziram HQs no momento da pesquisa feita para o presente artigo em gêneros diferentes, de locais fora do eixo Rio-São Paulo e utilizando diferentes estratégias de publicação, em razão da escolha de uso de diferentes redes sociais, e diferente foco e objetivo das comunicações com o público.

**Palavras-chave:** arte e tecnologia; HQs independentes; redes sociais online; capital social.

#### Abstract

This article presents the research of the independent national production of comics in the environment of online social networks. It is intended to understand the transformations of language and production, in the specific stages of dissemination and distribution, as well as the contemporary possibilities of collaboration with readers/users, considering the social capital of social networks and the consequent economic possibilities, according to the concepts defined by Bourdieu, Putnam and Granovetter, already explored by Recuero in the context of the internet. To observe the independent production of comics, two Brazilian artists were chosen as case studies: Luiza de Souza and Eric Han Schneider, as both produced comics at the same time the research was carried out for this article in different genres, from different places outside the Rio-São Paulo axis and using different publishing strategies, due to the choice of use of different social networks, and different focus and objective of communications with the public.

**Keywords:** art and technology; independent comics; online social network; social capital.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Design Digital, PUC-Campinas – Faculdade de Artes Visuais, Campinas, SP, Brasil. E-mail: [cecilia.ws@puccampinas.edu.br](mailto:cecilia.ws@puccampinas.edu.br).

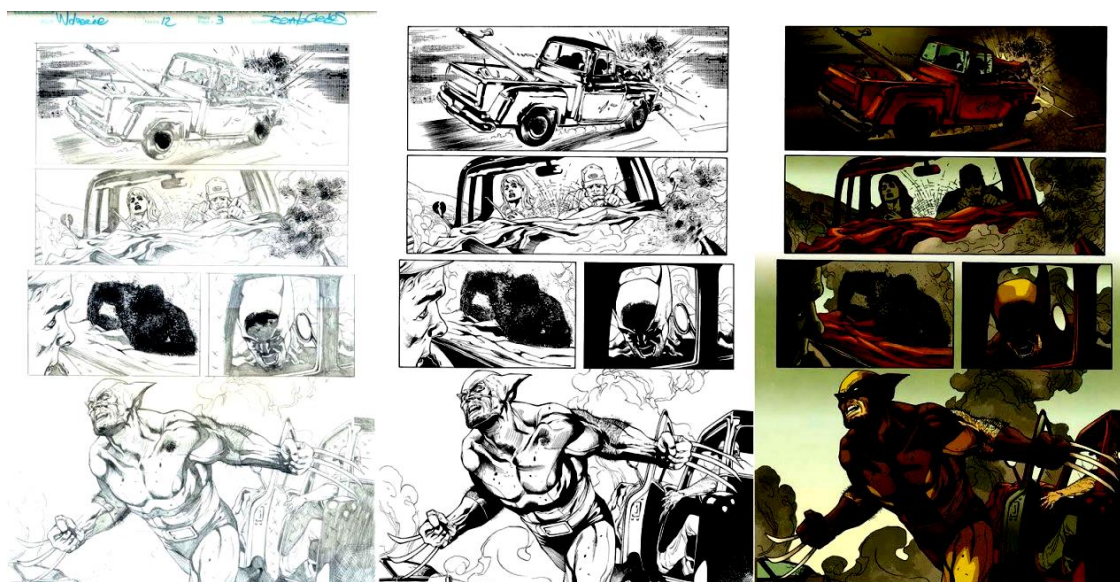
<sup>2</sup> Pesquisadora e Docente do Programa de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte (LIMIAR), da Faculdade de Artes Visuais, no Centro de Linguagem e Comunicação da Puc Campinas, Campinas, SP, Brasil. E-mail: [luisa.donati@puc-campinas.edu.br](mailto:luisa.donati@puc-campinas.edu.br).

## 1. Introdução

Assume-se as histórias em quadrinho (HQs), denominadas por Eisner (2008) de arte sequencial, enquanto articulações de linguagens visual e textual desenvolvidas em etapas de criação (Álvarez apud SOUZA, 2004): roteiro, esboços, arte-final, colorização (Figura 1) e digitalização, quando realizadas de forma tradicional (ANDRADE *et al.*, 2008). E ainda é possível pensar nas etapas de distribuição e venda.

Uma banda desenhada “deve desenvolver uma situação inteligível, real ou imaginária; deve trabalhar com personagens estáveis, que centrem a atenção do leitor e em torno dos quais se possam desenvolver as situações; deve incluir diálogos e descrições em letra, como parte do gráfico, produzindo uma sensação cinematográfica” (ÁLVAREZ apud SOUSA, 2004, p. 552).

Figura 1: Etapas de esboço, Arte Finalização e Colorização de uma Página de HQ.



Fonte: <https://designculture.com.br/hqs-como-processo-de-design-03-diagramacao-e-cores>

Uma característica da HQ relevante para o presente artigo é a produção e divulgação em partes, processual, pois historicamente as páginas ou capítulos são lançados semanalmente em jornais e revistas, permitindo que o público expresse a sua opinião sobre o desenvolvimento da história e possivelmente influencie o autor na continuidade da narrativa. Assim, McCloud (2005) sugere que o sucesso de uma HQ é dependente da capacidade do autor de dialogar e envolver o público.

Neste artigo propõe-se entender como a relação do público no processo de produção de HQs independentes é alterada pelo contexto da internet, quando os autores publicam e se comunicam com seus leitores através das redes sociais, observando especificamente dois artistas (@mongehan e @ilustralu) utilizando o conceito de capital social de Bourdieu (1986). Antes de observar o histórico da produção de HQs no Brasil e as tendências atuais que utilizam a internet e as redes sociais, é necessário definir os conceitos que serão utilizados como parâmetro.

## 2. Capital Social e Redes Sociais

O conceito de capital social, definido por Bourdieu em seu texto “As formas de capital” é “[...] o agregado dos recursos efetivos ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede de contatos durável com relacionamentos mais ou menos institucionalizados de reconhecimento mútuo”<sup>3</sup> (Bourdieu, 1986, p. 21, nossa tradução). Ou seja, capital social é o capital possível de ser mobilizado através de relações, sem que seja necessário que esse capital seja econômico. As relações mais ou menos institucionalizadas podem ser tanto um casamento como a participação em um grupo ou comunidade.

Para a criação das relações sociais duráveis, é necessário um investimento, que pode variar em formato dependendo do contexto ou grupo associado, que será responsável pela criação de um sentimento de obrigação, dentro de gratidão e amizade, aumentando a possibilidade de mobilização do capital quando solicitado.

O formato do investimento varia pois define a inclusão ou não do participante, e cada grupo com seus participantes definem, em conjunto, regras sobre o que é válido e o que não é, regulando até mesmo o comportamento dos participantes para a continuidade de seu pertencimento, definindo consensos sobre o aceitável e o que tem valor.

Outro fato sobre a dinâmica do capital social descrito por Bordieu (1986) é que quanto maior o capital social de um determinado indivíduo, ou seja, quanto mais conhecido e aceito por diferentes grupos, mais fácil será adquirir mais capital social, pois seu investimento inicial necessário para novos relacionamentos será menor, considerando que há um desejo de conhecer quem já é conhecido e aprovado ou “bem conhecido e, portanto, digno de ser conhecido” (p.23).

A partir da observação de interação entre fãs, ídolos e comunidades dentro da rede social *Twitter*, Raquel Recuero (2012) entende que esse conceito pode ser transposto para o contexto da internet e redes sociais, pois as relações construídas nesse meio também podem ser mobilizadas para atingir um objetivo e dependem de investimento. Ambos, benefícios e investimentos, variam no formato de acordo com a rede social utilizada, como as curtidas, publicações ou republicações, seguidores, geralmente visíveis e possíveis de serem monitoradas.

Recuero (2012) ainda explica variações nas relações geradoras de capital social, com a existência de laços fortes e fracos, sendo que os laços fortes aproximam o grupo entre si, aumentam a confiança e aumentam a possibilidade de mobilização efetiva de capital social, e os laços fracos envolvem menos investimento, mas fazem a conexão entre diferentes grupos, diversificando as informações e as possibilidades. O sociólogo Granovetter (1973) aponta para “a força dos laços fracos”, entendendo que uma gama maior de laços fracos teria maior possibilidade de ganhos maiores na disseminação de conteúdo. Putnam (2000) também descreve ligações intensas e não intensas, chamando a primeira de capital fortalecedor e a segunda de capital conector.

## 3. Quadrinhos na História e na Internet

Para compreender as relações presentes na produção de quadrinhos independentes utilizando as redes sociais, é importante contextualizar historicamente essa produção no Brasil, para

---

<sup>3</sup> “[...] is the aggregate of the actual or potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition”.

visualizar possibilidades inerentes da linguagem, as dificuldades do desenvolvimento e venda de um produto físico e as oportunidades geradas pelo espaço digital.

A história das HQs no Brasil se inicia com a publicação das histórias “As aventuras de Nhô-Quim” e “As aventuras de Zé Caipora” de Angelo Agostini em 1869 e 1883, respectivamente (CARDOSO, 2005, apud VERGUEIRO, 2017), sendo, discutivelmente, as primeiras histórias em quadrinho com personagem fixo do mundo.<sup>4</sup>

Virando o século começam as publicações de revistas de quadrinhos seguindo o estilo europeu, como a revista Suplemento Juvenil, lançada em 1934 e a revista Gibi, lançada em 1939 trazendo passatempos infantis e histórias em quadrinho tanto nacionais quanto internacionais, da Disney, Marvel, DC entre outras. Em alguns casos os personagens americanos tinham seus nomes alterados, como por exemplo Buster Brown, que virou Chiquinho, e até mesmo eram apropriados pelos quadrinistas brasileiros que continuavam suas histórias depois delas serem interrompidas pelo autor original. Esse tipo de revista teve sucesso, talvez pela falta de outras fontes de entretenimento infantil, e acabou popularizando o meio (VERGUEIRO, 2017, 2007).

Desde o início das publicações de HQs até hoje, foram feitas diversas experimentações dentro dessa categoria literária/artística: para conquistar a boa vontade dos pais e da igreja, editoras como a EBAL (Editora Brasil-América LTDA.), fundada em 1945, publicaram edições de clássicos da literatura e biografias de personalidades históricas e santos em quadrinhos. Essa prática de adaptação seria retomada por várias outras editoras em 2006<sup>5</sup>, dessa vez para “agradar” o governo brasileiro, e consegui-lo como comprador, colocando quadrinhos na lista do Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE), que define os livros nas bibliotecas das escolas públicas do país.

Procurando competir de frente com as histórias de aventura e heróis americanos, autores brasileiros criaram alguns heróis como o “Capitão 7” (Figura 2) ou o “Raio Negro”, mas não passavam de cópias, reproduzindo não só poderes, origens e vilões como também o contexto do universo da história, com clima frio e quase nenhuma personagem negro ou do gênero feminino, traduzindo apenas o ideal nacionalista utilizando instituições como a Força Aérea Brasileira (de onde Raio Negro era tenente) (VERGUEIRO, 2017).

As experiências de publicações brasileiras tiveram sucesso variado. Em 1974 a Editora Abril se propõe a criar uma revista exclusivamente nacional e surge a “Crás!”, mas ela não teve seguimento porque, segundo Primaggio Montovi (apud Vergueiro, 2017), os autores não tinham familiaridade com a produção editorial e tinham dificuldade em entregar a quantidade prometida de páginas no prazo estabelecido. Na mesma década também são publicadas as histórias “Menino Maluquinho” e “Pererê” de Ziraldo Alves Pinto e “Mônica” (Figura 3) de Maurício de Souza, as primeiras tendo uma receptividade limitada, principalmente a “Pererê” por ser dependente de um conhecimento e identificação com folclore, e a última sendo um grande sucesso com publicações até hoje. Vergueiro (2017) discute que um dos fatores para isso foi que a publicação era “universal”, ou seja, embora se passasse em um lugar

<sup>4</sup> Muitos autores, como Moya (1977), Cavedon e Lengler (2005), colocam a primeira história em quadrinho do mundo sendo a “The Yellow Kid”, publicada no jornal New York World desde 1895.  
[https://pt.wikipedia.org/wiki/The\\_Yellow\\_Kid](https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Yellow_Kid)

<sup>5</sup> MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Desde quando há livros em quadrinhos no Programa Nacional Biblioteca da Escola? Mec.gov.br. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/par/136-perguntas-frequentes-911936531/quadrinhos-do-pnbe-1574596564/281-desde-quando-ha-livros-em-quadrinhos-no-programa-nacional-biblioteca-da-escola>>. Acesso em: 3 Mar. 2022.

supostamente dentro do Brasil, era genérico, podendo caracterizar a turma de personagens como crianças de qualquer lugar do mundo, aumentando a possibilidade de identificação com os leitores.

Figura 2: Capa da Revista “Capitão 7”, herói propaganda do canal Record.



Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Capit%C3%A3o\\_7](https://pt.wikipedia.org/wiki/Capit%C3%A3o_7)

Figura 3: Capa da Revista “Mônica”.



Fonte: <http://www.guiadosquadrinhos.com/edicao/turma-da-monica-colecao-historica-monica-n-46/tu011100/116548>

Editoras menores e jornais publicavam charges humorísticas e de críticas (VERGUEIRO, 2007), sendo um dos de maior destaque o “O Pasquim” (Figura 4) que reuniu diversos quadrinistas e foi publicado durante a ditadura, fazendo críticas da sociedade e governo contemporâneos.

Figura 4: Capa do semanário alternativo “O Pasquim”.



Fonte: <http://www.abi.org.br/pasquim-50-anos-da-prisao-de-uma-redacao-de-craques/>

A produção independente e *underground* era constituída por uma grande produção de Fanzines, feitas muitas vezes sem objetivo de venda e até bancadas pelos próprios autores (PAZ e QUELUZ, 2007), procurando compartilhar informação e formar comunidades, pela maior facilidade de distribuição, as mais conhecidas eram produzidas no eixo Rio-São Paulo. Essa prática continua existente na atualidade tendo absorvido as viabilidades da internet (VERGUEIRO, 2017).

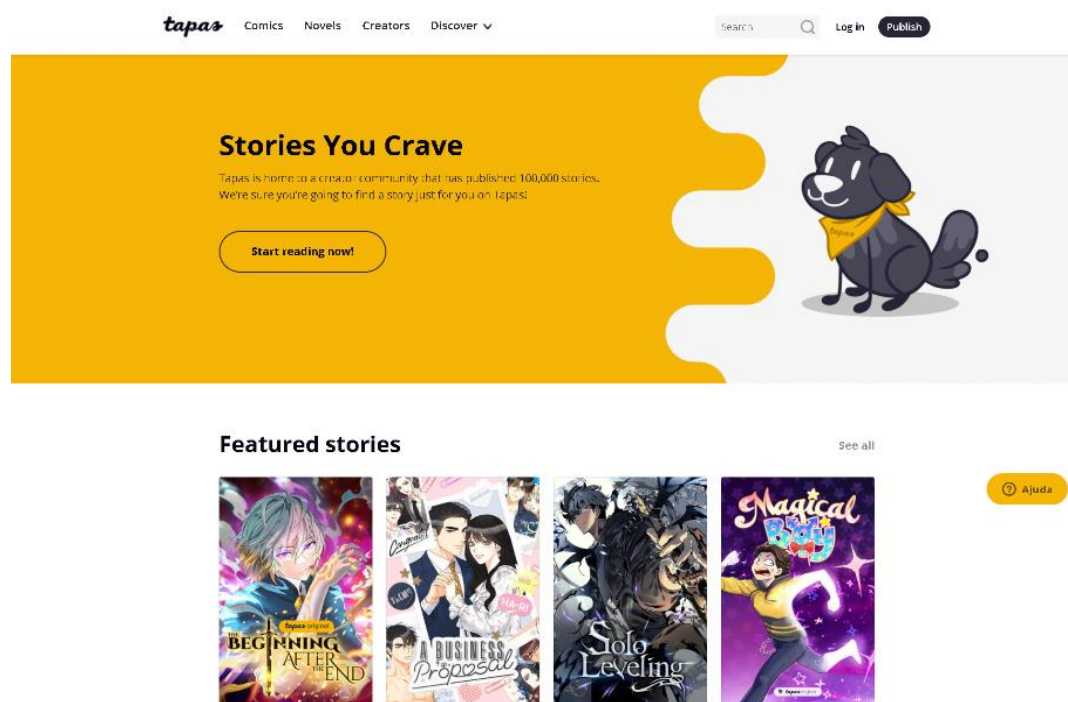
Entre os obstáculos da publicação de quadrinhos nacionais está a presença das HQs americanas, que tem um custo menor para as editoras e tem um universo de marketing já criado e muitas vezes apresentado ao leitor antes mesmo da tradução do quadrinho para o Brasil, contando com filmes, desenhos animados, brinquedos entre outros produtos de *merchandising*, que familiarizam o público com os personagens. Da mesma forma os *mangás* japoneses se colocam como obstáculo, incluindo o diferencial de serem muito mais segmentadas para diferentes públicos, o que evita a existência de um vácuo no mercado que deixa os leitores “órfãos” após atingirem uma certa idade e deixarem de se identificar com os personagens infantis (VERGUEIRO, 2017).

Em 2014 as editoras começaram a sentir dificuldades financeiras com a redução na compra de livros para o PNBE pelo governo devido à crise econômica. Essas dificuldades só aumentaram com a entrada de plataformas digitais como a Amazon, que competiam com uma estrutura diferente de distribuição, um dos maiores gargalos do mercado, e evitam a prática da consignação<sup>6</sup>, comum em bancas de jornal e livrarias. Embora grandes editoras tenham declarado falência na atual situação, algumas editoras menores, como a “Pipoca e Nanquim”, passaram a existir com a possibilidade de utilizar a distribuição feita pela Amazon, etapa que só era possível fazer de forma independente por grandes editoras como a Abril, FNAC e Livraria Cultura (CERQUEIRA e OLIVEIRA, 2018).

<sup>6</sup> Prática onde as editoras enviam os livros para os revendedores, que só pagam aquilo que for vendido e devolvem os exemplares que não foram vendidos.

Assim como a internet permitiu a entrada de novas plataformas digitais de venda, também deu novas possibilidades para as HQs, seja por apresentar uma nova “tela”, com possibilidades de diferentes organizações dos quadros sem limitação de espaços e adição de animações, gifs e efeitos sonoros, como também por apresentar uma nova forma de publicação em sites como portais de quadrinhos (Figura 5), sites das editoras, sites de fãs e sites dos próprios quadrinistas, além das redes sociais, mesmo que não tenham os quadrinhos como ponto central (FRANCO, 2001).

Figura 5: Plataforma Tapas, de compartilhamento de histórias em quadrinho.



Fonte: <https://tapas.io/>

Desta maneira, a internet se apresenta como uma possível solução por ser um ambiente onde a princípio é possível que pequenos autores e editoras distribuam seu trabalho sem a dependência de uma estrutura ou incentivo maior, gerando maiores oportunidades para publicações diferentes do mainstream (ALMEIDA, 2019).

Segundo Diego Oliveira e Marco Almeida (2019, p. 5):

O ciberespaço e a convergência das mídias disponibilizaram novas ferramentas para que estas comunidades alterassem também os paradigmas da mídia tradicional de massa que vivia estável durante quase todo século XX, abrindo as portas para o nascimento de um novo mercado informacional independente, onde estas comunidades de fãs poderiam estabelecer um espaço que a mídia tradicional não ofertava.

Dentro desse mercado informacional, surgem práticas como a cultura do *scan*<sup>7</sup>, que ampliam as HQs, pois segundo produtores e consumidores que responderam a pesquisa feita

<sup>7</sup> Prática de digitalizar coleções completas e disponibilizá-las online.

por Alexandre da Silva (2017), minimiza-se o obstáculo de acessar o produto, sem necessariamente diminuir o desejo de adquirir o exemplar físico, entendendo como mídias complementares. Nesta mesma pesquisa alguns respondentes demonstram interesse não apenas em consumir a mídia, mas também em participar da comunidade, interagindo com outros usuários em redes sociais. A criação de comunidades no ambiente digital, segundo Wellman (2001, apud MATOS, 2022), viabiliza o encontro entre pessoas com interesses em comum, ultrapassando limitações físicas de espaço e tempo, para potencializar encontros cultural e étnico.

#### 4. Os Casos de Arlindo e Nills

Para observar a produção de HQs independentes no contexto da internet, os artistas Luiza de Souza (@ilustralu) e Eric Han Schneider (@mongehan) foram escolhidos como estudo de caso, levando em consideração que ambos produzem HQs utilizando das redes sociais com diferentes táticas. Outros fatores que influenciaram a escolha foram a diferença entre os gêneros produzidos e o fato de ambos estarem fora do eixo Rio-São Paulo, permitindo a verificação do uso da internet para o alcance de diferentes públicos sem a necessidade de se localizar geograficamente no espaço de maior facilidade de divulgação.

Como primeiro estudo de caso, a artista Luiza de Souza, natural de Currais Novos – RN, começa a publicar semanalmente a *webcomic* Arlindo (2019) (Figura 6) nas redes sociais *Twitter* e *Instagram*. A história conta o crescimento de um adolescente no interior do Rio Grande do Norte nos anos 2000, sendo voltada para o público jovem LGBTQ+.

Figura 6: Capa do *moments* que reúne as páginas de Arlindo com a programação das postagens.

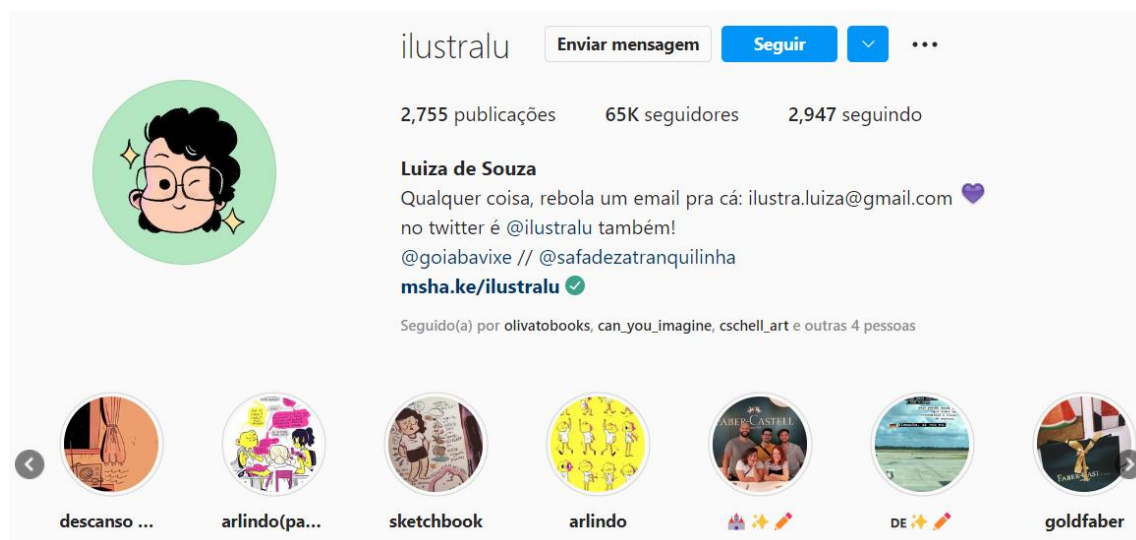


Fonte: <https://twitter.com/i/events/1093180477198999552?s=20>



Ao final de 2020 a autora conclui *Arlindo*, que segue integralmente disponível separado em dois *moments*<sup>8</sup> (Figura 6) no *Twitter* e em dois destaques em seu perfil do *Instagram* (Figura 7), mesmo tendo edição física publicada em 2021 pela editora Seguinte, com pré-venda feita na plataforma Catarse, de financiamento coletivo.

Figura 7: Destaques no perfil @ilustralu com as páginas de *Arlindo*.



Fonte: <https://www.instagram.com/ilustralu/>

O que é interessante de observar nesse caso é a interação da autora com os leitores nas redes sociais, sendo que a cada página publicada, os leitores comentavam sobre o andamento da história, torciam pelos personagens, se emocionavam com os acontecimentos e compartilhavam histórias pessoais. Dessa forma a história de *Arlindo* se tornou uma história de todos, com os leitores participando indiretamente ao se identificarem, ou até diretamente, sendo a inspiração para a artista ao desenhar extras no fundo de algumas cenas.

O apoio no financiamento coletivo foi um sucesso, atingindo todas as metas estendidas, melhorando o produto final, adicionando brindes para os apoiadores e até mesmo possibilitando a doação de exemplares para bibliotecas e instituições sugeridas pela comunidade. O processo da transformação do digital para o livro físico se tornou conteúdo de um documentário em oito episódios chamado “*Arlindo Sou Eu*”, que começou a ser lançado no *Youtube* no dia 17 de maio de 2022. Além de todos os desdobramentos da história, a HQ também recebeu reconhecimento através do prêmio *CCXP Awards 2022*, com cinco indicações dentro da categoria *Quadrinhos*: melhor álbum, melhor colorista, melhor quadrinista, melhor quadrinho e melhor roteirista, levando o prêmio de melhor quadrinho.

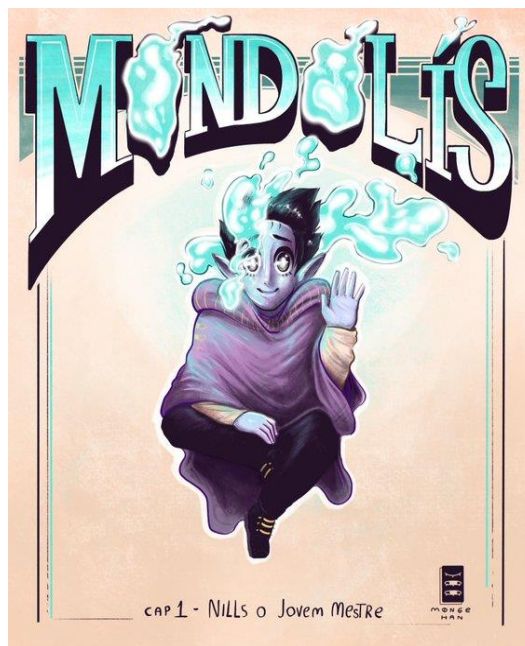
Como segundo estudo de caso, o artista Eric Han (@mongehan), natural de Curitiba – PR, produziu algumas *webcomics*, entre elas “*Criança Amarela*” (2019), “*Hamoni*” (2019) e *Sombra* (2019), que tratam de memórias e reflexões pessoais, publicadas em sua totalidade no *Twitter*, e vendidas como edições físicas com pequenas tiragens em convenções<sup>9</sup>. Em 2021

<sup>8</sup> Ferramenta do Twitter para agregar tweets e organizar melhor histórias.

<sup>9</sup> Convenções são eventos onde há discussão, reflexão e venda de HQs. Alguns exemplos são o Festival Internacional de Quadrinhos (FIQ), em Belo Horizonte, a Bienal de Quadrinhos, em Curitiba, a Comic Con Experience, a PocCon e a PerifaCon, em São Paulo.

começou a produzir a HQ “Mondolís” (Figura 8), que narra sobre um mago chamado Nills sem interesse em cumprir seu destino, e a divulgar usando inicialmente a rede social *Twitter* e a plataforma de compartilhamento de *webcomics* *Tapas.io*, e após traduzir para o inglês, as plataformas *webtoon.com* e *mangaplus*, sendo a última a plataforma de *scans* da editora *Shueisha*<sup>10</sup>. A história de *Mondolís* ainda não foi finalizada e apesar de não haver previsão de publicação física, recentemente seguiu na direção da animação, ao ser dublada com as vozes de João Victor Granja e Bruno Yoshioka e trilha sonora de Jean Quevedo. Essa versão foi publicada no *Twitter* e no *YouTube* em fevereiro de 2022.

Figura 8: Capa do primeiro capítulo de *Mondolís*.



Fonte: <https://twitter.com/MongeHan/status/1347889921395195906>.

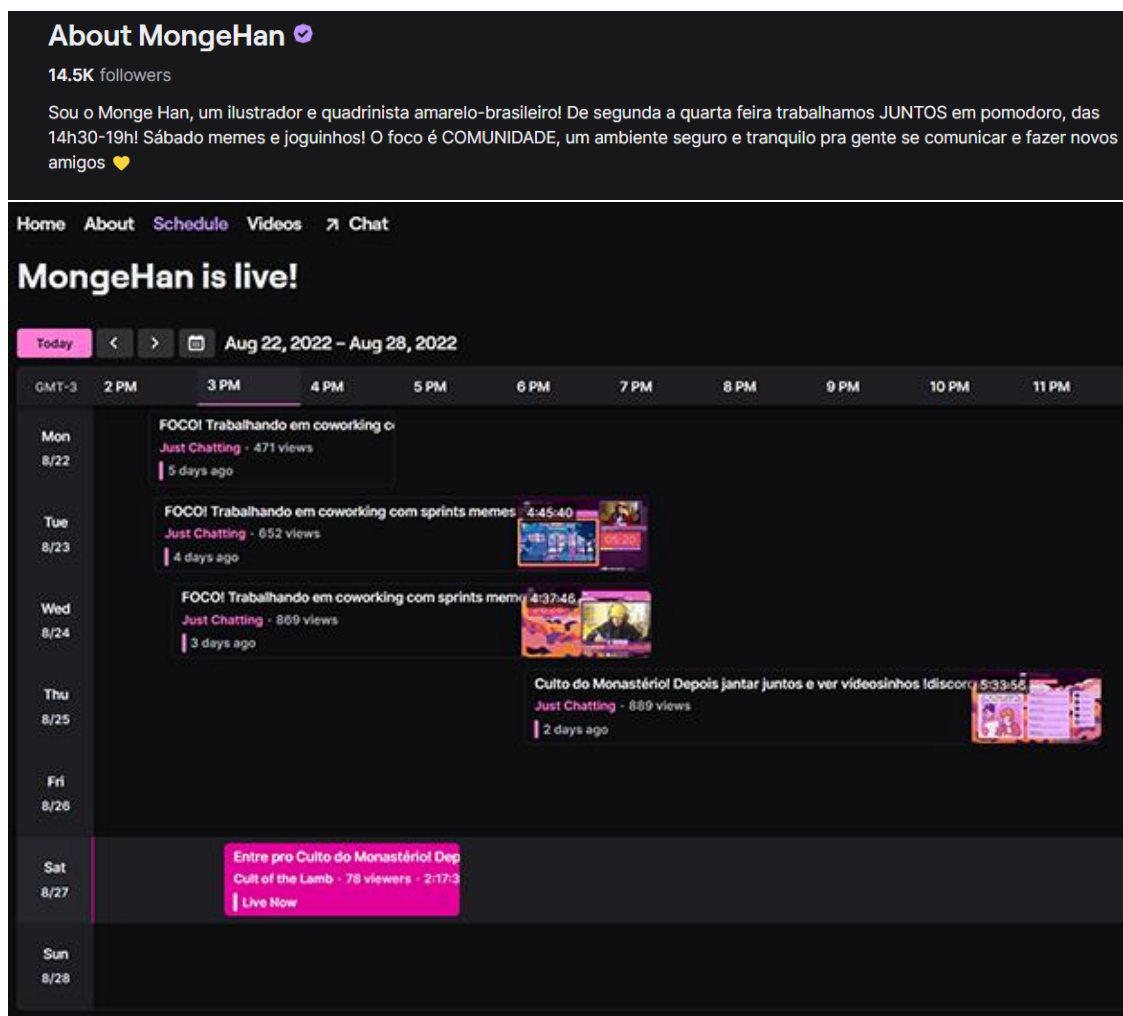
A tática utilizada por esse artista difere da anterior principalmente porque as interações com o público seguidor não são centradas na HQ, mas sim na criação de uma comunidade, apelidada nesse caso de “monastério”. As interações são feitas em diferentes redes sociais como o *Twitter*, *Instagram* e *Twitch*. Eric Han parece utilizar o *Twitter* e o *Instagram* para postagens casuais com conteúdos variados, além de publicação de artes, tirinhas e eventualmente *publis*<sup>11</sup> na ferramenta de *Stories*.

Já a utilização da *Twitch*, plataforma centralizada em transmissão de vídeo ao vivo com interação com o público através do chat, é feita com maior planejamento, existindo uma programação para cada dia (Figura 9). Durante as transmissões o artista desenha as páginas da HQ, produz tirinhas, joga ou assiste algo recomendado ou simplesmente conversa com os participantes online sobre assuntos variados, sendo que a própria programação foi decidida através de um questionário do *GoogleForms* respondido pela comunidade.

<sup>10</sup> Maior editora do Japão, responsável por uma grande publicação de mangás em sua divisão Jump Comics.

<sup>11</sup> Termo comumente utilizado para designar publicidade feita por influenciadores em redes sociais.

Figura 9: Programação de conteúdos semanais no canal da Twitch de @mongehan.



Fonte: <https://www.twitch.tv/mongehan>

## 5. Considerações Finais

Pode-se observar as possibilidades geradas pela distribuição das HQs utilizando a internet em diversos pontos:

Quanto as questões de cópias de enredos e personagens internacionais, e da falta de quadrinhos para segmentos específicos, que eventualmente deixavam leitores “órfãos” (VERGUEIRO, 2017), entende-se que podem ser corrigidas pela maior produção de HQs, de diferentes autores com diferentes contextos de vida, pois dessa forma aumentam-se as possibilidades de histórias inovadoras oriundas de perspectivas únicas, direcionadas para leitores com contextos semelhantes. A facilidade da publicação de HQs de forma independente pela internet, sem a burocracia e pré-requisitos exigidos por editoras e revistas, incentiva que mais autores divulguem seus trabalhos.

Para o problema da falta de profissionalismo, indicada por Primaggio Montovi (apud Vergueiro, 2017), a solução também pode ser encontrada na publicação independente, pois tendo regras mais flexíveis e ditadas pela própria comunidade, permite que não apenas novos autores se familiarizem com a experiência e desenvolvam o ritmo e responsabilidade de

entrega, mas também que criem acordos com os leitores, assim como no caso da Luiza (@ilustralu), que ao não conseguir entregar a página semanal, prometia e entregava aos seus seguidores uma página extra na semana seguinte.

Sobre a característica de universalidade importante para a popularidade, indicada por Vergueiro (2017) na análise de “Mônica”, pode-se substituir pela característica de maior identificação com os leitores, possibilitada pela maior conexão e oportunidades de diálogo entre os leitores e o autor nas redes sociais, o que permite que o autor faça uma melhor pesquisa com seu público e direcione adequadamente a narrativa e a criação dos personagens para garantir a identificação, como é possível perceber no caso de Arlindo e nas trocas realizadas nos comentários de cada página publicada, e no caso de Mondolís, que ao participar do momento de criação da *webcomic*, se sentem mais próximos da mesma.

Ao observar o sucesso dos estudos de caso, é possível verificar que, embora as dificuldades de distribuição do produto físico ainda existam, a fácil distribuição do produto digital, como os “scans” gratuitos, atenua as antigas limitações da localização fora do eixo Rio-São Paulo, tendo efeitos próximos dos citados por Gary Hall (2008, apud BIRCHALL, 2007, p. 52, nossa tradução) sobre acesso aberto à materiais acadêmicos:

[acesso aberto] é entendido em grande parte em termos de proporcionar um aumento na quantidade de material que pode ser armazenado, o número de pessoas que têm acesso a ele, o impacto potencial desse material, o alcance da distribuição, a facilidade de recuperação de informações, redução de pessoal, custos de produção e reprodução e assim por diante.<sup>12</sup>

Tal sucesso dos quadrinhos não precisa necessariamente ser marcado pela evolução para a versão física e impressa, considerando as possibilidades da tela e observando o caso de Mondolís, o qual teve uma versão com locução, produzida de forma independente.

Essas possibilidades geradas pela internet são facilitadas pela criação de capital social, observada nos elementos de investimento e de comunidade nos estudos de caso. Se entendermos o grupo como a comunidade de leitores de HQ, os artistas entram nesse grupo ao investir compartilhando seu trabalho gratuitamente, e segmentam esse grupo inicial formando comunidades em torno do seu trabalho ao interagir de forma mais próxima, criando laços fortes (RECUERO, 2012).

A comunidade criada pelo artista, passa a, em conjunto, reforçar o valor da HQ criada, como um produto que tem relevância, seja por mérito de roteiro, artístico, ou simplesmente por ter sido produzido dentro dessa comunidade. Quanto mais essa comunidade cresce, esse consenso criado abrange mais pessoas, e por meio de laços fracos, a HQ criada tem maior alcance.

Nas redes sociais é possível visualizar o tamanho dessas comunidades e o valor dado ao que é produzido através de métricas como seguidores, curtidas, comentários, republicações e visualizações. Os comentários feitos a cada etapa divulgada de uma HQ geram uma ideia qualitativa do valor dado, quando os leitores engajam com as páginas elogiando, sugerindo continuidades ou até mesmo, no sentido econômico, pedindo por formas de adquirir produtos relacionados ou apoiar o artista financeiramente.

---

<sup>12</sup> “[open access] is understood largely in terms of providing an increase in the amount of material that can be stored, the number of people who have access to it, the potential impact of that material, the range of distribution, the ease of information retrieval, reductions in staffing, production and reproduction costs and so forth.”

Dessa forma, entende-se que os números no perfil de um determinado artista refletem o capital social gerado, o que por consequência facilita que ele alcance editoras e empresas e desperte o interesse de apoio, por acreditar que seu capital social poderá ser efetivamente transformado em capital econômico, assim como a mera associação ao artista aumenta o capital social da própria empresa apoiadora.

Fica claro que, no presente artigo, se apresenta com maior expressão o capital conector (ou laços fracos), pois é ele que com conexões diversificadas implica em uma maior disseminação de conteúdo entre novos públicos, com uma maior gama de informações e oportunidades. Esse compartilhamento pode suprir parcialmente a falta de investimento em *marketing* e *merchandising*, pois a constante presença de personagens e autores em uma rede social já frequentada pelo público gera uma maior familiarização com os mesmos.

De modo específico, o uso de redes sociais para a divulgação do trabalho e a consequente conexão com um grupo de pessoas que compartilham esse conteúdo pode, em princípio, aumentar a percepção do mundo, a interação com pessoas e lugares e experiências diferentes, aumento de ganhos com a divulgação e também um maior retorno do público que pode influenciar o trabalho apresentado.

Conclui-se que, a internet, e em específico as redes sociais, podem ser utilizadas em uma tática de suplantar os obstáculos presentes no mercado tradicional por permitirem não apenas a diversificação de gêneros para alcançar um público diversificado como sugeria Vergueiro (2007), mas também por possibilitar que novos autores entrem no processo da publicação e acumulem capital social, diminuindo as diferenças por questões geográficas, culturais e econômicas. Retoma-se também a importância da capacidade do artista se comunicar e envolver seu público, dita por McCloud (2005) como fundamental para o sucesso da HQ, já que o público leitor é quem, em conjunto, gera o consenso sobre o valor da HQ.

## Referências

ALMEIDA, M. A. de. Mudanças no universo dos quadrinhos: textos, materialidades e práticas culturais. **Revista de Ciências Sociais**, n. 51, p.24-42, jul/dez. 2019. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/29dc229fc425e5072a013ade745a68ad/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2040281>. Acesso em: 22 dez. 2021.

ANDRADE, R. J. C. de; BATISTA, P. C. de S.; OLIVEIRA, L. G. L.; OLIVEIRA, D. M.; QUEIROZ, F. L. Uma análise da cadeia produtiva do segmento de histórias em quadrinhos na indústria criativa cearense. **XXXII Encontro da ANPAD**, Rio de Janeiro, set. 2008. Disponível em: [http://www.anpad.org.br/diversos/down\\_zips/38/ESO-C1066.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/38/ESO-C1066.pdf). Acesso em: 1 mar. 2021.

BIRCHALL, Clare. **Shareveillance: The Dangers of Openly Sharing and Covertly Collecting Data**. Mineápolis: University of Minnesota Press, 2017.

BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. In: RICHARDSON, J. **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. Westport, CT: Greenwood, 1986. p. 241-58.

CERQUEIRA, L. A.; OLIVEIRA, T. D. de. O mercado brasileiro de quadrinhos: a atuação das editoras no Brasil. **Revista das Faculdades Integradas Vianna Júnior**, v. 9, n. 1, p. 190-203, 13 ago. 2018. Disponível em: <https://viannasapiens.com.br/revista/article/view/293>. Acesso em: 22 dez. 2021.

DA SILVA, A. H. Os scans e seu entorno subcultural-colaborativo. **Revista FAMECOS**, v. 24, n. 1, p. ID24841, 2 jan. 2017. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/24841>>. Acesso em: 13 ago. 2022.

EISNER, Will. **Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist**. Nova Iorque: W. W. Norton & Company, 2008.

FRANCO, Edgar Silveira. **HQTRONICAS: do suporte papel a rede internet**. Campinas, SP : [s.n.], 2001.

GRANOVETTER, Mark S. The Strength of Weak Ties. **American Journal of Sociology**. Chicago, v. 78, n. 6, p.1360-1380, maio, 1973.

MATOS, Heloiza. TIC's, internet e capital social. **LÍBERO**, v. 0, n. 20, p. 57–68, 2022. Disponível em: <<https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/636>>. Acesso em: 18 ago. 2022.

MCCLLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos**. São Paulo: M. Books, 2005.

OLIVEIRA, Diego Tomaz de; ALMEIDA, Marco Antônio de. **Produção e circulação de informações sobre HQs no Brasil Contemporâneo**. 2019. Disponível em: <[http://www2.eca.usp.br/jornadas/anais/6asjornadas/artigos.php?artigo=q\\_midia/diego\\_oliveira.pdf&jornada=6](http://www2.eca.usp.br/jornadas/anais/6asjornadas/artigos.php?artigo=q_midia/diego_oliveira.pdf&jornada=6)>. Acesso em: 13 ago. 2022.

PAZ, L. E.; QUELUZ, M. L. P. Curitiba e o Gralha: reflexões sobre a identidade de uma cidade pela ótica de uma história em quadrinhos. **V fórum de pesquisa científica em arte**, Curitiba, 2006-2007. Disponível em: [http://www.embap.pr.gov.br/arquivos/File/liber\\_paz.pdf](http://www.embap.pr.gov.br/arquivos/File/liber_paz.pdf). Acesso em: 3 mar. 2021.

PUTNAM, Robert D. **Bowling alone: the collapse and revival of American community**. Nova Iorque: Simon & Schuster, 2000.

RECUERO, Raquel. O CAPITAL SOCIAL EM REDE: Como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social // SOCIAL CAPITAL IN NETWORK: HOW INTERNET SOCIAL NETWORKS ARE GENERATING NEW FORMS OF SOCIAL CAPITAL. **Contemporanea | Revista de Comunicação e Cultura**, v. 10, n. 3, p. 597–617, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6295>>. Acesso em: 4 Mar. 2022.

RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana ; MONTEIRO, Camila. Fandoms, Trending Topics and Social Capital in Twitter. **AoIR Selected Papers of Internet Research**. Disponível em: <<https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/8217>>. Acesso em: 4 Mar. 2022.

SOUZA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação dos Media**. 2. ed. Porto: Letras Contemporâneas, 2004.

VERGUEIRO, Waldomiro. **Panorama das histórias em quadrinhos no Brasil**. 1. Ed. São Paulo: Peirópolis, 2017.

VERGUEIRO, Waldomiro. A atualidade das histórias em quadrinhos no Brasil: a busca de um novo público. **História, imagem e narrativas**, São Paulo, n. 5, set. 2007. Disponível em: <[https://www.academia.edu/9240544/A\\_atualidade\\_das\\_hist%C3%B3rias\\_em\\_quadrinhos\\_no\\_Brasil\\_a\\_busca\\_de\\_um\\_novo\\_p%C3%ABlico](https://www.academia.edu/9240544/A_atualidade_das_hist%C3%B3rias_em_quadrinhos_no_Brasil_a_busca_de_um_novo_p%C3%ABlico)>. Acesso em: 3 mar. 2021.