

HQs em Convergência: subculturas do consumo e a manifestação colaborativa de uma mídia que espera sobreviver ao digital

Alexandre Honório da Silva*
PPGCOM/UFPE

Índice

Introdução	2
1 Uma Transição em Curso	4
2 Subculturas Dialogam	6
3 Expansão Colaborativa	8
4 Sequencial, Móvel e Renovada	11
Bibliografia	15

Resumo

O artigo analisa a influência das subculturas dos fãs e das comunidades scans na transição das Histórias em Quadrinhos ao digital. Propõe que as representações subculturais do consumo desta mídia exerceram influência significativa para trânsito e emergência desta na direção de interfaces outras propícias à manutenção de sua lógica analógica de

*Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM-UFPE) e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PGCS-UFRN). E-mail: alexandre.honorio@ufpe.br.

consumo. Os formatos e aplicações colaborativos que emergiram das comunidades eletrônicas construídas em torno da preservação das HQs teriam sido cruciais para a transição da experiência de uso encerrada na interface desta mídia.

Palavras-chaves: HQs, Convergência, Consumo, Culturas Colaborativas.

Introdução

A revista de Histórias em Quadrinhos que estava em minhas mãos antes de começar a escrever este artigo era a edição de número 76 de *Green Lantern and Green Arrow*. Nada menos que um clássico. Lançada em julho de 1971, é considerada um divisor por marcar a passagem da “Era de Prata” para a “Era de Bronze”¹, já que o universo das HQs e a cultura em torno delas abriria seus olhos e páginas para a discussão de questões sociais mais abrangentes – como o consumo e abuso das drogas entre jovens. Como disse, um clássico...

Mas o que me chamou a atenção foi perceber que aquela revista não chegara às minhas mãos embalada em sua tradicional interface com folhas reunidas, grampeadas e envolvidas por uma capa, mas em um outro formato: digitalizada e adaptada ao dispositivo de comunicação móvel que tinha em mãos. Não menos que alguns cliques em um *app* instalado em meu *tablet* bastaram para transformar minha experiência de leitura em algo inteiramente diferente.

A sensação fora incrível: com a ajuda do *tablet* e da aplicação que o transformara em uma “banca de revistas de esquina virtual”, tinha finalmente nas mãos uma publicação que possivelmente somente estaria ao alcance dos meus olhos em alguma exposição, feira literária, sebo ou algo deste gênero. Mais uma vez, a sensação fora surpreendente em vários sentidos.

¹As Histórias em Quadrinhos de super-heróis detêm uma divisão informal criada e mantida por seus fãs, separando em eras as diversas fases deste gênero. A “Era de Ouro” corresponde ao surgimento dos primeiros super-heróis na década de 1930 – notadamente a revista *Action Comics #1* que trazia a primeira história do *Superman*; a “Era de Prata”, com a Marvel Comics de Stan Lee e seu *Quarteto Fantástico*; e a “Era de Bronze”, por sua vez, é marcada pela preocupação e abordagem de temas adultos – quando as HQs perderam sua, digamos, inocência.

Entretanto, o que considero importante aqui foi perceber que os processos que me levaram a acessar, selecionar, comprar e, por fim, ler tal publicação resultavam de uma combinação de fatores tecnológico-comunicacionais, sociais e culturais que ultrapassavam a noção de mera digitalização inerentes às HQs. Ali, no instante em que passei a “folhear” aquela revista digitalmente, se desenvolvera um processo de consumo que combinava os limites da ubiquidade tecnológico-comunicacional recente e os humores subculturais de uma indústria em transição.

E tem sido mediante tal recombinação que esta mesma indústria tem percebido como viáveis os novos modelos produtivos ancorados nos usos e resignificações dos seus produtos submetidos à alta tecnologia e aos limites da comunicação e consumo em rede. Entretanto, diga-se, não por seus próprios esforços: esta transformação se desenvolvera inicial e repticiamente no cerne das práticas culturais em torno de sua interface analógica primordial; se desenvolvera ainda submetida à colaboração, aos novos formatos e à adaptação de seu entorno midiático – e, ainda, revolvida por uma dose considerável de participação coletiva.

Este artigo defenderá que o processo que transforma o entorno comunicacional da indústria das HQs e a conduz à realidade econômico-criativa que experimenta contemporaneamente (BENKLER, 2006) resulta deste ambiente de novas oportunidades e das práticas descentralizadas, colaborativas e heterárquicas construídas em torno de uma cultura hipertecnológica de reprodução, preservação e disseminação de sua expressão cultural e de uma reinterpretação de sua interface analógica.

Assim, as HQs experimentariam um ambiente que mescla consumo e interação, construído a partir da manipulação colaborativa das ferramentas de produção e das formas hipermediadas de participação. Um ambiente alicerçado ainda na expressão de uma periferia dos processos de produção/consumo (SCOLARI, 2008) afeita às subculturas das HQs. O artigo sugere que estas práticas colaborativas subculturais de reprodução, distribuição e consumo contribuíram para transformar este mesmo entorno interativo-comunicacional das HQs.

Assim, se esta mídia experimenta esta complexa mudança estrutural, ela deve prestar seu quinhão aos processos periféricos e/ou marginais de digitalização – diferentemente do que se dera, por exemplo, com a indústria do audiovisual – que emergiram desta mesma expansão colaborativa subcultural, e às ferramentas/dispositivos/saberes hipertec-

nológicos e, ainda, ao reconhecimento compartilhado desta transição como um processo econômico-simbólico (BOLLIER, 2008) que tem influenciado as escolhas convergentes desta indústria.

1 Uma Transição em Curso

Assim, chame de *comics*, *bande dessinée*, *fumetti*, *mangá*, *gibi*, etc. Chame esta mídia como quiser, mas, no fim, para darmos o pontapé à reflexão que aqui sugerimos, é necessário reconhecer que os processos que conduziram as HQs em seu processo recente de digitalização – que transpuseram sua interface de um ponto (analógico) até outro (digital e ubíquo) e que, como resultado, vem transformando esta indústria nas últimas duas décadas – refletem não só a expansão dos dispositivos de comunicação digital, mas a percepção que a expressão desta mídia encontra-se implicada por um processo convergente bastante particular – e que afeta não só seu entorno simbólico, mas as subculturas de consumo surgidas em torno de si (JENKINS, 2008).

A interface de uma HQ expressa uma lógica: a experiência de consumo analógica que não só enreda os seus consumidores em uma cadeia individualizante, mas que ao mesmo tempo os vincula através da difusão do que nela se percebe impresso como parte de um texto subcultural.

Teríamos, assim, como resultado desta vinculação, uma espécie de reconstrução simbólico-referencial envolvida pelos usos, práticas e processos culturais que emergem desta indústria? O certo é que em torno das HQs se dá uma espécie involuntária de reconhecimento destes usos; algo que parece intercalar/vincular os modos estratégicos da indústria por trás deste entorno subcultural analógico e algo de tática periférica entre os que consomem seus produtos (CERTEAU, 1994).

Uma primeira afirmação: a transição das HQs e de suas subculturas ao digital resulta de um processo entrópico de apropriação e recombinação de sua interface imediata a partir dos usos que seus consumidores têm feito dela. Esta transição é um processo revolvido pela expressão dos saberes periféricos compartilhados por seus usuários/consumidores e pela multiplicidade colaborativa de suas práticas. Uma transição deste tipo implica, por sua vez, reconhecer os atores envolvidos em tal processo.

Os atores representativos desta transição têm nome: fãs e *scanners*. Os primeiros são parte de uma relação cultural² complexa, já que é difícil negar a posição do fã quando analisamos a cultura das HQs. O fã é a componente cara a esta mídia, já que é em torno dele que sua indústria parece se equilibrar – e depende. A relação do fã de HQs e esta mídia é a consumação de uma relação entre aquele que consome/vê e o que é consumido/visto (JENKINS, 2006).

O *scanner*, o segundo ator, é a metamorfose recente do fã, ora investido com as ferramentas de reprodução e distribuição digital que emergiram com as hipertecnologias e que com elas interpela a indústria que até então apenas o alimentara. O *scanner* é o sujeito por trás desta subcultura derivada da apropriação das HQs pelo fã – e perceber a lógica *scan* implica considerar que esta expressão convive com o que emana da cultura do fã.

O *scanner* é, portanto, alguém que se reconhece como parte de um processo periférico de produção de sentido, mas que ao mesmo tempo se encontra equilibrado nas arestas de sua atividade silenciosa de consumo (CERTEAU, 1994): o motor por trás de uma expressão comunicacional-sequencial intrínseca ao processo hibridizado/hibridizante que envolve o entorno digital em que as HQs parecem se equilibrar – e é em torno desta criatura que esta tem procurado renovar-se.

Mais que apenas um entusiasta do que consome, o *scanner* se deixa entorpecer pelo que recombina (MANOVICH, 2008). Esta relação entre consumo e reprodução hibridizadas é a principal engrenagem por trás da transição a que nos referimos alguns parágrafos acima e da qual a subcultura *scan* se sobressai como expressão mais recente - implicando esta complexa interface em mutação (WOLK, 2011) fruto deste processo confuso e atípico.

Se até a primeira metade da década passada, consumidores e indústria das HQs mantinham um casamento aparentemente perfeito, equilibrado nas criações e apropriações aparentemente “acordadas” entre si, é porque ambos compreendiam os limites que cada qual impusera a esta relação de consumo.

²É a cultura produzida por amadores e entusiastas a partir do que é extraído a partir de uma matriz cultural comercial (JENKINS, 2008); a adoção de uma expressão da indústria cultural e sua releitura promovida por seus consumidores.

2 Subculturas Dialogam

Um recorte: em meados de 2002, a *Recording Industry Association of America* (RIAA) direcionara seu arsenal legal para dois ícones das subculturas da distribuição e do compartilhamento de áudio em formato MP3: foi assim que *Napster* e *Audiogalaxy* tiveram em pouco tempo um fim melancólico, resultado dos inúmeros processos e revolvidos pela perseguição de uma indústria acuada pela evolução que estas duas plataformas representavam até então.

Napster e *Audiogalaxy* foram os responsáveis primordiais por envolver a indústria do audiovisual na cadeia colaborativa e transformadora das redes (BENKLER, 2006). Mesmo com as pressões e reações daqueles por trás dela – procurando resistir ao processo em curso –, o estrago já estava feito: o exemplo de apropriação, subversão e redistribuição comunais serviria de modelo para outras expressões midiáticas e colaborativas – dentre outras, as comunidades *scan* construídas em torno das HQs.

A subcultura *scan* apreendera daquele período de transformação das indústrias do audiovisual, acompanhando os problemas e dilemas do MP3 e das comunidades dedicadas a sua distribuição, que a expressão de suas práticas de criação/reprodução dependia não apenas da reinterpretação daquilo que experimentavam, mas de como estas estimulariam os limites desta experiência nova e estimulante de consumo (CALVI; SANTINI, 2011).

Esta subcultura emergente terminaria por compreender que o grande mérito da subcultura *DIY*³ do MP3 e seu cerne colaborativo não residia na possibilidade de um livre trânsito da música através da rede, mas de um outro atributo primordial desta indústria: a capacidade que o produto desta indústria detinha de vincular, de estabelecer interligações simbólicas entre seus consumidores e disseminar a expressão do outro através de uma experiência minimamente compartilhada.

Aplicações como *Napster* e *Audiogalaxy*, no auge da explosão da subcultura MP3, expandiriam os usos individuais do audiovisual en-

³Um acrônimo para a frase *Do It Yourself* ou *Faça Você Mesmo*, filosofia popularizada na segunda metade da década de 1970 por grupos anarquistas e pelo movimento punk. O conceito *DIY* ganhara novos contornos com a disseminação das tecnologias em redes e das comunidades organizadas em torno delas.

quanto expressão simbólica, vinculando participação e implicação enquanto representações de uma esfera comum a esta experiência mediada colaborativamente pela troca de um produto comum: a música embalada para consumo e disponível sempre para o outro (BENKLER, 2006).

O surgimento da subcultura *scan* – de comunidades dedicadas à reprodução e distribuição digitais de HQs a partir da primeira metade da década passada - coincide com o período em que o compartilhamento do MP3 adotara o *peer-to-peer* como filosofia hipertecnológica (e também como uma forma de fugir dos percalços impostos pela indústria do audiovisual). Assim, em duas diferentes instâncias culturais – e industriais –, as ferramentas foram adaptadas para atender uma expressão emergente: este fora um dos aspectos que possibilitariam à subcultura *scan* retirar de seu caminho alguns obstáculos (SHIRKY, 2008).

Até meados de 2004, a manifestação colaborativa desta subcultura estava expressa em websites e fóruns eletrônicos como *Z-CultFM*⁴, *The Comic Central*⁵ ou *Scans Daily*⁶ totalmente dedicados à digitalização e preservação – e, obviamente, distribuição – das HQs em algum formato digital.

Através destas comunidades se dava a disseminação da filosofia *scan*, das interconexões entre consumidores, dos serviços P2P e dos provedores de armazenamento remoto como *4Shared*, *Rapidshare* ou *Megaupload* (BARRERO, 2009): usuários destas comunidades reproduziam, restauravam, armazenavam e disseminavam suas HQs, compartilhando estas experiências e suas impressões sobre uma indústria que não os compreendia.

Isso porque, bem diferente da reação das gravadoras em relação ao culto ao MP3, a indústria das HQs não se interessou - ou pelo menos fingia não se interessar - pelo fenômeno *scan* (TAVARES, 2007). A impressão recorrente era que esta indústria interpretava as comunidades de scanners como um reflexo seu e, mais que um problema para seu oscilante e por vezes complexo negócio, elas representariam uma espécie de distorção inesperada convertida em estímulo à participação para antigos e novos consumidores (WOLK, 2011).

⁴<http://www.zcultfm.com/>.

⁵<http://www.comic-central.cc/>.

⁶<http://scans-daily.dreamwidth.org/>.

Foi sob esta atmosfera que os *scans* se desenvolveram ainda na primeira metade da década passada: de um lado fãs de HQs de toda a ordem digitalizavam coleções inteiras de revistas em todos os formatos e as disponibilizavam/compartilhavam através de suas comunidades; de outro, sua indústria apenas acompanhava o desenvolvimento dos *scans*, combatendo um ou outro excesso (CRONIN, 2009), mas sem demonstrar muita preocupação com o que seus consumidores faziam daquilo que ela produzia.

As HQs encontravam-se assim envolvidas por estes consumidores organizados em verdadeiros entrepostos de colaboração compartilhada, cujo resultado mais visível era a recombinação de usos/práticas de subculturas do consumo em ebulição com a emergência das novas formas de produção/distribuição/consumo hipertecnológicos (SCOLARI, 2008).

Não demoraria, porém, para que esta subcultura ganhasse, como se dera com a cultura do MP3, um formato próprio capaz de expressar sua organização e possibilitar sua mais ampla disseminação. Afinal, foram as escolhas estratégicas colaborativas desta manifestação periférica do consumo das HQs na direção da adoção de novos padrões de interação que constituiram os laços seletivos que o *scan* estabelecera em torno de si (CASTELLS, 2003) e que terminaria por influenciar sua indústria originária.

3 Expansão Colaborativa

Não há um registro consistente sobre quando as primeiras HQs digitalizadas empregando o formato *Comic Book Archive File* surgiram. As primeiras edições neste formato apareceriam entre os anos de 2002 e 2004 nas comunidades e fóruns dedicados à digitalização desta mídia. Entretanto, antes do surgimento do formato, as comunidades *scan* empregavam comumente o padrão *Portable Document Format* (PDF), desenvolvido pela Adobe Systems, para difundir seu credo.

Porém, o formato *Comic Book Archive File* logo ganharia maior destaque nestas comunidades por sua funcionalidade – mesmo que atualmente os dois formatos convivam em relativa harmonia. A reunião de páginas digitalizadas nos padrões JPG, TIFF ou PNG, ordenadas e submetidas a algum padrão de compressão de dados – geralmente

nos extensões CBR ou CBZ – transformaram o formato *Comic Book Archive File* em um fenômeno entre os usuários destas comunidades.

Aqui cabe um outro paralelo com a subcultura do MP3: em seus primórdios, antes dos tocadores portáteis destes arquivos se popularizarem – como acontecerá com a família *Ipod* da Apple ou com o tocador *Zune* da Microsoft –, o *Winamp* se notabilizara durante muito como espécie de aplicação-padrão para a execução de arquivos de audio neste formato.

Com a subcultura *scan* se deu algo semelhante: na mesma medida em que o formato *Comic Book Archive File* se tornava mais e mais popular, uma aplicação logo se transformaria em espécie de sinônimo desta cultura: o *Cdisplay*. O aplicativo, criado pelo programador David Ayton, em 2003, logo se popularizaria nas comunidades *scans* e tornando-se em uma espécie de padrão entre os entusiastas da subcultura *scan* e desenvolvedores – inclusive quando da introdução deste tipo de aplicação nos dispositivos móveis de comunicação, gerando aplicações semelhantes.

Foram os usos desta instância que combinava um invólucro ideal (o formato *Comic Book Archive File*) e um modelo de consumo ideal (o advento do padrão inaugurado por aplicações derivadas do *Cdisplay*) pelas comunidades *scan* os responsáveis não só pela disseminação desta subcultura, mas por proporcionar as primeiras reinterpretações possíveis da interface analógica das Hqs em seu trânsito ao digital; um processo, portanto, envolto pelas práticas recorrentes, cultivadas colaborativamente recorrendo à lógica convergente de produção/reprodução e consumo (CALVI; SANTINI, 2011) advindo da subcultura *scan*.

Jenkins afirma que uma das marcas da convergência das mídias tem sido o deslocamento dos conteúdos produzidos/disseminados de uma cultura midiática na direção de outros suportes e de novas perspectivas de acessibilidade, mediante o estabelecimento de relações mais complexas entre as interfaces/produtos e a manifestação participativa de suas audiências (JENKINS, 2008).

O formato *Comic Book Archive* e o *Cdisplay* não foram apenas os motores para a disseminação da subcultura *scan*, mas a expressão primeira da remodelagem convergente de uma mídia analógica em sua transição ao digital; de um deslocamento entre interfaces e entre modelos de consumo. No fim, é possível considerar que estas duas compo-

nentes compunham o esforço colaborativo-social responsável pela reescrita das componentes mais básicas do consumo desta mídia frente às tecnologias da informação e interação (MANOVICH, 2008).

Como resultado da prevalência dos humores de tal esforço colaborativo, em torno das HQs se desenvolveria um processo compartilhado que recombina a fidelidade de seus fãs às formas de produção/distribuição (JENKINS, 2008) e que, mais tarde, se configuraria em espécie de convite a toda uma geração de potenciais fãs nativos digitais que descobririam, enveredando por comunidades dedicadas à digitalização, a expressão desta indústria em sua forma e atemporalidade.

Não a toa, a título de ilustração, comunidades brasileiras como *Só Quadrinhos*⁷ ou *GibiHQ*⁸, inseridas dentro da disciplina subcultural periférica de digitalização e distribuição de HQs, adotariam não apenas a lógica de produção de comunidades *scanners* consolidadas no cerne desta subcultura como *DCP* (Digital Comics Preservation Front) ou *Minutemen* – a filosofia “*like it, buy it*”, incluída –, mas acrescentariam outras componentes ao processo: além da digitalização, a tradução, o letreiramento e a diagramação integrariam a cadeia de produção colaborativa da atividade *scan*.

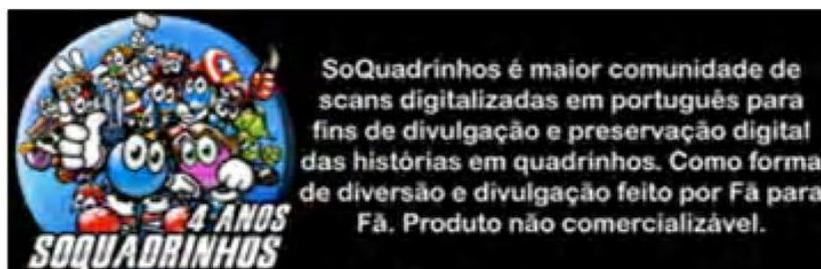


Gráfico 1 – Descrição que acompanha os scans da comunidade SoQuadrinhos e que funciona como espécie de “carta de princípios” do grupo

O “gostou? compre!” estampado em muitos *scans* é, portanto, um conceito que implica não apenas a vinculação através do consumo do

⁷<http://www.soquadrinhos.com>.

⁸<http://www.gibihq.com.br>.

que estas comunidades produzem, mas o suporte ao que alimenta tais subculturas colaborativas; um conceito que reconhece que mesmo envolvidos em uma cultura colaborativa horizontal e comunitária, seus colaboradores/consumidores devem uma contrapartida implícita à matriz de sua expressão periférica.

Assim, a indústria das HQs encontrara nestas comunidades e nas subculturas de reprodução e redistribuição formadas em torno de si – e no desequilíbrio hipermediado que impresso no consumo colaborativo que elas encerram – alguns dos elementos caros não apenas a sua manutenção enquanto expressão, mas à construção do processo convergente que ora experimenta.

4 Sequencial, Móvel e Renovada

Sob certas condições, uma mídia e sua expressão simbólica mais evidente podem experimentar um ponto convergente em que interface e conteúdo podem – com alguma frequência – se confundir. As HQs detêm algo desta lógica quando percebemos que sua interface analógica tradicional se confunde muitas vezes com o que expressa. Não por acaso, este tem sido um dos entraves das HQs em seu trânsito convergente: manter um equilíbrio entre a experiência de consumo analógico que a caracteriza e o signo da inovação que a assedia.

O principal mérito da subcultura *scan* tem sido antecipar algo do colapso desta barreira invisível – adotando a preservação da experiência de consumo inerente às HQs mesmo quando submetida às dinâmicas convergentes. As HQs inseridas no contexto destas comunidades emulam o credo de outras expressões culturais revolvidas pelo digital: se remediam, hibridizam e mantêm uma aura de continuidade, mesmo envolvida pelo abraço hipertecnológico e comunicacional (MANOVICH, 2008).

Aplicações como *Graphic.ly* e *Iverse* foram duas das primeiras experiências digitais para leitura de HQs voltadas aos dispositivos móveis de comunicação digital. Estas aplicações não apenas transpuseram as HQs para este entorno interativo-comunicacional, mas foram aquelas a apresentar à indústria como se daria sua paradigmática transição: além da exibição, as duas aplicações apresentavam uma interface que possibilitava ao leitor adquirir para seu dispositivo – ou armazenar remota-

mente –, uma edição de sua HQ favorita e interagir com o produto desta indústria diretamente.

A cargo de aplicações como *Graphic.ly* e *Iverse* se desenvolveram os novos espaços interação que possibilitariam às HQs a ampliação de seu espectro.

Iniciativas ancoradas no entendimento entre comunidades e editoras, considerando o entorno hipertecnológico em construção, prometiam uma revolução para esta indústria. Por sua vez, como se dera com as culturas do audiovisual envolvidas pelas hipertecnologias da informação/comunicação, as editoras de HQs tinham suas próprias interpretações do que significava o digital.

A *Zuda Comics*, da DC, por exemplo, apostava no formato/conceito *webcomic* – uma idéia que remetia às primeiras experiências que procuraram traduzir para a *Web* a arte sequencial das HQs –, mas este projeto mais parecia uma competição entre artistas dentro do ambiente criado pela editora do que uma promessa de transformação. O projeto, nascido em 2007, foi descontinuado em 2010 graças à incipiente resposta que obteve.

O serviço *Marvel Comics Unlimited*, criado também em 2007 pela Marvel Comics – aparentemente atenta ao que emergia das comunidades de fãs e ao que expressavam os nativos digitais curiosos por esta indústria –, apostava na tradição da editora e em seu acervo, mas, no fim, criara um problema para seus leitores ao investir em um modelo que tirava dos leitores algo muito caro: a posse do que pagavam para consumir.

Para Marvel e DC, como para outras editoras de HQs até então, o leitor afeito ao entorno comunicacional-digital não parecia importante o suficiente – algo ainda evidenciado na maneira como as editoras interpretavam a disseminação das práticas colaborativas de consumo promovidas por seus consumidores. Esta percepção ficava demonstrada, ainda, no desinteresse desta indústria em reduzir a distância que as separava de um público consumidor potencial classificado por ela como “fãs atrasados ou leitores curiosos, eventuais e que estariam à procura de HQs pela primeira vez através de seus dispositivos” (WOLK, 2010).

A ascensão dos formatos e aplicações colaborativas desenvolvidas à margem da indústria – e de dispositivos de comunicação cada vez mais investidos pelos atributos da ubiquidade e mobilidade – fizeram com

que as HQs convivessem ao mesmo tempo com seu processo convergente e, por outro lado, tivessem que lidar com o desconhecimento de sua indústria originária da ampliação dos espaços de consumo/implicação compartilhados por seus usuários/consumidores (SCOLARI, 2008).

Nesta atmosfera de interação entre comunidades scans, novas interfaces e novas formas de interpelar/interpretar a indústria das HQs, a independência terminaria por inaugurar, por um lado, a tendência que contemporaneamente conduzira esta mídia às telas dos dispositivos móveis de comunicação – como *smartphones* e, mais recentemente, *tablets* – e por outro retiraria as editoras de sua posição de aparente inércia frente à disseminação das HQs em formatos digitais.

Iverse e *Graphic.ly* demonstrariam que a percepção do digital e do seu potencial por estas editoras estava, senão atrasada, equivocada quanto ao que seus consumidores realmente queriam. A lógica colaborativa das comunidades *scan* terminaria por engendrar esboços viáveis que possibilitariam a expressão do que emergia destes entornos de produção e consumo simbólico.

Mais: as novas aplicações que surgiram deste entorno contavam com a instantaneidade e ubiquidade dos dispositivos com os quais interagem, apostavam não apenas na multiplicidade de contatos, mas na manutenção destes como uma cadeia de valor agregado e compartilhável.

Quando os primeiros *tablets* surgiram, em meados de 2010, o potencial destas aplicações se tornara evidente. Para lidar com este novo ambiente comunicacional esta indústria se vira obrigada a estabelecer parcerias com aqueles que desvendaram este novo modelo. Neste contexto, o exemplo emblemático desta transformação é o surgimento do serviço *Comics by Comixology*.

Nascido em 2007, inicialmente como uma comunidade que disponibilizava um serviço online de *pull-list*⁹ para fãs de HQs, a *Comixology* sofreria uma metamorfose em 2010 quando, além da sua tradicional lista, se transformaria em uma plataforma para comercialização de HQs em formato digital para *smartphones* e *tablets* – como *Iverse* e *Graphic.ly*.

⁹Nos EUA, as *pull lists* são prévias semanais das edições lançadas semanalmente, uma vez que são comuns nas *comic stores* as listas de reserva para compradores habituais.

Além das edições neste formato, o *Comics by Comixology* também estendera sua atuação permitindo a compra de HQs impressas e sua retirada em *comic stores* – permitindo que os usuários de seu serviço também pudessem escolher o formato que bem entendessem. Assim, com a recente disseminação de tablets e de outros suportes digitais, a indústria que antes demonstrava receio em relação a este ambiente aparentemente caótico, percebera neste um novo lugar de interação.

Assim, como Wolk (2011) sugere, a ascensão de aplicações como *Comixology*, *Iverse* e *Graphic.ly* evidenciava o apelo de uma geração de nativos digitais por uma indústria que se recusara a reconhecê-los em um primeiro momento mas que, diante de sua expressão colaborativa, seria submetida a sua manifestação. Para o pesquisador, estas aplicações representam a resposta de uma geração que se desenvolvera tendo a subcultura *scan* como sua única opção de acesso a HQs em formato digital.

Aplicações como *Comixology* representam, sobretudo, a interseção de uma indústria que ainda enfrenta sua transição e lida com toda uma geração de consumidores em potencial. Os dispositivos móveis de comunicação, as tecnologias de produção, reprodução e distribuição nas mãos de fãs ou outros afeitos às transformações do entorno comunicacional que envolve esta mídia terminam por empurrá-la para além dos limites tecnológicos tradicionais que tradicionalmente a envolviam.

A transformação que as HQs experimentam podem ser analisadas como algo imprevistas, mas, mesmo sob tal atributo, a conversão delas ao digital não instilou o temor que outras indústrias experimentaram ao longo das últimas décadas frente às metamorfoses hipertecnológicas de seu entorno simbólico.

No universo particular das HQs, as tecnologias do digital representaram, em um primeiro momento, um lugar inesperado e, fruto do receio, ignorado; em seguida, um espaço potencial promissor, mas ainda estranho e temível; e, por fim, um presente tecnologicamente manifesto e aceito em todas as suas vibrantes variações culturais.

As “duas grandes” – DC e Marvel Comics – ora abraçam aplicações como *Comixology* (PEARL, 2011), *Graphic.ly* ou *Iverse* reconhecendo nelas o viço das quartas-feiras futuras¹⁰. A indústria das HQs percebera contemporaneamente que a imprevisibilidade do entorno hipertec-

¹⁰Dia da semana em que tradicionalmente as HQs chegam à comic stores nos EUA.

nológico que a envolvia proporcionara àqueles que dela se enredaram – e que compreenderam o mosaico complexo investido pelo manto da digitalização e da ubiquidade convergentes que ela ostenta – uma experiência de consumo tão potencialmente rica quanto aquela que a caracterizara até então.

Este, portanto, é o momento atual de uma expressão cultural que parece sobreviverá ao assédio das hipermídias e do potencial transformador que os usos delas inspiram.

Bibliografia

- BARRERO, Manuel. Cómics digitalizados: Promoción y preservación de las publicaciones con historietas en los espacios hipermedia. *Diálogos de la Comunicación*, Espanha, n. 78, dez. 2009. Disponível em: <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/articulos/pdf/78BarreroManuel.pdf/> Acesso em 16 Mai. 2011.
- BENKLER, Yochai. *The Wealth of Networks – How Social Production Transforms markets and freedom*. Londres: Yale University Press, 2006.
- BOLLIER, David. *Viral Spiral – How the Commoners Built a Digital Republic of Their Own*. New York: The New York Press, 2008.
- CALVI, Juan C.. SANTINI, Rose Marie. La Cultural de Internet. In: MONZONCILLO, José Maria Álvarez. *La Televisión Etiquetada – Nuevas Audiências, Nuevos Negócios*. Madrid: Fundación Telefónica, 2011. p. 103-125.
- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet – Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 2003.
- CDISPLAY. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2010. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=CDisplay&oldid=420384531>. Acesso em: 22 maio 2011.

- COMIC BOOK ARCHIVE FILE. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2010. Disponível em: http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Comic_Book_Archive_file&oldid=429865947/. Acesso em: 21 Mai. 2011.
- CRONIN, Brian. *The End of Scans Daily? Comics Should Be Good!* Los Angeles, USA, Fev. 2009. Disponível em: <http://goodcomics.comicbookresources.com/2009/02/28/the-end-of-scans-daily/>. Acesso em: 20 Mai. 2011.
- DE CERTEAU, Michel. *A Invenção do Cotidiano – Artes de Fazer*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1994.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- JENKINS, Henry. *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press, 2006.
- MANOVICH, Lev. *Software Takes Command*. Versão de 20/11/2008. Disponível em: http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.pdf. Acesso em 12 Jul. 2011.
- PEARL, Kevin. *Marvel Digital Comics Expands Availability to Comixology Web Store*. Comixology.com. New York, Jul. 2011. Disponível em: <http://blog.comixology.com/2011/08/10/marvel-digital-comics-expands-availability-to-comixology-web-store/>. Acesso em 05 Ago. 2011.
- SCOLARI, Carlos. *Hipermediaciones – Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2008.
- TAVARES, Artur. *Será o Scan o Maior Vilão dos Quadrinhos? Sedentario.org*. São Paulo, Ago. 2007. Disponível em: <http://www.sedentario.org/internet/sera-o-scan-o-maior-vilao-dos-quadrinhos-2068/>. Acesso em 16 Mai. 2011.

WOLK, Douglas. The iPad Could Revolutionize the Comic Book Biz – or Destroy It. *Wired.com*. New York, Jul. 2011. Disponível em: http://www.wired.com/magazine/2011/06/ff_digitalcomix/. Acesso em 16 Jul. 2011.