

ACADEMICZINE

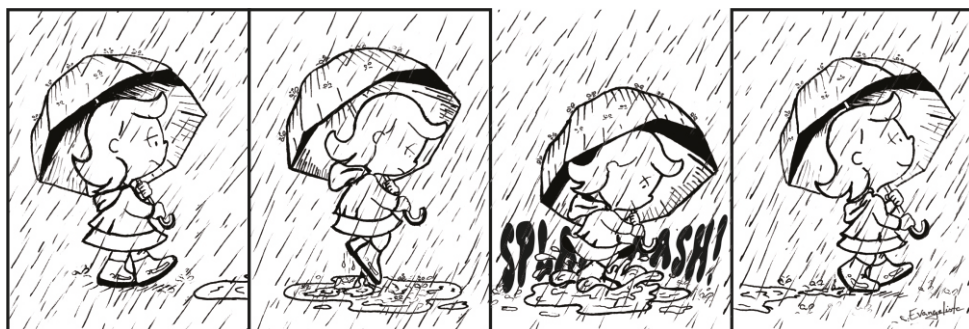
N. 7 – outubro 2025



METAVERSO DE OPORTUNIDADES

UMA PROPOSTA DE ADAPTAÇÃO PARA A INDÚSTRIA DOS QUADRINHOS

DOCTORANDO: EDUARDO EVANGELISTA
ORIENTADOR: CLAUDELINO MARTINS DIAS JUNIOR



Academiczine

N. 7 – outubro 2025

O Academiczine é um fanzine proposto por

GazyAndraus (São Vicente, SP), yzagandraus@gmail.com

Edição 7: Metaverso de oportunidades: uma proposta
de adaptação para a indústria dos quadrinhos

Montagem e coedição pela editora Marca de Fantasia :

<https://www.marcadefantasia.com-marcadefantasia@gmail.com>

Imagem de capa: Eduardo Evangelista (2025)

RESUMO

Os quadrinhos têm se consolidado como um meio de entretenimento ao longo das décadas, adaptando-se continuamente para atrair novas gerações de leitores. Quadrinistas, editoras e empresas do setor devem estar atentos às transformações promovidas por diversos campos, seja no âmbito cultural, social ou tecnológico. Sobretudo as transformações tecnológicas, que têm moldado de forma acelerada inúmeros aspectos da vida moderna. Uma das mudanças mais recentes ocorreu em 2021, quando a empresa Facebook alterou seu nome para Meta, anunciando investimentos em uma estrutura digital de interação e imersão, conhecida como metaverso. Em meio a pandemia de Covid-19, tal anúncio provocou desafios e oportunidades para diferentes segmentos, incluindo a indústria de

quadrinhos. Diante das possibilidades associadas à inserção do metaverso na vida cotidiana, faz-se oportuno a realização de estudos para compreender os benefícios e os desafios que traz consigo para a sociedade e para as empresas. Nesse contexto, este estudo tem como objetivo propor um modelo de adaptação (remediação) dos quadrinhos para o metaverso, que viabilize oportunidades de negócios para quadrinistas independentes e empresas do setor, fundamentada nos aspectos metodológicos do design thinking e na estrutura de camadas do metaverso proposta por Jon Radoff (2023). Como resultado, o modelo proposto cria oportunidades para o mercado das histórias em quadrinhos inovar suas narrativas e atrair novos consumidores, com experiências imersivas e interativas.

Doutorando

Eduardo Evangelista

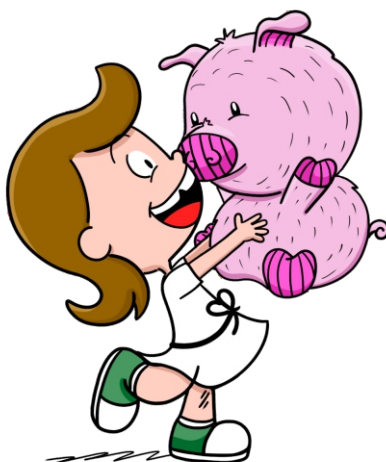
Orientador

Claudelino Martins Dias Junior

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Design.

Acesse a tese completa pelo link ou QR Code

<https://pergamum.ufsc.br/acervo/394145>



1. A INDÚSTRIA DOS QUADRINHOS

O mercado digital enfrenta dificuldades em consolidar as ferramentas digitais ao que é esperado pelas editoras, autores e consumidores. Essa dificuldade decorre de uma visão superestimada dessas tecnologias que são tratadas como inovações capazes de solucionar problemas relacionados à leitura, seja no âmbito cultural, educacional ou financeiro. Tal perspectiva reflete uma abordagem que, ao delegar às novas tecnologias a responsabilidade pelas mudanças, revela um comportamento comodista diante das grandes transformações sociais (Cardoso; Domingos, 2016).

A evolução tecnológica, aliada ao crescimento da internet e a popularização de aparelhos portáteis como *tablets* e *smartphones*, proporcionou à indústria de quadrinhos, que demonstrava receio em relação a este ambiente, um novo espaço de interação, reduzindo custos de distribuição e ampliando o alcance global. Entretanto, essa mesma tecnologia que impulsionou o mercado de quadrinhos, facilitou também a distribuição não autorizada por meio de *sites* e *blogs* considerados piratas.

Com o sucesso das distribuições gratuitas, grupos de usuários se reuniam para efetuar as traduções das páginas originais escaneadas e publicá-las na rede mundial de computadores. Mesmo não existindo

números sobre essa atividade, é inegável que serviu para a popularização das HQs no mundo inteiro, principalmente em relação aos quadrinhos americanos e japoneses (Cardoso; Domingos, 2016).

Contudo, a partir do lançamento da *Comixology*, uma plataforma digital que facilita a aquisição e a leitura de quadrinhos, a venda das HQs oficiais cresceu. No Brasil, a *Social Comics*, do grupo Omelete, destaca-se como pioneira no mercado nacional desde seu lançamento em 2015.

Além da *Comixology* e *Social Comics*, outras empresas oferecem serviços semelhantes,

como a plataforma *Tapas*, *Line Webtoon*, *Twitch*, *Tumblr* e *Patreon* (Silveira, 2024). Há também a plataforma brasileira *Funktoon*, criada com uma parceria da Editora Guará com a produtora Media Bridge, e tem como foco

quadrinhos nacionais, de modo a criar oportunidades para que as histórias sejam lidas de modo gratuito ou por meio de uma assinatura mensal, que fornece o acesso completo (Naliato, 2023).

O financiamento coletivo (*crowdfunding*) em plataformas como o *Catarse* representa outra alternativa para monetização de quadrinhos digitais. Para muitos quadrinistas e artistas, esta é uma oportunidade de obter recursos financeiros para viabilizar seus projetos sem intermediários ou altas taxas de publicação.

**A EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA,
ALIADA AO CRESCIMENTO DA
INTERNET [...] PROPORCIONOU
À INDÚSTRIA DE QUADRINHOS,
UM NOVO ESPAÇO
DE INTERAÇÃO,**

2. METAVERSO

Alves(2019)define o prefixo “meta” como mudança, posteridade, transcendência, uma possibilidade de transformação segundo a tradição gramatical e lexicográfica em língua portuguesa e complementa o valor semântico como comunidade e participação. E “verso” faz referência à palavra universo, que traz a ideia de “tudo aquilo que existe”

Apesar de diversas obras utilizarem o conceito do metaverso, termo cunhado por Neal Stephenson, em 1992, no livro *Snow Crash*, o termo ainda não possui uma definição consensual ou uma descrição consistente, trata-se de um exercício sobre uma visão futurista e especulativa.

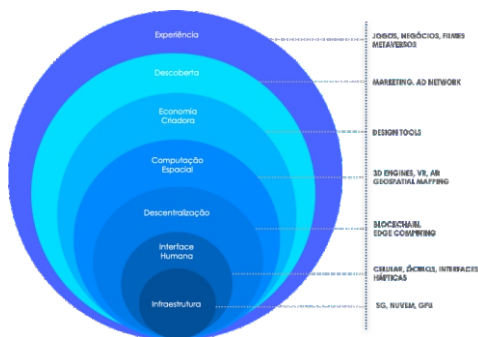
Compreende-se que o metaverso está sendo projetado para ser uma extensão da internet, onde as pessoas possam imergir com o uso de avatares em um universo coletivo de mundos virtuais interconectados, que fornecem oportunidades de exploração em diversas áreas como as de criação, de entretenimento, de comunicação, de aprendizado e de negócios, de maneira que se encontrem e interajam em um ambiente síncrono, com as sensações do mundo real, sendo esse conceito utilizado para efeito deste estudo. Enquanto a tecnologia evolui e a conectividade aumenta, a visão de Stephenson sobre o metaverso está cada vez mais próxima de se tornar realidade acessível e aplicável.

As camadas do metaverso

A concretização do metaverso, contudo, exige uma grande infraestrutura sustentada

por uma cadeia de valor de mercado. Jon Radoff(2021)propõe uma estrutura composta por sete camadas, que abrangem as experiências que as pessoas buscam até as tecnologias facilitadoras que tornam o metaverso possível (Figura 01).

Figura 01: Camadas do metaverso



Fonte: Jon Radoff (2021)

1. **Experiência:** representa a manifestação visível do metaverso para o usuário;
2. **Descoberta:** refere-se à maneira como os usuários encontrarão novas experiências no metaverso;
3. **Economia Criadora:** contém toda a tecnologia que os criadores utilizam para criar;
4. **Computação Espacial:** representa toda a tecnologia capaz de integrar o mundo real e o digital;
5. **Descentralização:** explora modelos de arquitetura abertos e descentralizados;
6. **Interface Humana:** dispositivos tecnológicos que promovem a experiência imersiva no ambiente digital; e
7. **Infraestrutura:** tecnologia que disponibiliza aos nossos dispositivos a conexão à rede e o acesso ao conteúdo.

3. PROPOSTA MODELO DE INTERAÇÃO

Figura 02: Modelo Prisma



Fonte: Do autor (2023)

Para desenvolver o modelo de viabilização econômica empresarial foram utilizadas as premissas do design thinking, considerando as camadas do metaverso proposto por Jon Radoff, sendo direcionado às etapas de desenvolvimento da indústria dos quadrinhos.

O modelo Prisma (Figura 02) é desenvolvido com base nos principais métodos do design thinking proposto pela empresa IDEO.

Esse modelo pode ser aplicado em projetos que propõem a imersão total em ambientes virtuais, assim como naqueles que utilizam tecnologias de realidade aumentada ou mista. As etapas são formadas por Inspiração, momento dedicado a identificar as oportunidades do mercado, realizar pesquisas e conhecer o público-alvo. Na etapa seguinte, Analisar, as informações coletadas são organizadas e averiguadas.

Na fase Definir são determinados os Fatores Técnicos, como as tecnologias necessárias e a estrutura para a criação do ambiente virtual no metaverso. E também os Fatores Humanos, como a escolha de interfaces e a usabilidade do ambiente virtual para proporcionar uma experiência agradável ao usuário.

A seguir, na etapa Idealizar, com as informações definidas, é o momento em que são verificar as condições ambientais, como a escolha de data centers que adotem práticas eficientes em termos de energia, redução de resíduos eletrônicos com a análise do ciclo de vida, neutralização de carbono e conscientização ambiental.

Em seguida, na fase Modelo de Negócio, são estruturadas as estratégias para comercializar o produto desenvolvido, tais como assinaturas, vendas de produtos virtuais, parcerias estratégicas como por exemplo os escritores, quadrinistas, entre outros profissionais da indústria dos quadrinhos. Além disso, é importante divulgar nos canais disponíveis dentro e fora da empresa, seja através do outbound marketing e/ou nos formatos digitais.

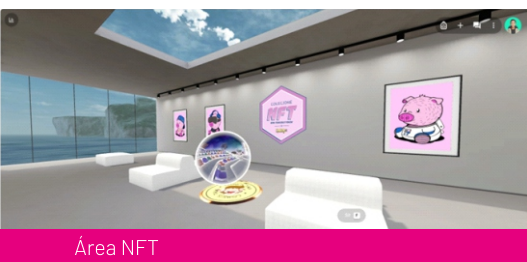
Por fim, na fase Verificação, realiza-se a monitoração contínua da utilização do produto, para identificar oportunidades de melhoria e novas estratégias de mercado. Deve-se estar preparado para gerar atualizações regulares com base nos feedbacks apresentados pelos usuários e nas mudanças do mercado como a inserção de novas tecnologias.

4. CONCLUSÃO

Figura 03: Imagens do projeto final



Hall de Entrada



Área NFT



Área Multiverso



Converse com o Quadrinista

Fonte: Do autor (2023)

O termo metaverso ressurgiu no mercado quando Mark Zuckerberg anunciou a mudança do nome de sua empresa Facebook para Meta, em 2021. Diante desse fato, uma grande euforia se projetou, devido a uma promessa sobre o futuro da internet e da socialização. Com uma grande aposta em uma nova revolução tecnológica, muitas marcas investiram no metaverso e dispuseram de mundos virtuais totalmente imersivos, proporcionando experiências inovadoras aos seus consumidores.

Como forma de pavimentar o caminho e proporcionar uma base de remediação dos quadrinhos para o metaverso, essa tese propôs um modelo de adaptação estruturado para a indústria dos quadrinhos gerar uma transição economicamente viável e rentável para os ambientes virtuais. A metodologia estabelecida e desenvolvida para esse projeto tem como base os princípios do design thinking e a estrutura de camadas do metaverso de Radoff.

Como resultado, o modelo proposto (Figura 03) oferece uma oportunidade para o mercado das histórias em quadrinhos inovar nas narrativas visuais, expandir seu alcance, atrair novos consumidores e a cultura fandom, oferecendo experiências imersivas e interativas. Uma forma de incentivar quadrinistas, editoras e indústrias do setor a experimentarem soluções que proporcionam imersão digital em etapas, com custos que podem ser controlados e com testes em plataformas acessíveis.

REFERÊNCIAS

ALVES, Ieda Maria. Empregos do prefixo meta-: em homenagem a Maria Aparecida Barbosa. *Acta Semiótica Et Lingvística*, v.24, n.3, p.54-62, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/actas/article/view/50959/29625>. Acesso em: 25 fev. 2023.

ANDRADE, Renato Abreu Ortiz de. *Metaverso: a próxima fronteira da inovação*. Ebook, 2022.

ANDRAUS, Gazy et al. As histórias em quadrinhos e suas tribos. *Cenários da Comunicação*, v. 1, n. 2, p. 57-76, 2003

BALL, Matthew. *A revolução do metaverso: como o mundo virtual mudará para sempre a realidade*; tradução Isadora Sinay. - 1. ed. - Rio de Janeiro: Globo Livros, 2023. 429 p. Edição do Kindle.

BATISTA, Paulo César de Sousa; et.al. 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

BROWN, Tim. *Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018. 298p. Tradução: Cristina Yamagami.

CARDOSO, José Arlei; DOMINGOS, Ana Cláudia Munari. *Webcomic e hiperleitura*. *Esferas*, [S.l.], n. 9, oct. 2017. ISSN 2446-6190. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/8067>. Acesso em: 20 jun. 2023.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

NALIATO, Samir. *Funktoon, a nova plataforma digital para quadrinhos nacionais*. 2023. Universo HQ. Disponível em: <https://universohq.com/noticias/funktoon-a-nova-plataforma-digital-para-quadrinhos-nacionais/>. Acesso em: 10 set. 2024.

RADOFF, Jon. *The Metaverse Value-Chain*. 2021. *Building the Metaverse*. Disponível em: <https://medium.com/building-the-metaverse/the-metaverse-value-chain-afcf9e09e3a7>. Acesso em: 06 mar. 2023.

SILVEIRA, Antônio. 5 sites grátis para publicar seus quadrinhos. 2024. *Doméstika*. Disponível em: <https://www.domestika.org/pt/blog/4661-5-sites-gratis-para-publicar-seus-quadrinhos>. Acesso em: 15 out. 2024.]

VERGUEIRO, Waldomiro. Histórias em quadrinhos e serviços de informação: um relacionamento em fase de definição. *DataGramaZero :Revista de Ciência da informação*, v. 6, n. 2, 2005 Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/001502706.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2023.

VERONEZI, Márcia. *Quadrinhos na internet: abordagens e perspectivas*. Porto Alegre: Asterisco, 2010. (Coleção Ôculo).

YOO, Youngjin. *Computing in Everyday Life: a call for research on experiential computing*. *Mis Quarterly*, [S.L.], v. 34, n. 2, p. 213-231, jun. 2010. JSTOR. <http://dx.doi.org/10.2307/20721425>.

METAVERSO DA
DANIELA

