

O processo editorial miscigenado: *Silent Mangá* no Brasil

Danielly Amatte Lopes

Janaina Freitas Silva de Araújo

Resumo: Dentro do processo de produção e análise dos quadrinhos, muitos aspectos pertinentes a metodologias do design gráfico editorial podem ser encontrados (Lupton, 2017; Zappaterra, 2014; Linden, 1973). Diante de tais aspectos, as abordagens do design gráfico editorial no Brasil sobre os quadrinhos ainda são rasas se comparadas a outros formatos e plataformas da mídia gráfica. Todavia, tal produção não foi acompanhada pelas editoras nacionais que, por muito tempo, investiram, em sua maioria, em títulos estrangeiros. A presente pesquisa buscou analisar esse cenário pelo recorte da produção de *mangás* produzidos por brasileiros para o concurso internacional da editora *Coamix Co*, o *Silent Manga Award*.

Palavras-chave: *Silent Manga Award*; design editorial gráfico; histórias em quadrinhos.

The mixed-media editorial process: *Silent Mangá* in Brazil

Abstract: Within the process of production and analysis of comics, many aspects pertaining to methodologies of editorial graphic design can be found (Lupton, 2017, Zappaterra, 2014 and Linden, 1973). In face of such aspects, the approaches of the graphic design editorial in Brazil on the co-

Prof.^a Dr. Danielly Amatte Lopes; Janaina Freitas Silva de Araújo; Universidade Federal de Alagoas (UFAL).

mics are still shallow compared to other formats and platforms of the graphic media. However, such production was not accompanied by national publishers who, for a long time, invested mostly foreign titles. The present research sought to analyze this scenario by cutting the production of mangas produced by Brazilians for the international competition of Coamix Co, the Silent Manga Award.

Keywords: Silent Manga Award; graphic editorial design; Comics.

Introdução: apresentando o *Silent Mangá*

O *Silent Manga Award Contest* (SMAC), ou *Silent Mangá*, como é popularmente conhecido pelos quadrinistas brasileiros que participam do concurso desde 2013, é um concurso internacional com propósito de fomentar a produção de *mangás*¹ no mundo. A *Coamix Co*, editora responsável por promover o SMAC, já se configura como o maior concurso internacional de *mangás*, contemplando cerca de mais de mil submissões e 60 narrativas em média premiadas por ano. Organizado por editores e quadrinistas renomados, que alcançaram o título de *sensei*², o SMAC tem como dinâmica o lançamento de temas periódicos que serão interpretados por quadrinistas de todo o mundo sem o uso do signo verbal. Sem o signo verbal, pois os elementos textuais estão presentes, mas eles não são como texto de fato, mas como uma construção de mancha gráfica (PETROVANA, 2018).

1. *Mangá* – história em quadrinho japonesa conhecida dessa forma por sua forma de narrativa singular e a estética na apresentação dos quadrinhos.

2. *Sensei* – é semelhante ao título de mestre que se recebe após o indivíduo ser reconhecido no ramo no qual atua; nesse caso específico, na produção de histórias em quadrinhos.

O concurso ocorre em rodadas e, ao final de cada uma, é divulgada a lista das produções premiadas e é publicada uma revista digital reunindo todas as produções enviadas. Em termos editoriais, o SMAC é uma boa oportunidade para o quadrinista exercitar seu trabalho e também dar visibilidade a sua produção tendo sido ela premiada ou não. Até então, foram lançadas oito edições com temas diferenciados, além de três edições especiais patrocinadas por outros investidores no Japão.

Mas como funciona esse concurso ao qual realizamos análise? O SMAC lança um tema em sua página *online* e mídias sociais e um breve *briefing*³ do que deve ser criado. O autor, seja ele amador ou profissional, participa por meio do envio de páginas de uma história em quadrinho segundo as diretrizes especificadas pelo concurso e – o mais importante – sem nenhum diálogo explícito por meio do uso da linguagem em texto – categorizando essas obras, portanto, como *silent (silencioso) mangá*.

Desde 2014, após a vitória do brasileiro Ichirou na categoria mais alta do concurso (*Grand Prix*), os brasileiros não deixaram de ser premiados. As diversas categorias começaram a ser tomadas por nomes nacionais como Max Andrade, Joao Eddie, Kaji Pato, Roberto F., Heitor Amatsu, Renata Rinaldi, Ju Loyola, até mesmo grupos como *Studio Seasons*, entre tantos outros que ou ainda participam continuamente das rodadas do concurso ou já fazem parte da turma de quadrinistas oficial do SMAC, os *Masterclass*.

3. *Briefing* – é o termo empregado no Design que se refere aos primeiros parâmetros que o criador pode usar para gerar ideias e conceitos.

Os *Masterclass* são integrantes de turmas especiais que recebem acompanhamento da própria equipe editorial responsável pelo SMAC para a produção de *mangás* lançados pela *Coamix*. Essa mecânica de abordagem com os participantes é típica de marcas que buscam se adaptar ao novo cenário interativo do mercado. Assim como mostra Roberts (2004), as empresas que se recusam a olhar, escutar e conversar com seu público-alvo tornam-se ineficazes. De acordo com tal abordagem de publicidade, também podemos destacar a presença da equipe editorial responsável pelo concurso não apenas na plataforma do site do SMAC, mas também em mídias sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Youtube*.

Compreendendo os aspectos tratados anteriormente, partimos para uma análise comparativa entre os elementos que norteiam o design gráfico editorial e a pesquisa de arte sequencial como linguagem. Enfatiza-se, também, que além de pontuar a participação dos brasileiros no concurso, o foco da pesquisa são as obras produzidas pelos mesmos.

O design gráfico editorial e os *mangás* brasileiros do SMAC

O SMAC sofre um processo editorial típico da editora *Coamix Co* que possui o conceito de *Kabuku* ou *Kabuki*⁴, pois ela busca surpreender os leitores com seu conteúdo e reproduzir a ideia de se trabalhar com o que se gosta. Ao indicar uma ligação tão emocional e subjetiva entre o produtor e a empresa, podemos inferir que há uma demanda para um conteúdo expressivo e que possa tocar o leitor em termos emocionais.

Segundo Zappaterra (2014), a função do design editorial é dar expressão e personalidade ao conteúdo, com a finalidade de atrair e manter os leitores, estruturando o material de forma clara. A autora entende que os processos de criação de um artefato gráfico editorial carecem de uma interação entre designer e editor desde seus momentos iniciais. No entanto, em relação ao SMAC, onde não se tem controle sobre quem participa e qual repertório visual e cultural que o participante possui, a ponte entre quadrinista (aqui se equiparando a um designer, já que é o responsável pela organização do mate-

4. Kabuku ou Kabuki - Expressão que pode possuir alguns diferentes significados, mas o que é adotado pela revista é o de “[...] realizar uma performance diferente dos outros de uma forma surpreendente”. Segundo a editora Mizutani, um dos *sensei* responsáveis pela editora, Hara *sensei*, planejou desenhar uma história baseada na figura histórica de Oda Nobunaga (1534-1582), famoso por desafiar as tradições japonesas e buscar elementos estrangeiros para suas performances para a guerra. Outro aspecto da expressão é o de “viver e morrer pela alegria”, outro aspecto que é trazido por Hara *sensei* em suas histórias com o personagem inspirado em Maeda Keiji, outra figura histórica japonesa que foi considerado um guerreiro que incorporava o jeito “morrendo de felicidade” ao seu estilo de vida e que ajudava aos menos favorecidos na batalha.

rial) e editor se dá de forma linear, sem que o editor possa fornecer contribuições enquanto o artefato é gerado.

É notório que existe um nível de complexidade maior em manter os elementos de qualidade editorial, visto que os autores produzem suas histórias sem passar por um processo de editoração direto. Isso significa que, para que este conteúdo se alinhe às necessidades de qualidade gráfica que a editora sustenta, a fase de seleção dos participantes exige um cuidado maior por parte dos editores e uma grande clareza dos parâmetros editoriais da SMAC.

Aqui vale ressaltar, que a equipe editorial do concurso e da revista possui periodicidade nas matérias publicadas no site e mantém divulgação de seus membros que acompanham o trabalho dos quadrinistas – grupo que também é composto pelos *masterclass* brasileiros. Ou seja, existe um contato entre os organizadores do concurso com os possíveis concorrentes, antes mesmo de estes conseguirem se elevar ao posto de *masterclass* e de fato trabalharem para a empresa. A equipe editorial possui um sistema de acúmulo de pontos (Figura 1) para que o participante possa chegar a se tornar um *masterclass*. É um sistema que estimula a participação constante dos quadrinistas e promove a ideia de que qualquer um, com o esforço certo, pode fazer parte desse grupo especial de *mangakás*.

Esse contato prévio, através de matérias, e *feedback* em mídias sociais da editora, age como um processo de editoração indireto, criando a sensação de proximidade entre o proponente e a editora que o mesmo almeja surpreender com seu trabalho no concurso. É importante destacar que a mesma equipe é composta de integrantes de outros países, Enrico Croce é italiano, Chris e Brendan

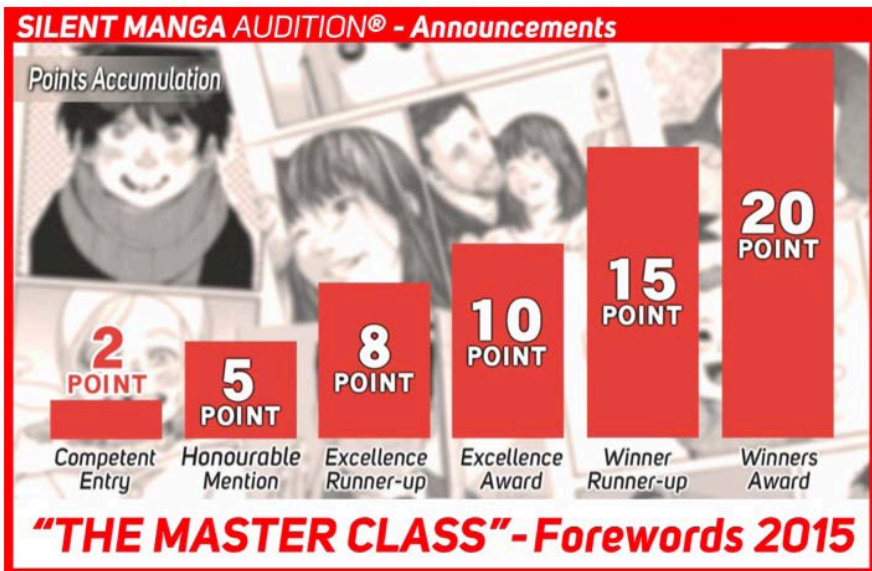


Figura 1 – Sistema de pontos apresentado em gráfico criado pela equipe editorial do SMAC. Fonte: Presente na matéria *online* do SMA disponível para leitura em <http://www.manga-audition.com/presscenter/>. Acessados em 13 de março de 2018.

Wimsett são ingleses, e Vivi é venezuelana. Essa miscigenação de conhecimentos e pontos de vista distintos não foi realizada por acaso, mas em prol do processo de adaptação dos participantes ao mercado editorial japonês.

Partindo do conceito japonês do *Kabuku* de se trabalhar com o que se gosta, é possível fazer a interligação com o pensamento de se produzir sobre a ótica do leitor, que é quem mais gosta daquilo que consome. Os participantes do SMAC, primeiramente, foram leitores desses *mangás*, autodidatas ou não no processo, partem do pressuposto da participação no concurso ir além da premiação em dinheiro, mas sim, porque os participantes gostam de produzir *mangás*. Dando a estes concorrentes, diretrizes objetivas através das regras claras,

e editorando-os de forma indireta com o contato em mídias sociais, postagens em blogs, e expondo informações do processo de produção, é possível compreender como se dá à dinâmica, para que as obras feitas se alinhem com a marca e identidade da editora *Coamix Co.*

Basicamente, o objetivo não é saber quem é capaz de desenhar melhor ou não, e sim de quem é capaz de adaptar-se melhor às demandas editoriais da editora *Coamix Co.*, e produzir histórias que reflitam os interesses da mesma.

Dentro das matérias feitas pela equipe editorial que organiza o SMAC, em vários momentos, é tratada a estrutura do *mangá*, e elementos que eles consideram interessantes, muito embora estes não funcionem como uma receita de bolo, onde basta segui-los para obter o sucesso. Vale aqui ressaltar que as características que são destacadas por eles podem ser identificadas e correlacionadas com questões de design gráfico. Um dos recursos aplicados com certa frequência nas obras dos brasileiros é o da página dupla.

Apesar de não tratar especificamente sobre página dupla para histórias em quadrinhos, Linden (2011) defende que esse recurso visual é empregado em livros infantis para aplicações com breves registros textuais, grandes imagens e sequência proposta. Nessas produções além das páginas duplas propriamente ditas, as páginas comuns também precisam manter uma unidade visual, visto que elas serão apreciadas no *site* do SMAC em pares, e na versão impressa também em pares. Logo a narrativa criada pela sequência de quadros e imagens é tão relevante para a qualidade da obra quanto seria para um livro, revista ou qualquer outro periódico.

Podemos observar que a produção é orientada a um formato de impressão (B5 para produção final e B4 para o envio) e que a equipe editorial deixa claro que há uma preocupação com a harmonia das páginas em si, demandando as adequações necessárias. A característica em que a visualidade tem um peso na compreensão da peça se mostra para além da harmonia visual, adquirindo um papel no aspecto narrativo da obra. Essa característica da narrativa através da visualidade se estabelece com maior peso na compreensão do material do SMA visto que, como as obras não têm texto ou falas, por ser quadrinhos silenciosos, toda a compreensão da história recai sobre a imagem, e a justaposição entre as páginas é quem cria a narrativa em si.

Além disso, os aspectos emocionais das narrativas das histórias em quadrinhos, enquanto elementos estudados pelo design gráfico, também não devem ser desconsiderados dentro da construção da narrativa. E emoção é o principal motivador da narrativa, seja ela em campanhas publicitárias, em produtos levianos, ou em qualquer coisa que se deseje consumir. Lupton (2017) aborda que o mercado tende a ser preguiçoso como a emoção de seus consumidores, pois se atentam ao espectro mais raso das emoções e aos elementos de propriedade visceral, ou seja, ao impulso de compra e consumo. Quanto à emoção, ela pode ser incorporada pela narrativa proporcionando outros níveis de interação com os objetos, ou no caso do objeto de estudo deste trabalho, das histórias em quadrinhos produzidas para o SMAC.

Esse aspecto que vincula o emocional e o social pode ser identificado nas histórias de uma forma geral, mas se vinculam à imagem quando falamos de arte sequencial. As histórias em quadrinhos são lidas no momento e causam efeitos imediatos em relação à imagem

desenhada, e em seguida à história ali contida. Lupton (2017) descreve do ponto de vista do Design os três momentos da narrativa emocional como: Visceral, Comportamental e Reflexivo⁵, dessa forma é possível fazer pontes de entendimento entre esses três estágios e o processo de leitura de um *mangá*.

O primeiro impacto é o momento da **emoção visceral**, o impulso de olhar a visualidade da página, de passar adiante e ler a continuidade da história. Ainda no momento presente da leitura, a associação da imagem com absorção da narrativa e do roteiro que a precede se desenvolve no estágio **comportamental**, onde ações são incitadas por parte do leitor para que ele continue lendo a sequência de páginas até o fim da mesma. E no futuro, após a leitura, a apreensão de todas as possibilidades de compreensão do roteiro na etapa **reflexiva** da narrativa emocional.

É importante frisar aqui, que como o SMAC não possui textos, sendo uma narrativa silenciosa como foi destacado anteriormente, o peso da compreensão da narrativa recai todo na imagem. Sendo assim, é possível compreender que toda a emoção da narrativa também está na imagem, vinculando os momentos visceral e comportamental indicados por Lupton (2017). No entanto, foi apontado que a qualidade do traço não era exatamente o que se busca pela empresa no concurso, e sim bons contadores de histórias, que poderiam alinhar suas produções à marca e identidade da editora. Essa

5. Aspectos do Design Emocional - é importante salientar que essa é a mesma classificação desenvolvida por Donald Norman em sua obra. A obra de Lupton analisa esses aspectos os vinculando diretamente ao design gráfico, enquanto Norman dá ênfase ao desenvolvimento de produtos. Graças a isso, optamos por utilizar como referência nesse trabalho apenas a obra de Lupton (2017).

afirmação só reforça que imagem e narrativa formam um conjunto indissociável nas obras do SMAC, nos levando a analisar a imagem para além da sua função estética e comunicativa, mas também como componente da construção narrativa.

A qualidade técnica do desenho não garante uma narrativa funcional e emocionante no resultado final das histórias e essa premissa é reforçada quando observado a diversidade de traços e estilos que já foram premiados no concurso. Por isso, vale ressaltar, que para o SMAC, as questões de design incorporadas de forma empírica ou indireta através das entrevistas e guias dos editores, nas páginas dos concorrentes, têm a função de potencializar a mensagem e a narrativa em si. A qualidade técnica do traço e estilo dos concorrentes do SMAC pode ser facilmente aperfeiçoada através de treino e prática. No entanto, a percepção de narrativa, e a capacidade de incutir emoção na narrativa e atingir outros estágios da construção da história para além do impulso inicial de leitura é uma característica buscada pelos editores e organizadores do concurso.

Analisando as obras brasileiras vencedoras do *Silent Mangá*

De forma a analisar as características presentes nas obras vencedoras do concurso produzidas por brasileiros, foram considerados alguns aspectos da construção da narrativa, como o número de páginas e quadros presente em cada uma das histórias; o tipo de grid ou malha construtiva; o emprego de tipografia; o uso de elementos metalinguísticos especiais; uso de retículas; repetições de

enquadramento; *plongée* e *contra-plongée*; *zoom in* e *zoom out*; e aplicação de efeito em página dupla.

Sendo assim, encontramos 19 obras de brasileiros que foram avaliadas nas categorias *Grand Prix*; *Grand Prix Runner Up*; *Excellence Award*; e *Excellence Award Runner Up*. As mesmas categorias foram consideradas segundo a sua repetição no decorrer das rodadas do concurso e, portanto, servindo de parâmetro para avaliarmos as obras de forma equivalente (Tabela 1).

Premiados (obra e autor)	Categoria	Ano	Informações
SMA02 – <i>The Finest Smile</i> Título: <i>Father’s Gift</i> ICHIROU	Grand Prix	2014	15 páginas; média de 2-6 quadros por página; formato B4; grid tradicional; possui tipografia no título; elementos especiais: uso de retícula, uso de repetição de enquadramento, uso de <i>zoom in</i> e uso de efeito <i>splash page</i> .
SMA03 – <i>Mother Alien</i> Título: <i>Homesick Alien</i> ICHIROU	Grand Prix	2015	11 páginas; média de 1-8 quadros por página; grid intermediário; tipografia no título; elementos especiais: repetição de quadros, <i>zoom out</i> e <i>zoom in</i> , <i>plongée</i> e <i>contra-plongée</i> , efeito <i>splash page</i> .
SMA 03 – <i>Mother</i> Título: <i>6 Reasons</i> ROBERTO F.	Excellence Award	2015	16 páginas; média de 1-8 quadros por página; grid tradicional e intermediário; uso de tipografia no título; elementos especiais: <i>splash page</i> .
SMA03 – <i>Mother</i> Título: <i>Mothercracy</i> EUDETENIS	Excellence Award Runner Up	2015	13 páginas; média de 1-6 quadros por página; grid tradicional e experimental; tipografia no título; elementos especiais: <i>plongée</i> e <i>contra-plongée</i> , repetição de quadros e <i>splash page</i> .

SMAO4 – A <i>Charming Gift</i> Título: <i>Play</i> ROBERTO F.	Grand Prix Runner Up	2015	13 páginas; média de 1-10 quadros por página; grid tradicional e experimental; tipografia no título; elementos especiais: <i>plongée</i> e <i>contra-plongée</i> , repetição de cenas, <i>splash page</i> , uso de indicativo do “fim” da história.
SMAEX01 - <i>Sakura + Keep on smiling or Re- turning a favor</i> Título: <i>Lend a Hand</i> MAX ANDRADE	Grand Prix Runner Up	2016	13 páginas; média de 1-8 quadros por página; grid tradicional; uso de tipografia no título; elementos especiais: zoom in, sequência de cenas, <i>plongée</i> e <i>contra-plongée</i> , <i>splash page</i> , uso do indicativo do “fim” na história.
SMA05 - <i>Friendship +Communication Tool</i> Título: <i>Try Again?</i> ZAZO AGUIAR	Excellence Award	2016	8 páginas; média de 3-6 quadros por página; grid tradicional e intermediário; uso de tipografia no título; elementos especiais: <i>contra-plongée</i> e <i>plongée</i> .
SMA06 - <i>Childhood</i> Título: <i>Forbidden</i> YOS	Grand Prix Runner Up	2016	17 páginas; média de 1-8 quadros por página; grid tradicional; uso de topografia no título; elementos especiais: <i>zoom in</i> , <i>plongée</i> , <i>contra-plongée</i> , repetição de cenas, <i>splash page</i> .
SMAEX02 - <i>Smile</i> Título: <i>Legendary Warrior</i> FABIANO FERREIRA	Excellence Award	2017	12 páginas; média de 1-6 quadros por página; grid tradicional; uso de tipografia no título; elementos especiais: <i>plongée</i> , <i>contra-plongée</i> , repetição de cenas, <i>splash page</i> , uso de indicativo do “fim” da história.
SMA07 - <i>Unforgettable Taste</i> Título: <i>Grandma´s Flavor</i> EUDETENIS	Grand Prix Runner Up	2017	39 páginas; média de 1-6 quadros por página; grid tradicional e intermediário; uso de tipografia para o título; elementos especiais: <i>plongée</i> , repetição de cenas, <i>splash page</i> , página única, <i>zoom in</i> .

SMAo8 - <i>Fair Play</i> Título: <i>Come as you are</i> EUDETENIS E QUILLCANNON	Grand Prix Runner Up	2017	17 páginas; média de 1-8 quadros por página; grid tradicional; sem uso de tipografia; elementos especiais: <i>plongée</i> , <i>contra-plongée</i> , repetição de cenas, <i>splash page</i> , <i>zoom in</i> e <i>zoom out</i> .
SMAo8 - <i>Fair Play</i> Título: <i>Dance RevoPants</i> HEITOR AMATSU	Excellence Award	2017	15 páginas; média de 1-7 quadros por página; grid tradicional e intermediário; uso de tipografia para o título; elementos especiais: <i>splash page</i> , página única, repetição de cena, <i>zoom in</i> , <i>zoom out</i> , <i>plongée</i> e <i>contra-plongée</i> , uso do indicativo “end” da história.
SMAo8 - <i>Fair Play</i> Título: <i>TAZO</i> DANIEL BRETAS	Excellence Award	2017	17 páginas; média de 2-8 quadros por página; grid tradicional; uso de tipografia para o título; elementos especiais: <i>zoom in</i> e <i>zoom out</i> , <i>plongée</i> e <i>contra-plongée</i> , <i>splash page</i> .
SMAo8 - <i>Fair Play</i> Título: <i>I Wanna Run...</i> KAJI PATO	Excellence Award Runner up	2017	16 páginas; média de 1-7 quadros por página; grid tradicional e intermediário; uso de tipografia para o título; elementos especiais: <i>zoom in</i> e <i>zoom out</i> , <i>splash page</i> e página única, repetição de cenas, <i>contra plongée</i> .
SMAo9 - <i>Fearness Respect Teamwork</i> Título: <i>Fisherman Tales</i> JOAO EDDIE	Grand Prix Runner Up	2018	16 páginas; média de 1-11 quadros por página; grid tradicional e intermediário; uso de tipografia no título; elementos especiais: repetição de cenas, <i>splash page</i> , <i>plongée</i> e <i>contra-plongée</i> , <i>zoom in</i> e <i>zoom out</i> .
SMAo9 - <i>Fearness Respect Teamwork</i> Título: <i>ROAR</i> DANIEL BRETAS	Excellence Award	2018	16 páginas; média de 1-9 quadros por página; grid tradicional e intermediário; uso de tipografia no título; elementos especiais: <i>plongée</i> , <i>splash page</i> , <i>zoom in</i> e <i>zoom out</i> .

SMA09 - Fearness Respect Teamwork Título: TrapRoom HEITOR AMATSU	Excellence Award	2018	16 páginas; média de 1-7 quadros por página; grid tradicional; uso de tipografia no título; elementos especiais: <i>contra-plongée, plongée, zoom in, zoom out</i> , repetição de cenas, página única e <i>splash page</i> .
SMA09 - Fearness Respect Teamwork Título: <i>Heart is on Fire</i> KAJI PATO	Excellence Award	2018	16 páginas; média de 2-7 quadros por página; grid tradicional e intermediário; uso de tipografia no título; elementos especiais: <i>zoom in, zoom out</i> , repetição de cenas.
SMA09 - Fearness Respect Teamwork Título: <i>The Veteran</i> ROBERTO SILVER e RICARDO MANGO	Excellence Award Runner Up	2018	16 páginas; média de 2-9 quadros por página; grid tradicional e intermediário; uso de tipografia no título; elementos especiais: <i>plongée, contra-plongée, zoom in, zoom out</i> , repetição de cenas.

Tabela 1 – Tabulação das obras que foram analisadas e as informações observadas nas mesmas. Fonte: das autoras, 2018

Por meio da tabulação dos dados, podemos observar que o número de brasileiros premiados nas mais altas categorias passou a crescer nos últimos quatro anos. Salvo o caso da obra *Grandma's Flavor* da dupla Eudetenis para o SMA07, o número de páginas das obras não ultrapassa 17 páginas. A média de quadros por página concentra-se entre 1 a 8 quadros. O grid é prioritariamente tradicional. Não há apresentação de diagramação experimental, ou seja, o sentido de leitura e a organização da informação podem ser percebidos

dos e concluídos com menor subjetividade pelo leitor. Além disso, é comum o emprego de *splash page* (ou página dupla) e, em algumas das obras vencedoras é peculiar à apresentação do elemento textual ao final do *mangá* anunciando o “fim” da narrativa.

Entre divergências e convergências: o *mangá* brasileiro

Essa pesquisa, a priori, buscava obter um padrão do processo editorial produzido pelos quadrinistas brasileiros nas obras premiadas pelo SMAC. Porém, o que observamos foi além do esperado. Os quadrinistas não só conseguem produzir de acordo com um padrão estético adaptado ao processo editorial japonês para *mangás*, como conseguem criar peculiaridades em suas narrativas com a criação de sua própria identidade visual. Esse processo fica ainda mais evidente quando observamos participantes que já foram premiados em mais de uma rodada do concurso. Heitor Amatsu faz uso de onomatopeias como mancha gráfica; Daniel Bretas aplica referências fotográficas a suas obras; Kaji Pato não prioriza o cenário na primeira obra, mas dá atenção a esse elemento em sua próxima obra, apresentando o título do *mangá* fora das primeiras páginas. Além disso, também é possível aferir a representação do cotidiano nas obras submetidas e premiadas. Tal como o editor chefe do SMA, Mochii, e o gerente de departamento, Taiyo, apontam: as histórias e as personagens são criadas, mas a proximidade que possuímos com a narrativa está ligada a nossa interpretação muitas vezes do cotidiano.

Apesar do conteúdo da produção gráfica para o SMAC ser abordado pela equipe editorial do concurso abertamente, não foi encon-

trado levantamento acadêmico referente à produção brasileira que já contempla material publicado internacionalmente há cinco anos.

O método editorial japonês da *Coamix* entende que o quadrinista não possui a responsabilidade de conhecer o design, assim como Zappaterra (2008) e Linden (2011) apontam que não é da responsabilidade dos leitores de uma revista conhecer o design presente nas mídias gráficas. Esse papel está vinculado à equipe que faz parte da produção do veículo gráfico. Portanto, assim como é enfatizado pelas matérias realizadas por Mayuna Mizutani, editora da *Coamix* responsável pelo SMAC, o trabalho de um editor está associado a ser a ponte entre o que o quadrinista busca representar por meio de sua liberdade criativa e o que a indústria permite que ele faça, visto que a produção gráfica para o mercado possui custos associados a diversos outros fatores, como produção, transporte, distribuição, marketing e publicidade, armazenamento, entre outros.

Durante a comparação do ponto de vista dos pesquisadores de quadrinhos, observamos que há alguns elementos que são apenas compreendidos pela produção de *mangás* e que não podem ser analisados em sua totalidade pelo designer. A construção dos quadrinhos é constituída de elementos plásticos, metalinguísticos e a narrativa. Os elementos plásticos são relacionados aos quadros, balões, calhas que constituem as páginas. É possível correlacioná-los a elementos como a construção de um grid ou a marcação de margens de sangria, mas não podemos afirmar que eles são exatamente os mesmos elementos. Todavia, é pertinente apontar que eles se complementam e que os editores do SMAC entendem da aplicação do design gráfico editorial na construção dos *mangás*.

Mas afinal, no que isso difere o processo japonês da editora *Coamix*, por exemplo, do processo brasileiro? O *mangá* não é um formato de história em quadrinho que nasceu no Brasil, ele foi importado para cá como foi importado para diversos outros países. As editoras brasileiras, responsáveis pelo processo de importação como *Abril*, *Conrad* e *JBC*, por exemplo, possibilitaram ao público brasileiro instrumentalizar-se não apenas em uma nova estética visual de história em quadrinhos, mas ter acesso inicial às diversas camadas de linguagem referentes às características do novo material (BORGES, 2016). A televisão aberta, como a Manchete, Rede Globo e a Band, trouxeram as animações de alguns desses *mangás*, promovendo a assimilação pelo público de uma cultura oriental pop presente em artefatos gráficos de diferentes mídias. Atualmente, há editoras brasileiras que promovem a seleção de quadrinistas brasileiros que produzem *mangás* para publicação nacional. O *Brazil Manga Awards*, ou *Prêmio Brasileiro de Mangás*, promovido pela editora JBC, passou a criar uma nova plataforma para os quadrinistas brasileiros. A editora *Draco* também passou a lançar editais selecionando artistas de *mangá* para coletâneas, como a *Dracomics Shonen* (Figura 2), e foi a responsável pelo lançamento de obras como a de Kaji Pato, *QUACK*, e Max Andrade, *Tools Challenge*.

O processo editorial aplicado na *Coamix* também entende que o editor é tão criador da obra quanto o próprio autor, por isso se faz necessário conhecer o quadrinista, suas obras, influências, inspirações, produções que já foram publicadas ou que estão em andamento. É um acompanhamento muito mais orgânico com os produtores de *mangá* ao redor do mundo que meramente receber uma página

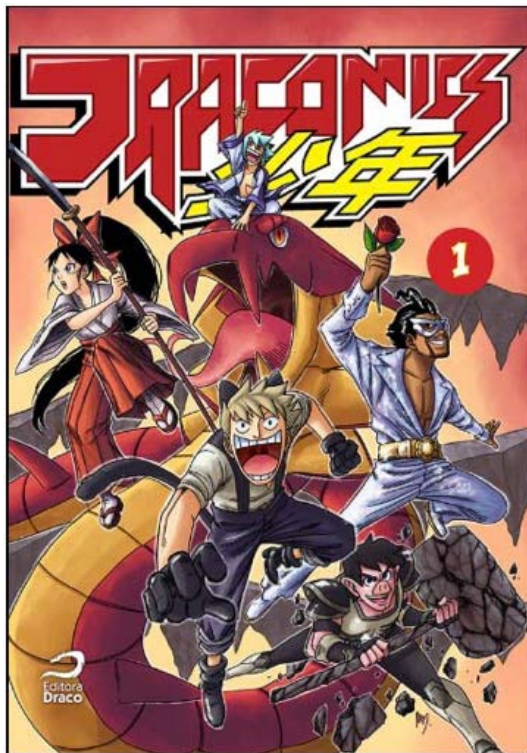


Figura 2 – Capa do volume 1 da *Dracomics Shonen*, coletânea de mangás brasileiros. Fonte: Disponível para compra em <https://editoradraco.com/produto/dracomics-shonen-v-1>. Acessados em 14 de abril de 2018

pronta e julgá-la como boa ou ruim. A equipe editorial do concurso responde dúvidas, é acessível nas mídias sociais, por *e-mail*, produzem matérias descrevendo o processo avaliativo, o que é interessante para os editores chefes, até mesmo detalhes sobre como o *mangá* é impresso e qual tipo de papel é usado são fornecidos. Tudo isso a fim de estimular a qualidade e a quantidade de obras enviadas não apenas por brasileiros, mas por todo o globo.

Na perspectiva do mercado editorial brasileiro para histórias em quadrinhos, o processo editorial da *Coamix* pode parecer alienígena-

na, principalmente quando se trata de uma mídia como as histórias em quadrinhos, que durante muito tempo foi marginalizada. Todavia, estratégias como as adotadas pela *Coamix* para a editoração de *mangás* são de conhecimento do designer brasileiro para aplicação em outras mídias, como revistas, livros, livros ilustrados, jornais. Ainda assim, seria arriscado demais para o mercado nacional de histórias em quadrinhos continuar investindo na produção de *mangás* pelos brasileiros? Esse é um questionamento que, embora possa gerar consequências para os designers brasileiros também, não compete apenas a este tipo de profissional. É de responsabilidade do designer brasileiro, entretanto, que está direcionado a esse tipo de mercado editorial, estar ciente do processo de transição pelo qual estamos passando.

De acordo com os conceitos apontados por McCloud (1995), Eisner (2013) e Sousanis (2017), podemos também concluir que o *mangá* brasileiro produzido para o SMAC possui elementos que já são pesquisados e compreendidos pela academia no estudo acerca das narrativas e sua linguagem. Todavia, a conexão das pesquisas acadêmicas com o mercado editorial brasileiro ainda parece distante. O pesquisador, o designer, ainda permanece como observador de um processo editorial nacional repleto de incógnitas e mistérios. O que se é possível observar de uma forma mais concreta, todavia, é o crescimento da produção independente de histórias em quadrinhos, inclusive no que diz respeito ao *mangá* brasileiro.

Através da pesquisa realizada com os participantes e premiados brasileiros pelo SMAC, foi possível observar como o conhecimento, a priori, tácito, de fato é oriundo de experiências dos mesmos,

tanto profissionais como pessoais. Os participantes brasileiros que produzem *mangás* para o SMAC possuem históricos diversos, com formações acadêmicas em Artes Plásticas, Design e Publicidade; técnica em Artes; ou até mesmo experiências como consumidores de *mangás* publicados e importados para o Brasil e animações trazidas como já foi apontado anteriormente. Esses quadrinistas possuem suas próprias formas de expressão criativa que são moderadas pelas diretrizes do SMAC.

A formação da identidade gráfica dos quadrinistas, que já foi apontada anteriormente, é um processo miscigenado, pois ela parte da interpretação deles sob a ótica de um mercado internacional que sofre análise de jurados experientes na narrativa do *mangá*. Por meio desse amalgamado de informações, o quadrinista brasileiro produz o seu *mangá*. É necessário o acompanhamento desse processo que ainda ocorre semestralmente, pois a adaptação por meio da antropofagia de um sistema editorial estrangeiro, como o da estética japonesa, auxilia a compreender como os quadrinistas brasileiros modificam a produção do *mangá* nacional e, por consequente, a história dos quadrinhos no Brasil.

Referências

BARBIERI, D. *A Linguagem dos Quadrinhos*. São Paulo: Editora Peirópolis, 2017.

BORGES, P. M. *Mangá, Estética bidimensional e deslocamentos culturais*. São Paulo: Editora Intermeios, 2016.

BRAGA JR., A. X. *Desvendando o Mangá Nacional*. Maceió: Edufal, 2011.

EISNER, W. *Quadrinhos e arte sequencial*. Tradução Luis Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

_____. *Narrativas Gráficas*. Tradução: Leandro Luigi Del Manto. 3ª. Ed. São Paulo: Devir, 2013.

GRAVETT, P. *Mangá: como o Japão reinventou os quadrinhos*. Tradução Ederli Fortunato. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2006.

JENKIS, H. *Invasores do texto. Fãs e cultura participativa*. São Paulo: Marsupial Editora, 2015.

LINDEN, S. V. *Para ler o livro ilustrado*. Tradução: Dorothee de Bruchard. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

LUPTON, E. *Design is Storytelling*. New York: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum. 2017.

LUYTEN, S. B. *Mangá: o poder dos quadrinhos japoneses*. 2ª edição. São Paulo: Hedra, 2000.

_____. *Mangá: o poder dos quadrinhos japoneses*. 3ª edição. São Paulo: Hedra, 2012.

MCCLOUD, S. *Desvendando os quadrinhos*. Tradução Helcio de Carvalho, Marisa do Nascimento Paro. São Paulo: Makron Books, 1995.

MCKEE, R. *Dialogue: The art of verbal action for page, stage, and screen*. 2016.

ORLANDI, E. P. *As formas do silêncio - no movimento dos sentidos*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

PETROVANA, M. F. S. *Metamorfose das onomatopeias nos mangás brasileiros*. Apresentado nas 5as Jornadas Internacionais de Histórias em Quadrinhos, USP. São Paulo: 2018.

ROBERTS, K. *Lovemarks - Futuro além das marcas*. Brasil: Editora M. Books, 2004.

SOUSANIS, N. *Desaplanar*. Tradução de Érico de Assis. São Paulo: Veneta, 2017.

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

_____. *Pesquisa Acadêmica em Histórias em Quadrinhos*. São Paulo: Editora Criativo, 2017.

ZAPPATERRA, Y. *Diseño editorial, periódicos y revistas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil, 2008.

Material online

Coamix Co. Editora do *Silent Manga Award*. Disponível em: < <http://www.coamix.co.jp/>>.

Silent Manga Award. Disponível em: < <http://www.manga-audition.com/>>.