



Revista Base (Administração e Contabilidade)
da UNISINOS

E-ISSN: 1984-8196

cd@unisinos.br

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
Brasil

DE SOUSA BATISTA, PAULO CÉSAR; LIMA OLIVEIRA, LEONEL GOIS; CAMPOS DE ANDRADE,
RAPHAEL DE JESUS

A PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA DE QUADRINHOS DO CEARÁ

Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS, vol. 7, núm. 1, enero-marzo, 2010, pp.
14-24

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
São Leopoldo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337228641003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

A PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA DE QUADRINHOS DO CEARÁ

THE INTELLECTUAL PROPERTY IN THE COMICS INDUSTRY OF CEARÁ

PAULO CÉSAR DE SOUSA BATISTA
batista.pcs@gmail.com
LEONEL GOIS LIMA OLIVEIRA
leonelgois@gmail.com
RAPHAEL DE JESUS CAMPOS DE ANDRADE
contato@raphaelcampos.com

RESUMO

As indústrias criativas criam valores econômicos e simbólicos e contribuem para o desenvolvimento sustentável, explorando a propriedade intelectual e gerando riquezas por meio da criatividade. Com efeito, este trabalho está ligado ao segmento de histórias em quadrinhos, uma atividade típica da economia da cultura que reúne grande conteúdo simbólico e lúdico, ao mesmo tempo em que é uma atividade econômica relevante. Objetiva-se aqui debater sobre a questão da propriedade intelectual, que está no centro das práticas comerciais dos produtores de bens simbólicos, em geral, e dos quadrinhos, em particular. A abordagem metodológica adotada é a análise qualitativa do conteúdo de entrevistas semiestruturadas, feitas com representantes do setor. Os resultados do estudo indicam que o desenvolvimento do segmento de quadrinhos depende de uma conscientização maior dos agentes da cadeia produtiva quanto à natureza dos direitos da propriedade intelectual, de forma que os artistas possam se apropriar do valor simbólico e do valor cultural dos produtos de sua criatividade. Verificam-se a necessidade de agentes intermediários que contribuam para uma relação sistemática entre artistas e empresários e a importância de implantação de políticas públicas específicas para o setor, para favorecer a atividade como um negócio, além de como uma arte.

Palavras-chave: propriedade intelectual, *Creative Commons*, história em quadrinhos (HQs).

ABSTRACT

Creative industries create economic and symbolic values and contribute to sustainable development, exploiting intellectual property and generating wealth through creativity. Among the variety of activities of these industries, the comics segment called the interest of the authors of these papers a subject of research, because it brings together great symbolic and ludic content as well as it is an important economic activity. Specifically, the question of the intellectual property on this economic segment was chosen as the main objective of this study because it is in the core of the business practices of symbolic goods' producers, in general, and of the comics industry in particular. The methodological approach adopted is the qualitative analysis of the content of semi-structured interviews with sector's representatives. The results indicate that the development of the comic segment depends on the artist's greater consciousness of the importance of the intellectual property rights, of which depends the degree of their appropriation of cultural and symbolic value created by their creative work. It was also noticed that fitted public policy and the existence of intermediary agents are important factors to promote the development of these industries and promising trade relations between artists and entrepreneurs and to promote economic business, besides art.

Key words: intellectual property, creative commons, comics.

INTRODUÇÃO

As indústrias criativas são capazes de produzir simultaneamente valor econômico e valor simbólico e contribuir para o desenvolvimento sustentável, alcançando o seu potencial de geração de riquezas pelo uso da propriedade intelectual, utilizando-se da criatividade, da habilidade e do talento para o desenvolvimento das atividades empresariais (Reis, 2007).

Em vista da diversidade dessas atividades e a despeito de ser complexa uma definição *a priori* para uma atividade particular sobre quais combinações de insumos devem ser utilizadas, este artigo enfoca as atividades econômicas de empresas ou iniciativas individuais que utilizam predominantemente a cultura como fonte da produção do valor. A escolha se justifica porque as atividades culturais são uma das áreas mais promissoras para os estudos organizacionais, uma vez que constituem, assim como as atividades religiosas e midiáticas, organizações de simbolismo intensivo (Saraiva, 2007a, 2007b).

A análise dessas atividades compreende temas relacionados, tais como a interface entre cultura e economia, o impacto econômico da primeira, a propriedade intelectual e as políticas públicas de desenvolvimento cultural e econômico.

Dentre essas atividades culturais, destacam-se as histórias em quadrinhos (HQs), que são um meio de comunicação que combina imagens estáticas com elementos textuais e buscam construir uma narrativa ou transmitir informações. Os quadrinhos servem como suporte para diversas ideias e mensagens, com finalidades artísticas, educativas e políticas (Cirne, 1974; Anselmo, 1975; Moya, 1977; Eisner, 1985; McCloud, 1995; Cavedon e Lengler, 2005; Mendo, 2008).

O segmento das histórias em quadrinhos é uma atividade típica da economia da cultura, uma vez que reúne conteúdo simbólico e lúdico, ao tempo em que possui uma dinâmica comercial autônoma. O número de publicações direcionadas para segmentos de público adulto, por exemplo, aumentou consideravelmente nas últimas duas décadas, embora a publicação de títulos para o público infantil e adolescente ainda seja substancial (Vergueiro, 2007).

Entretanto, pesquisas sobre o aspecto econômico desse segmento são raras. Um estudo da produção científica na USP, no período de 1972 a 2005, revelou que nenhum artigo sobre o impacto econômico dessa atividade foi publicado, embora se verifique uma forte tendência dos quadrinhos em direção à diversificação de públicos e à diferenciação de produtos (Vergueiro e Santos, 2006; Vergueiro, 2007).

Em vista dessa lacuna na produção científica e considerando a importância econômica e cultural que o segmento de quadrinhos tem assumido atualmente, objetiva-se, neste artigo, debater sobre uma questão que está no centro das práticas comerciais dos produtores de bens simbólicos em geral e dos quadrinistas em particular: a propriedade intelectual. Tal debate ajuda na compreensão do modo como os quadrinistas cearenses estão, de fato, se apropriando de

suas obras e comercializando-as, em comparação com o que as leis de propriedade intelectual, especialmente as de direitos autorais e os conexos, defendem.

Para alcançar esse objetivo, optou-se por uma metodologia de natureza qualitativa e de nível explicativo. A coleta de dados foi realizada com base em pesquisas bibliográficas e documentais e em entrevistas semiestruturadas feitas com os quadrinistas cearenses. As informações foram tratadas com o recurso da análise de conteúdo.

O desenvolvimento deste trabalho compreende cinco partes: na primeira, trata-se da propriedade intelectual, destacando o direito do autor e os direitos conexos; o segmento de quadrinhos no Brasil e no mundo e a sua relação com a propriedade intelectual são apresentados na segunda parte; a metodologia da pesquisa é o tema da terceira parte; em seguida, a propriedade intelectual dos quadrinhos cearenses é analisada e, por fim, os resultados são apresentados.

PROPRIEDADE INTELECTUAL

A questão da propriedade intelectual representa um desafio, e, simultaneamente, uma oportunidade para o desenvolvimento das indústrias criativas. O significado de propriedade intelectual diz respeito à preservação do direito de propriedade que corresponde aos resultados das criações da mente humana, do intelecto. Portanto, trata-se de uma recompensa, ao proprietário, pelo tempo, dinheiro, esforço e pelas ideias que foram utilizadas para a criação da obra (OMPI, 2008).

A promoção mundial dos direitos de propriedade intelectual é realizada pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), que também inclui como atividade a administração de alguns tratados e convênios internacionais. Estes, por sua vez, devem ser respeitados e cumpridos pelos países signatários e, inclusive, servem de base para o estabelecimento de legislações nacionais. As razões para os Estados promulgarem leis nacionais e se qualificarem como signatários, segundo a OMPI (2008), são: criar incentivos para os esforços criativos da mente mediante o oferecimento de uma proteção; proporcionar um reconhecimento oficial aos seus criadores; criar arquivos de informação vital; e facilitar o crescimento tanto da indústria e das culturas nacionais como do comércio internacional, mediante tratados que ofereçam uma proteção multilateral.

Dentre esses tratados, pode-se destacar o Convênio de Berna, que se apresenta como o primeiro marco legal multilateral relacionado a questões sobre propriedade intelectual. Este instituto está em vigor desde 1886, apesar de já ter sido revisado e atualizado diversas vezes, geralmente a cada 20 anos. A última versão é datada de 1979. Em vista do seu caráter generalista, ele serve como referência para todos os outros tratados ou convênios internacionais que surgiram posteriormente para complementá-lo (WIPO, 1979).

Para Lima (2005), os direitos de propriedade intelectual são cada vez mais relevantes na sociedade contemporânea, pois contribuem para a exploração econômica de ativos intangíveis e também servem como marca de identidade cultural das nações. Esses direitos ainda são centrais na seleção e no desenvolvimento de tecnologias, na decisão de investimentos, na definição de vantagens competitivas entre empresas, países ou mercados regionais e no desempenho das indústrias criativas. Caves (2000) aponta as indústrias criativas como um fator econômico de grande potencial a ser considerado na questão do desenvolvimento econômico das regiões. Para Judice e Santos (2007, p. 5),

[...] fomentar a geração de renda a partir da criatividade, cujo potencial como negócio é usualmente negligenciado, é fundamental para a economia mundial e brasileira, uma vez que progressivamente se estabelece a saturação dos postos de trabalhos da produção manufatureira.

O ponto crítico se situa na dificuldade de entender como a criatividade, que é, em princípio, uma propriedade individual, se converte em valor econômico. Isso acontece quando os indivíduos criativos encontram um ambiente institucional rico o suficiente para auxiliá-los na transformação dessa criatividade em produtos criativos. Em particular, esses indivíduos dependem de infraestrutura, capital, acesso a mercados consumidores, regulamentação pública, direitos de propriedade e de processos de ampla escala capazes de "monetizar" a criatividade. Em outras palavras, indivíduos criadores precisam contar com uma espécie de organização social da criatividade dentro de uma indústria com contornos institucionais e econômicos definidos. O processo pelo qual a criatividade se transforma em um produto com valor de troca é o reconhecimento perceptivo, por parte do consumidor, de que tal criatividade possa lhe ser útil ou usada de algum modo para atender as suas necessidades. A criatividade como insumo-base das indústrias criativas depende, portanto, de reconhecimento e uso (Bendassolli *et al.*, 2009).

Em decorrência disso, expande-se o debate sobre a necessidade de proteger a propriedade intelectual, que se transformou em um importante elemento de desenvolvimento dos países e passou a ser pensada como um insumo necessário para a construção de vantagens competitivas bem como uma garantia da materialização de oportunidades, especialmente em atividades mais dinâmicas e em ambientes hipercompetitivos (Lima, 2005).

Em geral, a propriedade intelectual se divide em propriedade industrial, que inclui patentes, marcas, técnicas e modelos, desenhos industriais e outros; direitos de autor e direitos conexos, tais como livros, músicas, pinturas, fotografias, esculturas, desenhos e filmes; e novas formas de proteção, que abrangem programas de computador, novas variedades de plantas, nomes de domínio, topografia de circuito integrado,

entre outros (Moreira, 2000; Siqueira, 2007; OMPI, 2008). Este artigo, dada a natureza simbólica dos bens produzidos pelo segmento de quadrinhos, aprofunda somente as questões relativas aos direitos de autor e aos direitos conexos.

DIREITOS AUTORAIS E CONEXOS

Os direitos autorais e conexos são essenciais para a criatividade humana, pois oferecem incentivos aos autores por meio do reconhecimento e das recompensas econômicas. Este formato de direitos garante aos criadores a divulgação de suas obras sem o temor de que se façam cópias não autorizadas ou atos de pirataria. Além disso, contribuem para facilitar o acesso e a apreciação dos conhecimentos, da cultura e do entretenimento em todo o mundo.

O direito de autor consiste numa terminação jurídica que descreve os direitos concedidos aos criadores por suas obras artísticas e literárias. São incluídas nessa categoria diversas obras: escritas (livros e periódicos), musicais (canções e melodias), artísticas (pinturas e esculturas) e tecnológicas (programas de computador e bases eletrônicas de dados). Os direitos conexos representam os direitos concedidos aos responsáveis pela disponibilização das obras ao público. Recebem esta denominação por estarem estreitamente relacionados aos direitos autorais e, portanto, conexos a eles. Estes direitos são utilizados principalmente por artistas executantes, produtores, editores e organismos de radiodifusão (OMPI, 2008).

Segundo o Convênio de Berna, não há necessidade da realização de qualquer tipo de registro ou trâmite legal para que uma obra artística seja protegida pelos direitos autorais ou conexos. A partir do momento de criação, a obra já está protegida. Cabe observar que o direito de autor protege as expressões de conceitos, e não as ideias. Pode-se citar como exemplo um argumento de dois jovens enamorados que se amam apesar de todos os obstáculos familiares e da diferença de classes sociais. Somente ao ser expresso por meio de uma sinopse, um breve relato ou uma peça de teatro é que esse argumento está protegido, mesmo sem a realização de qualquer registro. A história de Romeu e Julieta pode ser considerada como uma expressão criativa desse argumento. Mesmo assim, outros autores podem criar novas histórias baseadas em argumentos similares (WIPO, 1979; Brasil, 1998; OMPI, 2008).

Existem dois tipos de direitos amparados pelos direitos autorais: os direitos patrimoniais e os morais. Os primeiros permitem ao titular dos direitos uma remuneração derivada do uso de suas obras por terceiros e podem ser transferidos. Os segundos permitem certas medidas relacionadas ao autor. Estas visam conservar o laço pessoal existente entre o autor e a obra; são, portanto, inalienáveis e irrenunciáveis (Brasil, 1998; OMPI, 2008).

Segundo Moreira (2000), "os direitos patrimoniais do autor referem-se aos de utilizar economicamente a obra, publicando-a, difundindo-a, traduzindo-a, transferindo-a,

autorizando sua utilização, no todo ou em parte, por terceiro". O principal exemplo de direito patrimonial é o direito de reprodução, mais conhecido como *copyright* ou pelo símbolo ©. Este permite ao autor impedir que terceiros efetuem cópias de suas obras sem sua permissão. Os métodos de impressão (de livros e periódicos, por exemplo), gravação (de CDs e DVDs) e armazenamento (de obras de informática, como disquetes, CD-ROM e DVD-ROM) são protegidos pelos direitos de reprodução (OMPI, 2008).

Os direitos morais são distintos dos direitos patrimoniais e possuem dois aspectos essenciais: direito de paternidade e o respeito. O primeiro permite a reivindicação da condição de criador de uma obra. Basicamente, representa o direito de que se mencione o nome do autor, por exemplo, quando a obra for reproduzida. O segundo busca assegurar a integridade da obra, permitindo a oposição de qualquer ato que deforme a obra ou que a utilize em contextos que possam atentar contra a honra ou a reputação do autor (OMPI, 2008).

O Brasil é um dos países signatários do Convênio de Berna e tem a Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, como um marco legal para questões relativas aos direitos autorais e conexos (Brasil, 1998). A lei nacional, inclusive, está atualizada, pois foi promulgada após o tratado de direitos do autor da OMPI. O convênio evolui nos aspectos de direitos do autor relacionados com as novas tecnologias, quando protege, por exemplo, da pirataria digital (WIPO, 1996).

Além dessas formas historicamente consagradas de direito de propriedade, existe atualmente uma nova proposta denominada *Creative Commons*, que será tratada na seção a seguir.

CREATIVE COMMONS

O *Creative Commons*, criação do professor de direito da Universidade de Stanford, Lawrence Lessig, surgiu na esteira da internet para ajudar a controlar a difusão de conteúdo gratuito. Esse novo conceito de gestão da propriedade intelectual permitiu que jovens artistas, em busca de uma maior visibilidade, pudessem distribuir suas criações sem o risco de perdê-las por completo (Hanson, 2007).

Por meio do *Creative Commons*, o criador permite o livre acesso a suas obras mediante um conjunto de licenças autorais que contrapõe ao "todos os direitos reservados" do *copyright* a ideia de "alguns direitos reservados". Esse conjunto de licenças é também chamado de *copyleft*, em oposição ao *copyright*. O *copyleft* é uma licença com o foco na liberdade de circulação da obra e não no direito do autor.

As licenças *Creative Commons* fazem parte de um novo olhar sobre as concessões de licenças, pois harmonizam as ideias de sujeito e coletividade, ou seja, entre "o que eu quero e o que o outro deseja". Para os defensores do *Creative Commons*, a concepção de compartilhamento da informação é um poderoso instrumento a favor da democracia e contra controles e ameaças tecnológicas. A ideia de participação compartilha-

da favorece o processo de formação de vida comunitária e cidadã.

Trata-se de um projeto sem fins lucrativos que disponibiliza licenças flexíveis para obras intelectuais. Essas licenças permitem que o autor mantenha para si parte dos direitos e, ao mesmo tempo, compartilhe outra parte. Tal flexibilidade das licenças facilita e propicia a expansão do trabalho criativo, uma vez que permite que um número maior de pessoas possa legalmente compartilhar informações e criar trabalhos com base noutros. Este é o objetivo do *Creative Commons*. As novas obras devem conter menção ao autor nos créditos e não podem ser usadas com fins comerciais.

Segundo Christian Ahlert, líder do *Creative Commons* na Inglaterra, o *open business* rompe com a maneira tradicional de ganhar dinheiro. Para ele, é viável pensar em novas formas de organizar negócios. O *Creative Commons* já é uma proposta de se compartilhar conteúdos dentro da máquina do *copyright* (Hanson, 2007).

Em termos estratégicos, no mundo das artes midiáticas, quanto mais uma obra circula, maior é o seu valor de mercado. A iniciativa de Lessig foi recebida inicialmente com desconfiança, mas hoje cerca de 140 milhões de obras já são licenciadas pelo sistema. Mesmo assim, o assunto continua polêmico. Helprin (2009), escritor romancista, escreveu um manifesto em favor do Direito Autoral, ressaltando que a cópia de qualquer conteúdo equivale a roubo e que o *Creative Commons* possui diversas faces, principalmente, na defesa dos interesses das grandes empresas da era da informação. Portanto, ultimamente, o embate de Lessig e Helpring é visto nos artigos de jornais como *The Wall Street Journal* e *The New York Times* (Moon, 2009).

O SEGMENTO DE QUADRINHOS

LINGUAGEM E HISTÓRIA

As histórias em quadrinhos (HQs) podem ser definidas como uma forma de expressão artística constituída por dois tipos de linguagem: a gráfica (imagem) e a verbal (texto). Os quadrinhos apresentam aspectos essencialmente modernos: reprodutibilidade, divulgação e velocidade de consumo. Elementos fundamentais são facilmente identificados nas HQs (Figura 1): o quadrinho em si, o balão, as onomatopeias e o ritmo visual (estruturação dinâmica, corte de quadros, gestualidade etc.) (Eisner, 1985; Cirne, 1974; Moya, 1977; McCloud, 1995; Cavedon e Lengler, 2005; Mendo, 2008).

Os quadrinhos surgiram nos Estados Unidos em 1894, a partir do desenho *Yellow Kid* (Garoto Amarelo) no jornal *New York World*. Os primeiros passos da história dos quadrinhos se confundem com a própria história dos quadrinhos norte-americanos, com o surgimento dos chamados *comics* (Anselmo, 1975; Moya, 1977; Cavedon e Lengler, 2005; Mendo, 2008).

A publicação de HQs em jornais foi o fator que impulsionou a produção e a atração de leitores. As primeiras re-

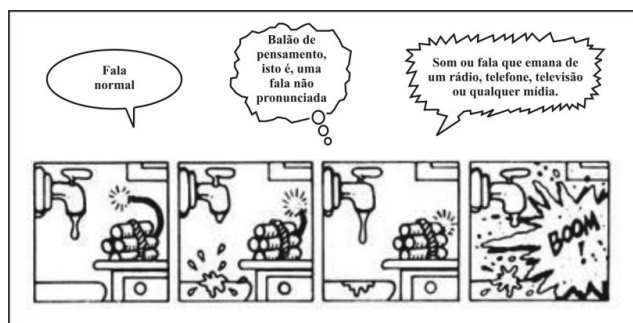


Figura 1 – Elementos fundamentais das histórias em quadrinhos.

Figure 1 – Key elements of comic book stories.

Fonte: Adaptado de Eisner (1985).

vistas contendo exclusivamente quadrinhos surgiram por volta de 1930, motivadas pelo grande sucesso conquistado junto aos leitores dos jornais. Estas revistas, chamadas popularmente de *comic books*, surgiram de coletâneas de tiras publicadas anteriormente nos jornais (Anselmo, 1975; Paz e Queluz, 2006; Mendo, 2008).

A partir daí, surgiram os super-heróis, personagens com poderes extraordinários vestidos com roupas extravagantes. Eles ganharam tanta popularidade que se tornaram quase sinônimo de HQs. Personagens como Super-Homem, Batman, Homem-Aranha, dentre outros, tornaram-se referências no imaginário dos jovens americanos e, posteriormente, do mundo inteiro. Em seguida, os quadrinhos se tornaram meio para manifestações sociais, apresentando um caráter mais crítico quanto aos problemas do cotidiano como, por exemplo, guerras, sexualidade, drogas e ecologia (Anselmo, 1975; Paz e Queluz, 2006).

Nas duas últimas décadas, constatou-se, ainda, a expansão dos quadrinhos originados no mundo oriental (os mangás), que invadiram os diversos países com diferentes proposições temáticas direcionadas para públicos segmentados, com uma ousada estratégia de marketing e com um esquema coordenado de lançamentos de novos produtos. Tais produtos inter-relacionam produções de desenho animado para a televisão, produções cinematográficas, jogos eletrônicos, bonecos e produtos assemelhados (Gravett, 2006).

OS QUADRINHOS E A PROPRIEDADE INTELECTUAL

A propriedade intelectual nos quadrinhos serve como ferramenta de proteção para os responsáveis pelo processo artístico gráfico e verbal e para os responsáveis pela reprodução e distribuição. Em 1912, a primeira disputa judicial relacionada à propriedade intelectual ocorreu nos Estados Unidos. Essa disputa ficou conhecida como o caso Hearst-Pullitzer, que remetia aos nomes dos donos de dois famosos jornais americanos que publicavam quadrinhos. O desenhista Rudolph Dirks, criador de "Os Sobrinhos do Capitão" (nome publicado no Brasil) resolveu sair do *Journal* de Hearst para trabalhar no *World* de Pullitzer. Hearst não permitiu que o artista levasse os personagens para o concorrente. O tribunal decidiu que Dirks

teria o direito de desenhar seus personagens no *World*, mas com um novo título. Enquanto isso, o *Journal* teria direito aos mesmos personagens e ao título original da obra, que passaria a ser desenhada por outro profissional (Anselmo, 1975, p. 50).

A divisão dos direitos aos desenhos entre o desenhista e donos dos jornais, consequências do processo Hearst-Pullitzer, foi fundamental para que Hearst tenha fundado o primeiro grande distribuidor das HQs – o *International News Service*, que, em 1914, transformou-se no conhecido *King Features Syndicate*, organizando o comércio das HQs e criando novas oportunidades de negócios para os artistas desse segmento (Anselmo, 1975).

Os *syndicates* nos EUA merecem destaque na história do processo de produção de quadrinhos e de sua distribuição pelo mundo. Eles foram responsáveis pela grande difusão mundial dos quadrinhos a um baixo custo, em vista da elevada tiragem das obras produzidas. Segundo Furlan (1985, p. 29), a denominação "*syndicate*, nos moldes norte-americanos, não encontra similar em nosso contexto. Não se trata de um sindicato e ultrapassa as atribuições de uma associação. Podemos tratá-los como agência especializada em fornecer matérias variadas, particularmente de entretenimento". Os *syndicates* possuíam os direitos de venda e distribuição sobre os trabalhos dos desenhistas, embora a estes permitissem não se submeterem às determinações dos jornais, garantindo certa autonomia. Os desenhistas deviam seguir as políticas dos *syndicates* na elaboração de seus trabalhos, impostas por um rigoroso código de ética que nivelava o conteúdo, a fim de apresentar os desenhos em qualquer sociedade, inclusive as mais moralistas. Henfil, desenhista brasileiro, produziu obras para os *syndicates*, mas seus trabalhos não duraram dois meses, embora tenham sido distribuídos para cerca de 10 jornais americanos. Vários leitores enviaram correspondências reclamando contra o humor aguçado de Henfil e os jornais cancelaram os contratos (Henfil, 1983; Furlan, 1985; Lachtermacher e Miguel, 1985; Luyten, 1987; Magalhães, 2005).

A despeito das restrições impostas ao conteúdo, os *syndicates* foram importantes para a expansão do setor de quadrinhos. As vantagens e desvantagens dos *syndicates* para a indústria dos quadrinhos são apresentadas no Quadro 1.

Não é somente o desenho que recebe proteção. Moreira (2000) ressalta que "recebem proteção tanto as obras em si, como os títulos, os personagens, os nomes, as expressões e elementos outros que as integram, pois o Direito de Autor protege a forma externa e a interna da criação". Os quadrinistas criadores possuem o direito de autor de seus desenhos. Segundo Patati e Braga (2006, p. 20), "as editoras não compram a posse dos desenhos, mas os direitos de reprodução desses desenhos". Há algumas exceções as quais permitem que algumas patentes antigas e lucrativas pertençam às editoras, como, por exemplo, Super-Homem e *Judge Dredd*. Dessa forma, os criadores podem se beneficiar e prolongar a vida e os contextos

Quadro 1 – Vantagens e desvantagens dos syndicates.**Chart 1 – Advantages and disadvantages of syndicates.**

| Agentes da Cadeia | Vantagens | Desvantagens |
|--|--|--|
| Meios de publicação (jornais, revistas, editoras etc.) | Aquisição de HQs a um baixo custo Facilidade de comprar HQs por intermédio de um agente | Perda do controle dos desenhistas Perda dos direitos autorais em alguns casos |
| Quadrinistas | Possibilidade de entrada num mercado mais amplo Publicação dos seus trabalhos nos principais meios de comunicação | Seguimento de um rigoroso código ética para nivelar o conteúdo dos desenhos |
| Mercado Consumidor | Acesso a HQs de desenhistas do mundo todo | Histórias com baixa complexidade em alguns casos |

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de Furlan (1985), Luyten (1987) e Magalhães (2005).

de seus personagens ilimitadamente. No mercado japonês, geralmente, quando os autores se aposentam ou morrem, os seus quadrinhos seguem o mesmo caminho. Para Gravett (2006, p. 19), "esse ciclo garante um processo de renovação mais saudável".

Os criadores de HQs são remunerados pelos *syndicates* por meio de um valor fixo e/ou pela porcentagem sobre as vendas e as adaptações ou pela utilização de personagens em cinema, televisão, publicidade etc. (Anselmo, 1975). Sobre a relação de propriedade, Anselmo (1975, p. 77) comenta que "em certos casos, os direitos autorais pertencem ao criador de uma série; nos demais, pertencem ao sindicato que, neste caso, pode transferir uma HQ de um desenhista para outro ou de um criador para outro". Moreira (2000) destaca que:

[...] em regra, pode-se, pois, afirmar que tais desenhos, destinados geralmente ao público infanto-juvenil, quando utilizados para fins comerciais, objetivo este que originariamente não lhes pertence, não perdem a proteção pela legislação autoral, visto que o contrato de merchandising funda-se nas referidas leis, podendo ser qualificado como um contrato de direito autoral atípico.

Outro ponto de destaque consiste na interação dos quadrinhos com outras formas de mídias, principalmente as audiovisuais (cinema, TV, internet etc.). Embora, em alguns casos, os quadrinhos tenham perdido um pouco do seu poder de atratividade do público, o meio digital se apresenta como um fator de redução de custos, de maior conservação e de aumento da amplitude dos mercados. A importância dessa articulação dos quadrinhos com outras mídias pode ser ilustrada pelo exemplo de Patati e Braga (2006, p. 221) relativo ao lançamento cinematográfico do Homem-Aranha, que

[...] rendeu 114 milhões de dólares no fim da semana de lançamento, tornando-se a estreia de maior bilheteria de todos os tempos. Seu faturamento bruto foi de mais de 800 milhões de dólares em todo o mundo. [...] Os detentores dos direitos autorais de HQs estão com as orelhas em pé e os olhos bem abertos, atentos para qualquer executivo de cinema que chegue com um contrato milionário na pasta.

Portanto, a relação da propriedade intelectual não se limita aos aspectos da editoração gráfica. O envolvimento dos quadrinhos com outras mídias também é protegido pelos tratados de propriedade intelectual.

A REALIDADE NACIONAL

O mercado editorial brasileiro nos quadrinhos foi extremamente marcado pelo material americano. Segundo Anselmo (1975, p. 66), as "empresas editoriais publicam histórias importadas. Outras possuem desenhistas brasileiros que criam histórias com personagens consagrados no exterior, sendo o *copyright* de propriedade da agência de origem do personagem". Logo, as histórias são criadas no país, mas as produtoras estrangeiras cobram os direitos autorais pela utilização de personagens de sua propriedade. Dessa forma, as editoras brasileiras possuem uma equipe de desenhistas, tradutores, roteiristas, redatores etc. para a realização de adaptação dos quadrinhos ao público brasileiro (Anselmo, 1975).

A produção nacional sempre apresentou dificuldades, salvo algumas exceções. A maior parte dos casos de sucesso aconteceu na brecha deixada pelo material estrangeiro que não conseguiu atender totalmente a demanda. Em 23 de setembro de 1963, foi aprovado o Decreto-Lei 52.497, visando à nacionalização progressiva dos quadrinhos brasileiros. A lei buscava a formação de uma reserva de mercado. Ela não chegou

a ser devidamente implantada, pois houve pressão por parte das editoras, que alegaram a falta de qualidade e quantidade dos quadrinhos nacionais para satisfazer a demanda. Mesmo assim, o público brasileiro conheceu importantes trabalhos nacionais, como, por exemplo, os de Ziraldo e Maurício de Sousa (Cirne, 1971; Lachtermacher e Miguel, 1985; Gonçalves Júnior, 2004; Patati e Braga, 2006).

Ao longo da história, os autores e desenhistas sofreram bastante com os baixos valores pagos pelas editoras que não compensavam seus trabalhos. Eles recebiam melhores quantias quando desenvolviam trabalhos para a publicidade. Os obstáculos para o crescimento da indústria de quadrinhos no Brasil não foram causados pela ausência de artistas criativos, e sim pelo problema econômico-financeiro, que impedia o recebimento de recompensa devida pelos esforços realizados pelos criadores e desenhistas (Anselmo, 1975; Moya, 1977).

A despeito dessas dificuldades, alguns quadrinistas apresentaram sucesso financeiro com a atividade, sendo Maurício de Sousa um exemplo notável. Segundo Moreira (2000), "aqui no Brasil, é Maurício de Souza (*sic*) o empresário com maior número de licenciamentos para seus personagens: o elefante 'Jotalhão' aí está nas latas de extrato de tomate; e todo o restante da 'Turma da Mônica' encontra-se nas mais diversas mercadorias".

Dados financeiros referentes ao setor aqui no Brasil não são fáceis de encontrar, mas se sabe que a indústria de quadrinhos movimenta em torno de 330 milhões de dólares somente com venda de publicações nos Estados Unidos (Coura, 2009).

No Brasil, houve inclusive uma experiência nos moldes dos *syndicates* na década de 1980, com a criação da Agência Funarte de Quadrinhos Brasileiros. Embora fosse uma alternativa para a produção brasileira, essa iniciativa não obteve muito êxito, dadas as restrições estruturais dos órgãos oficiais. Dentre esses problemas, podem-se mencionar a morosidade e a burocracia, as dificuldades de gestão e as restrições orçamentárias. Havia muitos projetos planejados, como distribuição de cartuns, páginas de passatempo para suplementos dominicais e charges, mas não existiam meios suficientes para implantá-los. As mudanças políticas e a falta de continuidade das políticas públicas contribuíram para o fim da Agência no início da década de 90, no governo Collor de Melo. A experiência adquirida junto à Funarte levou um de seus diretores a continuar o seu legado mediante a criação da sua própria agência, a Pacatatu, mas, desta vez, fora da esfera governamental (Magalhães, 2005).

Segundo Anselmo (1975, p. 79), "há casos de HQ feitas no país, com heróis estrangeiros, publicadas no Brasil e remetidas ao exterior para publicação em outros idiomas". Nesse sentido, verifica-se a produção de histórias desenhadas por brasileiros que exportam seus trabalhos para a publicação no mercado editorial estrangeiro. Em alguns casos, representam uma globalização do setor de quadrinhos na busca por uma mão de obra mais barata com qualidade

semelhante ou melhor que a produzida no local da publicação (Patati e Braga, 2006; Coura, 2009).

METODOLOGIA

O propósito de compreender a questão da propriedade intelectual no segmento de histórias em quadrinhos conduziu à escolha da abordagem qualitativa para realizar este estudo, opção justificada pela assertiva de Richardson (1999) de que essa pesquisa é "uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social". Tal adequação do método ao propósito da investigação é fortalecida pelo conteúdo de simbolismo e subjetividade inerente às indústrias criativas, notadamente de seu segmento fundado na cultura e nas atividades das histórias em quadrinhos. É relevante considerar o paralelo feito por Vieira e Zouain (2005, p. 123) entre as artes visuais e a pesquisa qualitativa:

Os artistas dão especial atenção às nuances de qualidades, particularidades, gradações de cores, luzes, sombras, valorizando a estética do trabalho. Os pesquisadores qualitativos dão atenção especial a nuances e qualidades das situações e dos achados, na particularidade de seus casos.

Richardson (1999, p. 80) sugere, ainda, que uma das situações em que se aplica a pesquisa qualitativa é a do uso das observações qualitativas, "como indicadores de funcionamento de estruturas sociais", como é o caso das indústrias criativas, o que atribui à investigação uma natureza descritiva. A entrevista é a técnica de coleta de dados utilizada na investigação. Ela é, juntamente com a observação, uma técnica apropriada à abordagem qualitativa. Esclarecidos esses aspectos metodológicos deste estudo, acrescenta-se que os respondentes da entrevista, em número de 16, foram selecionados com o uso do critério da bola de neve (*snowball*), em que os participantes iniciais indicam novos participantes. O recurso a este modo de seleção da amostra da pesquisa decorreu da utilização dos contatos obtidos numa pesquisa anteriormente realizada sobre a análise da cadeia produtiva do segmento de quadrinhos na indústria criativa cearense. Portanto, este trabalho representa uma continuação do projeto inicial sobre estudos das indústrias criativas e das atividades de HQs no Ceará (Batista *et al.*, 2008). Os respondentes são agentes representativos para o setor, pois atuam nas mais diversas atividades. Foram entrevistados: 6 (seis) desenhistas *freelance*, 3 (três) fanzinistas, 3 (três) quadrinistas exportadores de desenhos e 4 (quatro) figurinistas e quadrinistas de jornais de grande circulação. A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de março e maio de 2008.

No caso específico deste estudo, a entrevista foi orientada por um conjunto de categorias extraídas da literatura sobre propriedade intelectual, direitos autorais e conexos e atividades de HQs. Essas foram as bases da elaboração do roteiro de entrevistas que continha questões que permitiam

extrair dos entrevistados informações sobre suas experiências nos assuntos citados. Essa estratégia é importante para uma análise ordenada das informações colhidas e para conferir credibilidade acadêmica aos resultados. Cinco foram as categorias selecionadas no referencial teórico do trabalho: (i) propriedade intelectual; (ii) práticas comerciais; (iii) direitos autorais; (iv) direitos conexos – *copyright*; e (v) *Creative Commons* – *copyleft*.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os quadrinhos, na sociedade cearense, não chegam a se constituir como uma indústria estruturada, como acontece especialmente nos Estados Unidos, na Europa e no Japão. Uma primeira explicação decorre dos aspectos culturais da região, uma vez que a quadrinização não é uma atividade constitutiva do costume brasileiro, que, na maior parte, está voltado para transmissão das tradições por métodos predominantemente orais, no caso do senso comum e por meios predominantemente escritos, no caso dos eruditos, mitigando o senso estético da imagem. A única exceção consiste na adoção de literatura de cordel, que utiliza, assim como os quadrinhos, textos e imagens. É possível destacar que o quadrinista cearense Klévisson Viana também atua na produção de cordel. Em vista desses fatores, os quadrinhos ainda são vistos com desconfiança, preconceito e despreparo. Tal fato se reflete nas práticas comerciais, produtivas e artísticas dos quadrinhos. Manifesta-se, também, numa questão fundamental da produção de bens simbólicos, isto é, na propriedade intelectual, conforme assinalado anteriormente.

Vale destacar que, em 2005, o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura realizou em Fortaleza (CE) o evento Panorama Nona Arte, que reuniu 19 palestrantes da área, incluindo editores, varejistas, consumidores e quadrinistas, com os objetivos de apresentar propostas educativas e comerciais ligadas às HQs, discutir a proposta de um edital de incentivo específico para a área e debater sobre as formas de fomentar, publicar e exportar a produção local. Algumas questões sobre propriedade intelectual também foram abordadas de maneira transversal em certas palestras ministradas. Entre os palestrantes locais, estão alguns dos respondentes desta pesquisa, como J.J. Marreiro, Daniel Brandão, Guabiras, Denílson Albano, Thyago, Geraldo Jesuíno, Bosco, Klévisson Viana, Hemetério, Weaver Lima, Franklin e Akel.

A propriedade intelectual no dia a dia do setor de quadrinhos é, assim como o próprio setor, totalmente desestruturada. Há casos de graves desrespeitos em relação às leis de propriedade intelectual em vigor, motivados, principalmente, pela falta de conhecimento dessas leis por parte dos empresários locais e dos próprios artistas – os dois principais atores do segmento de quadrinhos. Podem-se enumerar diversos casos relacionados à propriedade intelectual no setor de quadrinhos cearense, como, por exemplo:

- A organização de um evento periódico sobre desenho japonês exhibe, no local do evento, desenhos produzidos por japoneses, sem a autorização dos produtores, pois conseguem os episódios na internet. Este caso representa, claramente, um desrespeito aos elementos do direito de reprodução. Quando os organizadores foram questionados sobre a exibição dos desenhos em um canal de televisão local, afirmaram ter comprado os direitos de transmissão, conforme as exigências legais (Brasil, 1998; OMPI, 2008). Entretanto, segundo esses organizadores, os direitos, de fato, não são respeitados no caso da exibição dos episódios no evento, que reúne um número bem maior de títulos em relação àqueles que são exibidos na televisão;

- Alguns quadrinistas produzem tiras para jornais, por serem contratados como funcionários, sem o menor direito sobre o seu trabalho, que passa a ser visto como um simples conjunto de ilustrações. Portanto, no imaginário dos empresários, os quadrinhos representam produtos concretos, industriais, e não intelectuais. Embora ainda não tenha ocorrido nenhum desentendimento sério entre artistas e empresários (que tenha originado problemas na justiça), esta situação se assemelha à disputa judicial Hearst-Pullitzer (Anselmo, 1975);

- Alguns artistas locais que trabalham desenhando personagens de propriedade das editoras estrangeiras, muitas vezes, são vistos por essas editoras somente como mão de obra barata. Merece destaque o trabalho de montagem de um estúdio com artistas regionais, desenvolvido por Ed Benes, em uma cidade do interior do Ceará (Coura, 2009). Esse exemplo corrobora com os comentários de Patati e Braga (2006) e Coura (2009) sobre a globalização dos quadrinhos;

- Os artistas, muitas vezes, se envolvem em trabalhos publicitários, mais rentáveis, já que são mal remunerados; assim, atuam somente como quadrinistas autorais. Os trabalhos publicitários acabam por gerar inúmeros conflitos entre os artistas e seus clientes. Os primeiros tentam vender sua obra intelectual, enquanto os outros compram os desenhos como se fossem produtos industriais. Dessa forma, os compradores pagam um valor bem abaixo da média de mercado, pois não dão o devido valor aos trabalhos (Anselmo, 1975; Moya, 1977);

- Os artistas, quase sempre, realizam trabalhos infomais para empresários, sem qualquer tipo de compromisso e muito menos contratos que possam reconhecer o valor intelectual de suas obras. Os empresários, por consequência, associam os desenhos adquiridos a alguma marca de suas empresas, sem remunerar adequadamente o trabalho intelectual do artista. Verifica-se, então, a existência de problemas na negociação de preço desses trabalhos (Moreira, 2000);

- Alguns artistas encontram seus personagens estampando camisas expostas à venda em pequenas lojas varejistas locais sem a devida autorização. Este caso representa mais um descumprimento da utilização de licenciamento (Moreira, 2000).

Todos os exemplos vistos evidenciam que há uma grande distância entre o pensamento dos quadrinistas e a percepção dos empresários. Os primeiros querem produzir o seu trabalho e serem reconhecidos por ele, especialmente pelo consumo de suas obras e da remuneração de seu trabalho. Por sua vez, os empresários não conseguem compreender o valor simbólico contido nos quadrinhos e querem pagar por serviços, tendo em vista o valor de uso. Verifica-se, assim, que os empresários desconhecem a importância dos quadrinhos como um efetivo meio de comunicação, que pode, por exemplo, ser utilizado para facilitar o fluxo de informações dentro de uma determinada organização. Nesse sentido, percebe-se uma ausência de um ator intermediário na relação artista-empresário. O papel desse agente é unificar o trabalho artístico com as oportunidades de mercado, mostrando aos empresários a possibilidade de criação e desenvolvimento de negócios com a produção de quadrinhos.

Verifica-se, também, que a negociação da venda de quadrinhos, feita entre quadrinistas e empresários, ocorre quase sempre mediante acordos tácitos. Estes, muitas vezes, são desrespeitados por parte dos empresários. A inexistência da formalização contratual gera riscos para ambas as partes, uma vez que os direitos e as obrigações dessa relação não são facilmente identificados e isso prejudica a exigibilidade do que foi acordado conforme apontado pelos entrevistados.

Apesar de todas essas dificuldades, existem raros casos de práticas bem-sucedidas, como álbuns em quadrinhos produzidos por autores cearenses e licenciados para editoras a partir de contratos preestabelecidos e negociados entre as partes. Podem-se citar alguns casos de títulos com grandes tiragens, como, por exemplo, "Dom Quixote" de Klévisson Viana, que foi adotado pelo Ministério da Educação (MEC) como livro didático do ensino médio nas escolas públicas. Segundo Klévisson, o MEC adquiriu o direito de reprodução de 50 mil exemplares. Outro exemplo importante é a obra "Garatujas" de Hemetério, que relata o fato de, após procurar o apoio de várias editoras locais, viu-se obrigado a publicar sua obra com recursos próprios. A obra, entretanto, agradou ao público e à crítica, resultando em um convite da editora Conrad, a maior editora especializada em HQs do país, para publicar uma adaptação, para os quadrinhos, da Revolta da Chibata.

Alguns quadrinistas vendem as suas obras diretamente para escolas, como é o caso de Dom Cabral, que desenvolveu uma série de álbuns em quadrinhos, contendo sete personagens registrados e protegidos pelos direitos autorais, com temáticas voltadas para a educação e a cidadania. Segundo Cabral, a escola paga pelo seu trabalho e pela impressão da tiragem dos títulos.

Práticas desse tipo são casos raros de artistas bem preparados para as oportunidades de mercado. Representam trabalhos que surgiram de um diálogo com editoras, os que não costumam acontecer no Ceará nos últimos tempos.

Apesar das tímidas demonstrações de sucesso profissional, esses quadrinistas servem como referências para os jovens desenhistas que surgem no mercado. Buscam o mesmo sucesso

ou objetivam superar seus admirados. Vale ressaltar que, apesar do talento para a execução dos desenhos, esses artistas não possuem conhecimento sobre questões relativas à propriedade intelectual, ao empreendedorismo, às particularidades econômicas das indústrias criativas e, ainda, à percepção do valor do trabalho realizado.

Um projeto importante que atua diretamente com esses jovens quadrinistas é a Oficina de Quadrinhos da Universidade Federal do Ceará (UFC). Este Programa de Extensão do curso de Comunicação Social da UFC era bastante atuante nas décadas de 1980 e 1990, contando com a coordenação do professor Geraldo Jesuino da Costa. Após a aposentadoria do professor, a oficina teve suas atividades suspensas, voltando a funcionar quase 10 anos depois, sob a coordenação do professor Ricardo Jorge de Lucena Lucas. A oficina conta com a participação de 15 monitores e cerca de outros 25 participantes; é formada por estudantes da universidade e por pessoas da comunidade externa. Segundo informações verbais informais, por intermédio da reedição da revista "Pium", os participantes do projeto praticam os conhecimentos aprendidos.

Quanto à prática de utilização das licenças do *Creative Commons*, verifica-se a obrigatoriedade de adoção do sistema pelos trabalhos selecionados no edital de incentivo às artes visuais proposto por um órgão do governo municipal de Fortaleza. Este caso é representativo, pois fere os próprios princípios do *Creative Commons*, que coloca nas mãos do artista o direito de decidir sobre como vai licenciar suas obras. Segundo um dos quadrinistas, o responsável pelo órgão do governo municipal comentou que a obrigatoriedade serviria como forma de ampliar e divulgar a existência das referidas licenças perante os artistas.

A falta de percepção da oportunidade por parte dos empresários e até mesmo dos artistas; a inexistência de um agente capaz de intermediar essa relação artista-empresário; a falta de cultura de consumo e apreciação de quadrinhos; e a falta de conhecimento da sociedade sobre a linguagem dos quadrinhos são elementos que constituem os entraves ao setor. Tais fatores produzem discrepâncias quanto ao respeito às leis de propriedade intelectual. Portanto, esses fatores constituem lacunas que devem ser preenchidas por meio de políticas públicas, as quais visem a uma maior conscientização das leis de propriedade intelectual. Esta se constitui como uma primeira resposta à necessidade de respeito e cumprimento dessas leis.

Como o centro do problema é de ordem cultural e perpassa toda a sociedade, as políticas públicas devem ser de conscientização e educação básica, contribuindo para o desenvolvimento de relações entre artistas, empresários e agentes intermediários. Vale ressaltar que a realização de palestras, seminários e cursos sobre propriedade intelectual, assim como sobre empreendedorismo, para os artistas cearenses, podem contribuir para o desenvolvimento do setor. Da mesma forma, é interessante e seria produtiva a realização de oficinas sobre o potencial dos quadrinhos como meio de comunicação empresarial para executivos e empreendedores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados do estudo indicam que o desenvolvimento do segmento das histórias em quadrinhos cearense depende de maior conscientização de todos os agentes da cadeia produtiva quanto à natureza dos direitos da propriedade intelectual, de forma que os artistas possam apropriar-se do valor simbólico e cultural resultantes do produto de sua criatividade.

Há ainda a necessidade do florescimento de agentes intermediários que contribuam para uma relação artista-empresário melhor formalizada, a fim de que se equilibre mais adequadamente a partilha do valor criado pela atividade, com o favorecimento do artista no sentido de estimular a sua dedicação à atividade como um negócio, além de arte.

Políticas públicas específicas para o setor são relevantes para o desenvolvimento de práticas mais coerentes com os direitos de propriedade intelectual. Algumas sugestões nesse sentido compreendem políticas educativas para promover a conscientização do direito da propriedade intelectual; orientação técnica para a organização dos produtores de quadrinhos; incentivos e facilidades para a realização de exposições e para a publicação de quadrinhos; compras governamentais que favoreçam o uso de quadrinhos para campanhas públicas de interesse social e para fins educativos, didáticos e paradidáticos.

Por fim, vale ressaltar que as relações comerciais na cadeia produtiva, os direitos de propriedade e de modelos contratuais e as práticas de produção e consumo no segmento de quadrinhos são temas pouco explorados no campo da Administração. Sua abordagem pode resultar, ainda, em inúmeras pesquisas que possam contribuir para o desenvolvimento econômico desse setor, em particular, e das indústrias criativas, em geral.

REFERÊNCIAS

- ANSELMO, Z.A. 1975. *História em quadrinhos*. Petrópolis, Vozes, 180 p.
- BATISTA, P.C.S.; ANDRADE, R.J.C.; OLIVEIRA, L.G.L.; OLIVEIRA, D.M.; QUEIROZ, F.L. 2008. Uma análise da cadeia produtiva do segmento de histórias em quadrinhos na indústria criativa cearense. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 32, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, Anpad.
- BENDASSOLLI, P.F.; WOOD JR., T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M.P. 2009. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *Revista de Administração de Empresas – ERA*, 49(1):10-18.
- BRASIL. 1998. Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 20 de fevereiro de 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L9610.htm>. Acesso em: 17/04/2008.
- CAVEDON, N.R.; LENGELER, J.F.B. 2005. Desconstruindo temas e estratégias da administração moderna: uma leitura pós-moderna do mundo de Dilbert. *Organização & Sociedade*, 12(32):105-119.
- CAVES, R. 2000. *Creative industries: contracts between arts and commerce*. Boston, Harvard University Press, 449 p.
- CIRNE, M. 1971. *A linguagem dos quadrinhos: o universo estrutural de Ziraldo e Maurício de Sousa*. Petrópolis, Vozes, 81p.
- CIRNE, M. 1974. *A explosão criativa dos quadrinhos*. 4ª ed., Petrópolis, Vozes, 70 p.
- COURA, K. 2009. De Limoeiro do Norte para o mundo. São Paulo, *Veja*, n. 2119, p. 140-141.
- EISNER, W. 1985. *Comics & sequential art*. Guerneville, Impact Publishers, 154 p.
- FURLAN, C. 1985. HQ e os "syndicates" norte-americanos. In: S.M.B. LUYTEN (org.), *História em quadrinhos: leitura crítica*. 2ª ed., São Paulo, Paulinas, 91 p.
- GONÇALO JÚNIOR. 2004. *A guerra dos gibis: a formação do mercado editorial brasileiro e a censura aos quadrinhos, 1933-64*. São Paulo, Companhia das letras, 448 p.
- GRAVETT, P. 2006. *Mangá: como o Japão reinventou os quadrinhos*. São Paulo, Conrad Editora, 183 p.
- HANSON, D. 2007. Gestão e cultura: um panorama dos argumentos pró e contra. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 4, Resende. *Anais...* Resende, AEDB.
- HELPRIN, M. 2009. *Digital Barbarism: A writer's manifesto*. New York, HarperCollins, 256 p.
- HENFIL. 1983. *Diário de um cucaracha*. 4ª ed., Rio de Janeiro, Record, 276 p.
- JUDICE, V.M.M.; SANTOS, F.R. 2007. Indústria criativa e desenvolvimento local: um estudo da Vesperata de Diamantina (MG). In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 31, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, Anpad.
- LACHERMACHER, S.; MIGUEL, E. 1985. HQ no Brasil: sua história e luta pelo mercado. In: S.M.B. LUYTEN (org.), *História em quadrinhos: leitura crítica*. 2ª ed., São Paulo, Paulinas, 91 p.
- LIMA, C. 2005. Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o Estado da Bahia. *Revista Desenharia*, 2(3):103-130.
- LUYTEN, S.M.B. 1987. *O que é história em quadrinhos*. 2ª ed., São Paulo, Brasiliense, 88 p.
- MAGALHÃES, H. 2005. O bom humor das tiras brasileiras. In: E. GUIMARÃES (org.), *O que história em quadrinhos brasileira*. João Pessoa, Marca de Fantasia, 92 p.
- MCCLLOUD, S. 1995. *Desvendando os quadrinhos*. São Paulo, Makron Books, 266 p.
- MENDO, A.G. 2008. *História em quadrinhos: impresso vs. web*. São Paulo, Editora UNESP, 108 p.
- MOON, P. 2009. "O Google me roubou!". Rio de Janeiro, *Época*, 582. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,EMI81618-15224,00-O+GOOGLE+ME+ROUBOU.html>. Acesso em: 02/08/2009.
- MOREIRA, C.F.M. 2000. A natureza jurídica dos personagens de histórias em quadrinhos que se tornam símbolo identificador de um produto comercial. *Direito UNIFACS*, 1(6). Disponível em: http://web.unifacs.br/revistajuridica/edicao_novembro2000/corpo-discente/graduacao/natureza_juridica_personagens.htm. Acesso em: 10/05/2008.
- MOYA, Á. de. 1977. *Shazam!* 3ª ed., São Paulo, Perspectiva, 344 p.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (OMPI). 2008. *Curso General de Propiedad Intelectual*. Ginebra, WIPO Publicación, 41 p.

- PATATI, C.; BRAGA, F. 2006. *Almanaque dos quadrinhos: 100 anos de uma mídia popular*. Rio de Janeiro, Ediouro, 232 p.
- PAZ, L.; QUELUZ, M. L. P. 2006. Curitiba e o Gralha: reflexões sobre a identidade de uma cidade pela ótica de uma história em quadrinhos. In: FÓRUM DE PESQUISA CIENTÍFICA, 5, 2006, Curitiba. *Anais...* Curitiba, Fórum de pesquisa científica.
- REIS, A.C.F. 2007. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura*. São Paulo, Manole, 383 p.
- RICHARDSON, R.J. 1999. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3ª ed., São Paulo, Atlas, 336 p.
- SARAIVA, L.A.S. 2007a. A dupla face da cultura: economia e simbolismo. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 31, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, Anpad.
- SARAIVA, L.A.S. 2007b. A cultura como fenômeno econômico e simbólico. In: L.A.S. SARAIVA; A.P. CARRIERI (orgs.), *Simbolismo organizacional no Brasil*. São Paulo, Atlas, p. 13-34.
- SIQUEIRA, L.C. 2007. Inserção de políticas de propriedade intelectual nas instituições de ensino superior: o caso PUC-Rio. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 31, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, Anpad.
- VIEIRA, M.M.F.; ZOUAIN, D.M. 2005. *Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática*. 2ª ed., São Paulo, FGV, 240 p.
- VERGUEIRO, W. 2007. La actualidad de los cómics en Brasil: la búsqueda de un nuevo público. In: CONGRESS OF THE LATIN AMERICAN STUDIES ASSOCIATION, 26, Montreal, 2007. *Anais...* Montreal, Congress of the Latin American Studies Association.
- VERGUEIRO, W.; SANTOS, R.E. dos. 2006. A pesquisa sobre histórias em quadrinhos na Universidade de São Paulo: análise da produção de 1972 a 2005. *UNIrevista*, 1(3):1-12.
- WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). 1979. *Berne convention for the protection of literary and artistic works*. Geneva, WIPO Publication, 29 p.
- WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). 1996. *WIPO copyright treaty*. Geneva, WIPO Publication, 9 p.

Submissão: 30/06/2008

Aceite: 23/08/2009

PAULO CÉSAR DE SOUSA BATISTA

Universidade Estadual do Ceará
Avenida Dedé Brasil, 1700
Campus do Itaperi
60740-903, Fortaleza, CE, Brasil

LEONEL GOIS LIMA OLIVEIRA

Universidade Estadual do Ceará
Avenida Dedé Brasil, 1700
Campus do Itaperi
60740-903, Fortaleza, CE, Brasil

RAPHAEL DE JESUS CAMPOS DE ANDRADE

Universidade Estadual do Ceará
Avenida Dedé Brasil, 1700
Campus do Itaperi
60740-903, Fortaleza, CE, Brasil