

Da ascensão e queda dos radioquadrinhos à retomada dos quadrinhos em áudio no contexto digital: uma perspectiva histórica

From the rise and fall of radio comics to the revival of audio comics in the digital context: a historical perspective

Jaimeson Machado Garcia^[*] - jaimesonmachadogarcia@gmail.com
Cristiane Lindemann^[*] - clindemann@unisc.br

RESUMO

O artigo analisa a trajetória histórica dos quadrinhos sonoros, desde os radioquadrinhos das décadas de 1920 a 1950 até os contemporâneos audioquadrinhos digitais. Inicialmente, investigamos como as tiras cômicas foram adaptadas para o rádio, constituindo experiências de escuta dramatizada com forte apelo afetivo e comercial. O declínio do formato é atribuído à ascensão da televisão, à autonomia editorial dos quadrinhos impressos e às pressões morais do pós-guerra. No século XXI, com a popularização dos podcasts e das plataformas digitais, observamos o ressurgimento de narrativas exclusivamente sonoras inspiradas nos quadrinhos, agora desvinculadas da lógica tradicional da radiodifusão. A partir desta contextualização, o estudo propõe uma tipologia inicial dos audioquadrinhos, dividindo-os em três categorias: adaptações diretas de quadrinhos, novelizações dramatizadas e criações sonoras originais. Por fim, discutimos se os audioquadrinhos se consolidarão como linguagem narrativa de massa, como no passado, ou se permanecerão restritos a um nicho no ecossistema da cibercultura. Com base na teoria da Cauda Longa (Anderson, 2006), sugerimos que a sustentabilidade do formato depende da convergência entre inovação estética, acesso às plataformas e engajamento de público.

Palavras-chave: histórias em quadrinhos; radioquadrinhos; audioquadrinhos; cibercultura.

ABSTRACT

The article analyzes the historical trajectory of audio comics, from the radio comics of the 1920s to the 1950s to the contemporary digital audio comics. It begins by examining how comic strips were adapted for radio, creating dramatized listening experiences with strong emotional and commercial appeal. The decline of the format is attributed to the rise of television, the editorial autonomy of printed comics, and post-war moral pressures. In the 21st century, with the popularization of podcasts and digital platforms, we observe the resurgence of exclusively audio narratives inspired by comics, now detached from the traditional logic of broadcasting. Based on this context, the study proposes an initial typology of audio comics, divided into three categories: direct adaptations of comic books, dramatized novelizations, and original audio creations. Finally, the article discusses whether audio comics will establish themselves as a mass narrative form, as in the past, or remain confined to a niche within the ecosystem of cyberculture. Drawing on the Long Tail theory (Anderson, 2006), we suggest that the sustainability of the format depends on the convergence of aesthetic innovation, platform accessibility, and audience engagement.

Keywords: comics; radio comics; audio comics; cyberculture.

^[*] Universidade de Santa Cruz (Unisc). Av. Independência, 2293 – Universitário – Santa Cruz do Sul (RS). CEP: 96815-900.

Introdução

Quando se pensa na adaptação de histórias em quadrinhos para outros meios, é quase inevitável que o imaginário coletivo remeta, ao menos na última década e meia, aos *blockbusters hollywoodianos* e às séries televisivas, que têm impulsionado mercados bilionários. Somente a *Marvel Studios* — adquirida pela *Walt Disney Company* por 4 bilhões de dólares em 2009 — movimentou cerca de 29 bilhões em bilheteria mundial entre 2008 e 2023, tornando-se um investimento tão lucrativo que fez desaparecer, como em um estalar de dedos de Thanos, qualquer dúvida sobre o poder de transformar esse tipo de mídia em impérios transmidiáticos liderados pelas produções audiovisuais.

Mas, séculos antes de tudo ser resolvido com fundo verde e orçamentos milionários em pós-produção — quando atores jamais imaginavam contracenar com bolas de tênis em estúdios vazios, fingindo encarar um gigante esmeralda de mais de dois metros de altura ou dialogando com uma árvore antropomórfica cujo vocabulário se resume a uma única palavra —, um outro meio despontou como formato narrativo de ampla circulação comercial: o rádio.

Precedendo o *streaming* e as salas IMAX, era em torno desse aparelho de madeira entalhada que se reuniam famílias inteiras para ouvir o noticiário, as novelas e os programas de auditório — entre eles, as aventuras de personagens nascidos nas páginas dos jornais e revistas em quadrinhos. Assim nasceram os radioquadrinhos, adaptações dramatizadas que transpuseram os universos gráficos para o domínio da escuta, reinventando o quadrinho como experiência sonora.

Ao longo do tempo, contudo, os radioquadrinhos desapareceram por completo da programação das emissoras, varridos pelas transformações tecnológicas e pela ascensão da televisão. Mas o silêncio não foi definitivo. Décadas depois, já em pleno século XXI, vivemos uma retomada. Com os fones de ouvido ocupando o lugar que antes foi do rádio de sala e com os algoritmos determinando o que escutamos enquanto lavamos a louça ou caminhamos pela rua, o som volta a ser um terreno fértil para narrativas seriadas. Agora, ao invés de se ancorar no rádio tradicional, ele circula pelas redes digitais, sob demanda, em formatos fragmentados e imersivos.

É nesse contexto que emergem os audioquadrinhos — produções contemporâneas que potencializam o desejo de ouvir quadrinhos, mas com outras ferramentas, outros tempos e outras sensibilidades. Diante desse cenário, este artigo propõe uma travessia entre essas duas formas

narrativas sonoras — os radioquadrinhos clássicos e os audioquadrinhos contemporâneos — para compreender de que maneira o som tem sido mobilizado como linguagem de transposição, reinvenção e continuidade dos quadrinhos. Partindo de um mapeamento histórico e cultural das primeiras adaptações radiofônicas até a organização tipológica das novas experiências sonoras, investigam-se os modos de escuta, as estratégias estéticas e os desafios de tradução intersemiótica que atravessam essas formas.

Ponto de ignição: a origem dos radioquadrinhos

Ao final do século XIX, uma nova forma de ler ganhava corpo nas bancas e cafés da manhã estadunidenses. Não se tratava de uma leitura feita apenas de palavras escritas, mas de linhas, balões e expressões humanas congeladas em pequenos retângulos dispostos lado a lado em uma superfície plana. Era a alfabetização de um novo código em processo de convenção: o da linguagem sequencial das tiras em quadrinhos — pequenas narrativas gráficas que vinham entremeadas entre notícias e anúncios publicitários.

Elas cumpriam múltiplas funções. Eram, ao mesmo tempo, um meio de entretenimento, um comentário social e uma ferramenta pedagógica de consumo para uma sociedade que acelerava rumo ao processo de industrialização. No espaço de poucos quadros, condensavam-se discursos que informavam os leitores sobre as normas de conduta, os valores morais e os objetos de desejo do seu tempo. A cada nova edição, personagens predominantemente brancos, aspirantes à classe média e urbanos, apresentavam como se vestir, o que comer, quais eletrodomésticos comprar, como organizar a rotina familiar ou disciplinar os filhos.

Elas, portanto, não apenas espelhavam comportamentos, mas os modelavam e os naturalizavam dentro de um estilo pautado pela eficiência, pela domesticidade harmônica e pela crença no progresso contínuo. Era o *American Way of Life* representado por quadros em sequência: um ideal de felicidade baseado na estabilidade do lar, na posse de bens duráveis e na manutenção de papéis sociais claramente definidos. Mesmo quando os personagens se aventuravam por mundos fantásticos ou em futuros distantes, como nas tramas de *Buck Rogers* ou *Flash Gordon*, o imaginário projetado era enraizado nos valores do presente, como a confiança no progresso tecnológico, a masculinidade heróica, a centralidade da família nuclear e a celebração do consumo como sinal de sucesso.

Para Ian Gordon (1998), não tardou para que as tiras em quadrinhos passassem a funcionar como um dialeto

cultural compartilhado a ponto de formar comunidades de leitores pelo país, à medida em que sua linguagem se integrava cada vez mais ao cotidiano. Percebendo o poder desse novo léxico gráfico, os empreendedores trataram de traduzi-lo para a linguagem dos negócios. Os primeiros a reconhecer o potencial comercial dos personagens das tiras foram os fabricantes de bonecos e brinquedos, que souberam converter o prestígio conquistado pela ampla circulação dessas narrativas em objetos de desejo infantil. Em seguida, empresários da Broadway passaram a enxergar nas tramas gráficas uma fonte inesgotável de dramaturgia popular, adaptando as situações das tiras para o palco com música, dança e emoção. Paralelamente, gravadoras também se apropriaram desse universo, compondo partituras e canções inspiradas nos enredos das tiras. Como resultado, determinados personagens se converteram em mais do que simples figuras conhecidas do entretenimento — elas se tornaram, para Gordon (1998), verdadeiros heróis nacionais.

Com a chegada na década de 1930 e os abalos econômicos e sociais provocados pela Grande Depressão, o teor das tiras em quadrinhos precisou ser redesenhado. A utopia do *American Way of Life* seguia de pé e o *ethos* de consumo permanecia vigente. Contudo, em um contexto de colapso financeiro e instabilidade estrutural, já não bastava possuir, era preciso resistir. As tiras tornaram-se exercícios de contenção simbólica, com pequenas encenações de um cotidiano em ruínas que precisava, a qualquer custo, parecer intacto. E a ficção passou a funcionar menos como fuga e mais como manutenção — uma forma de sustentar, mesmo que por alguns quadros, a ilusão de que o mundo ainda era habitável.

Foi nesse cenário de reconfigurações culturais que nasceram, e se multiplicaram com rapidez, os radioquadrinhos. Para os ouvintes, os radioquadrinhos eram uma nova maneira de se reconectar com personagens já amados: agora, em vez de lê-los entre os dedos manchados de tinta, podiam escutá-los com a casa em silêncio, embalados por músicas e efeitos sonoros criados ao vivo. Diferentemente das tradicionais radionovelas, que seguiam enredos originais centrados em dramas familiares, romances ou aventuras seriadas, os radioquadrinhos adaptavam personagens e histórias já conhecidos das tiras gráficas, transpondo para o som a estrutura visual e episódica dos quadrinhos. O apelo estava justamente nessa familiaridade reinventada: ouvir o que antes se lia, imaginando os quadros por meio das vozes e da ambiência sonora.

Para as emissoras, que estavam em plena ascensão como provedoras permanentes de conteúdos, os radioquadrinhos representavam uma oportunidade estratégica. Vinham acompanhados de um público já formado, fiel às tiras publicadas nos jornais e revistas, além de oferecerem roteiros parcialmente prontos, com personagens reconhecíveis e arcos narrativos testados. Mas havia algo ainda mais valioso: o carisma midiático desses heróis e vilões, que já movimentavam o imaginário infantil e juvenil, agora poderia ser explorado de maneira sonora — direta, íntima, afetiva. Se nas páginas eles já convenciam multidões, pelas ondas do rádio podiam, literalmente, sussurrar ao ouvido dos consumidores, estreitando o vínculo emocional com o público.

Não por acaso, rapidamente se tornaram veículos eficazes de merchandising: vendiam cereal matinal, sabão em pó, escovas de dente e revistas infantis. O rádio tornava-se, assim, não só um palco de dramatizações, mas uma vitrine sonora para marcas que se associaram ao universo lúdico desses personagens. A convergência entre narrativa, consumo e fidelização já estava ali, décadas antes do termo “transmídia” ser cunhado por Jenkins (2006). Os radioquadrinhos ofereciam, portanto, mais do que entretenimento; eram uma engrenagem azeitada no novo mercado da atenção, onde cada voz heróica carregava também a promessa de um produto ao alcance da mão.

Assim como outras narrativas em áudio, o rádio era um fértil terreno para a imaginação. Na ausência da imagem, a mente do ouvinte era convocada a preencher lacunas, tornando esse meio uma experiência sensorial de intensa participação subjetiva. Talvez nenhum outro programa exemplifique tal aspecto do que a abertura do programa *As Aventuras de Super-Homem*. Bastava ouvir: “*Mais rápido que uma bala! Mais poderoso que uma locomotiva! Capaz de saltar prédios altos com um único impulso!*”¹ para que o ouvinte fosse instantaneamente transportado para o mundo de Metrópolis. Ele não precisava mostrar; bastava sugerir, e a imaginação do público fazia o resto.

Contudo, essa liberdade imaginativa proporcionada pela escuta não era inteiramente autônoma. Como observa Jared Gardner (2013), junto aos radioquadrinhos havia um esforço deliberado de controlar parte da visualidade evocada pelos ouvintes, por meio da distribuição de suplementos visuais, como fotografias promocionais dos atores fantasiados dos personagens que interpretavam, publicadas em revistas e jornais, ou enviadas como brindes. Tratava-se de uma

1 – Do original, em inglês: “*Faster than a speeding bullet! More powerful than a locomotive! Able to leap tall buildings at a single bound!*”.

tentativa de fixar uma imagem “oficial” para aquelas vozes que povoavam o imaginário coletivo, limitando o campo da imaginação e reforçando uma iconografia padronizada. A fidelização visual era acompanhada de estratégias promocionais engenhosas — e, muitas vezes, agressivas — que articulavam publicidade, consumo e recompensa afetiva. Ron Lackmann (2014) descreve como as campanhas publicitárias promovidas pelos programas incentivavam um engajamento ativo dos ouvintes-mirins: era preciso enviar selos, recortes ou embalagens dos produtos anunciados durante a transmissão para receber brindes como anéis do clube secreto, distintivos, mapas ou carteirinhas personalizadas com o nome da criança. O gesto de ouvir não se limitava à escuta passiva; envolvia rituais domésticos de recorte, coleta, espera e troca. A escuta radiofônica infantil transformava-se, assim, em um complexo sistema de pertencimento simbólico e mercadológico, que expandia a experiência narrativa para o campo do consumo material. Não era apenas o som que adentrava os lares, era toda uma lógica de adesão e participação, cuidadosamente desenhada para moldar afetos, hábitos e fidelidades.

Com o tempo, o sucesso comercial dos radioquadrinhos passou a reverberar também nas páginas impressas. À medida que os personagens ganhavam não apenas voz, mas também horário fixo, patrocínio regular e um público cada vez mais cativo, os quadrinhos começaram a ser moldados pelos ditames do microfone. Como observa Gardner (2013), os quadrinistas passaram a ceder terreno às exigências dos produtores radiofônicos, que não buscavam apenas boas histórias, mas enredos sob medida para a lógica serializada e comercial do rádio. Era preciso oferecer personagens estáveis, tramas contínuas e episódios autossuficientes — prontos para se encaixar tanto na grade de programação quanto no bolso do anunciante.

No entanto, esse cenário começou a mudar de forma decisiva a partir da década de 1940, com a chega-

da das revistas em quadrinhos como mídia autônoma e, principalmente, com o advento da televisão. Se antes o rádio era a principal arena da oralidade midiática, agora passava a disputar a atenção do público com um meio que oferecia som e imagem combinados. Como kryptonitas verdes, essas novas mídias enfraqueceram progressivamente o rádio como espaço de narração sequencial ficcional. E, com isso, os radioquadrinhos perderam fôlego, tornando-se gradativamente vestígios de uma era que se dissolvia na velocidade do *zapping*.

Crise Infinita: o fim dos radioquadrinhos nas emissoras radiofônicas

No levantamento realizado por Ron Lackmann (2004), originalmente organizado em ordem alfabética, sobre os programas radiofônicos baseados em tiras e revistas em quadrinhos transmitidos entre as décadas de 1920 e 1950, torna-se possível, ao reorganizarmos os dados cronologicamente, visualizar não apenas a impressionante diversidade de títulos adaptados, mas sobretudo a trajetória evolutiva desse meio narrativo, que emergiu com vigor e criatividade, contudo, colapsou sob o peso das transformações sociais, tecnológicas e midiáticas do pós-guerra (ver Gráfico 1). Essa reordenação temporal permite perceber como os radioquadrinhos se desenvolveram em ondas sucessivas, acompanhando as mudanças nos gostos do público, nas demandas comerciais e nas possibilidades técnicas da radio-difusão. Além disso, evidencia-se uma clara tendência de alinhamento entre os gêneros predominantes em cada período e os climas culturais específicos de cada década.

A estreia solitária de *Buster Brown*, em 1929, revela um estágio ainda embrionário e cauteloso das adaptações de histórias em quadrinhos para o rádio.

2 – Lackmann (2004) cataloga os seguintes programas radiofônicos baseados em histórias em quadrinhos ou tiras ilustradas, entre as décadas de 1920 e 1950, organizados em ordem alfabética: *Archie Andrews* (1943–1953); *Blondie* (1938–1950); *Blue Beetle* (1940); *Bringing Up Father* (1941); *Buck Rogers in the 25th Century* (1932–1947); *Buster Brown* (1929–1950); *Captain Midnight* (1939–1949); *Charlie Chan* (1932–1948); *Dan Dunn* (1937–1938); *Dick Tracy* (1935–1948); *Don Winslow of the Navy* (1937–1942); *The Amazing Interplanetary Adventures of Flash Gordon* (1935–1936); *Gang Busters* (1936–1957); *Gasoline Alley* (1941); *Gene Autry* (1940–1956); *Harold Teen* (1941–1942); *Hop Harrigan* (1942–1948); *Jane Arden* (1938–1939); *Joe Palooka* (1930–1932); *Jungle Jim* (1935–1954); *King of the Royal Mounted* (1943–1948); *Li'l Abner* (1939–1940); *Little Orphan Annie* (1930–1942); *Major Hoople* (1942–1943); *Mandrake* (1940–1941); *Mickey Mouse Theater of the Air* (1937–1938); *The Gumps* (1934–1937); *The Green Hornet* (1936–1952); *The Shadow* (1939–1954); *Red Ryder* (1942–1951); *Skippy* (1931–1935); *Smilin' Jack* (1935–1939); *Superman* (1940–1951); *Tailspin Tommy* (1941); *Tarzan* (1932–1936); *Terry and the Pirates* (1937–1948); *Tillie The Toiler* (1941–1942); *Tom Mix* (1933–1950).

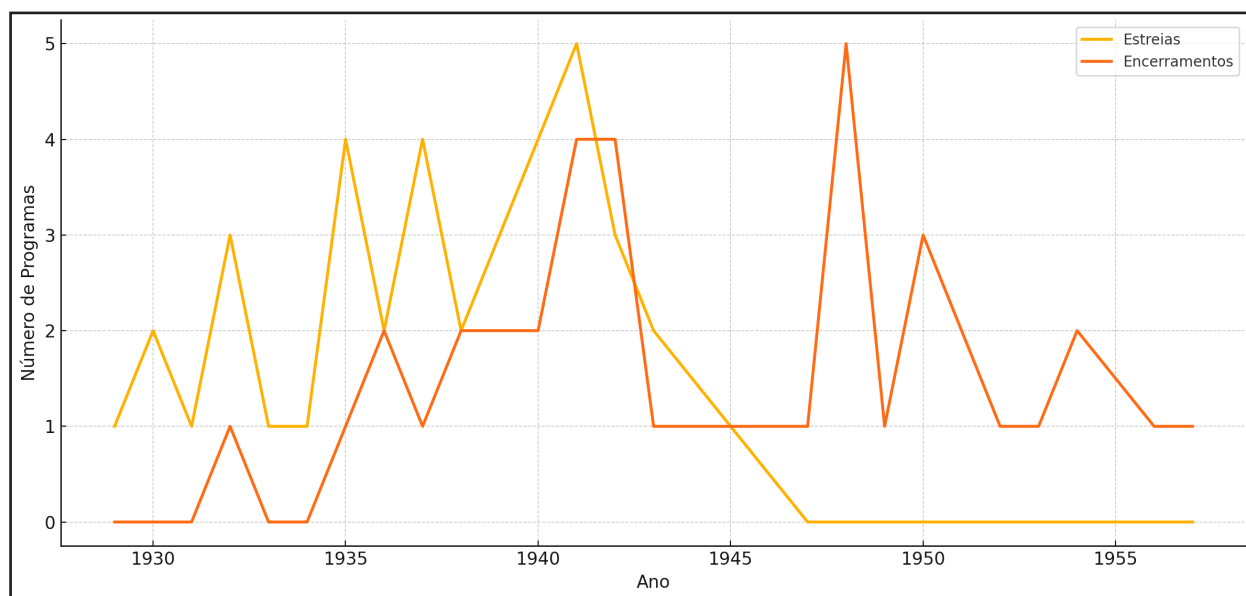


Gráfico 1. Comparativos de estreias e encerramentos de radioquadrinhos por ano.

Fonte: autores; Lackmann, 2004.

Trata-se de um experimento isolado que, embora pioneiro, não foi imediatamente acompanhado por outras iniciativas semelhantes, o que indica tanto a novidade da proposta quanto a incerteza em torno de sua viabilidade. O rádio, nesse momento, ainda consolidava seu lugar na paisagem midiática doméstica, enquanto as tiras cômicas dominicais começavam a ganhar um estatuto de linguagem popular e recorrente nos jornais.

Esse panorama, no entanto, começa a se transformar já nos primeiros anos da década de 1930. Com a chegada de *Little Orphan Annie* e *Joe Palooka*, ambos em 1930, observa-se o início de um ciclo de crescimento mais estável, que sugere uma abertura progressiva das emissoras à exploração do potencial dramático de personagens consagrados na cultura impressa. Essas estreias não apenas apontam para uma aposta mais firme na lógica da adaptação intermidial, como também refletem um momento de sinergia entre dois formatos de mídia popular que estavam em plena expansão e reconfiguração.

Nesse primeiro momento de consolidação, nota-se uma predominância das adaptações de tiras cômicas voltadas ao público infantil e familiar, quase sempre ambientadas em cenários urbanos cotidianos. Essa escolha editorial e dramática parece menos casual do que estratégica: ao apostar em personagens com apelo afetivo e tramas leves, o rádio encontrava um terreno seguro para testar sua linguagem ficcional nascente,

ainda buscando formatos e ritmos próprios. Em vez de se arriscar de imediato com gêneros mais densos, como o policial noir ou o fantástico pulp, as emissoras optaram por explorar o humor doméstico, o lirismo cotidiano e a familiaridade das situações — elementos que dialogavam diretamente com a tradição das sessões dominicais dos jornais e com a atmosfera intimista do rádio como meio de escuta partilhada no espaço doméstico.

Esse perfil inicial revela, portanto, não apenas uma preocupação com o conteúdo, mas uma sensibilidade aguçada à forma como o rádio seria incorporado à vida familiar: não como intrusão, mas como extensão sonora das leituras de fim de semana, das conversas de sala e das rotinas de escuta coletiva. O som ainda tateava a linguagem dos quadrinhos — e fazia isso, primeiro, pela via do afeto.

Já nos anos 1930, em meio aos escombros deixados pela Grande Depressão e à consolidação da chamada Era de Ouro do rádio, o panorama da cultura popular sonora se transformou profundamente. O rádio, em seu auge como principal veículo de informação e entretenimento doméstico, tornou-se um altar laico de escuta coletiva — um ponto de encontro imaginário onde milhões buscavam consolo, distração e esperança. É nesse cenário de ruínas sociais e sonhos reconfigurados que estrearam as adaptações radiofônicas de personagens icônicos como *Dick Tracy*, *Tarzan*, *Popeye* e *Flash Gordon*. Cada um, à sua maneira, oferecia respostas imaginárias para di-

lemas concretos de um país abalado pelo desemprego em massa, pela fome e por um colapso generalizado de confiança nas instituições públicas e privadas.

Não se tratava apenas de entreter, mas de simbolizar uma saída, de fornecer modelos ficcionais de superação individual e coesão coletiva. Personagens que restabeleciam a ordem, derrotavam o mal, protegiam os inocentes e garantiam justiça com punhos, músculos ou engenhocas tornavam-se heróis morais em uma economia emocional devastada. Através dessas narrativas sonoras, o rádio transmitia — e performava — valores como coragem, resiliência, honestidade e perseverança. Essas qualidades, tornadas preciosas em tempos de escassez, operavam como moedas simbólicas de um novo imaginário ético em circulação. *Dick Tracy* encarnava o detetive incorruptível, uma espécie de paladino urbano que surgia em um momento em que a polícia real era cada vez mais vista com suspeita e descrédito. *Tarzan*, o “selvagem civilizado”, resgatava a fantasia de domínio da natureza e do retorno a uma ordem primitiva e harmoniosa diante do caos urbano e industrial. *Popeye*, com sua força cômica e seus espinafres milagrosos, oferecia uma válvula de escape nonsense — uma dose de absurdo redentor para um público exausto, mas ainda desejoso de acreditar em soluções instantâneas. Já *Flash Gordon* projetava o futuro como refúgio tecnofantástico: um espaço sideral onde a crise não existia, e a engenhosidade humana podia vencer até impérios galácticos. Esses heróis, convertidos em vozes no éter, carregavam nas entrelinhas uma pedagogia moral e afetiva. A cada episódio, não era apenas a trama que avançava — era também a reafirmação de que, mesmo em meio ao colapso, havia algo digno de ser protegido, algo pelo qual ainda valia a pena lutar.

A partir de 1938, uma inflexão começou a redesenhar o horizonte das narrativas gráficas e, com ele, a própria relação entre os quadrinhos e o rádio. A estreia do *Super-Homem* nas páginas de *Action Comics* n.º 1 não representou apenas o nascimento de um personagem icônico, mas, como destaca Stephen Weiner (2012), a fundação de um novo gênero cultural: o dos super-heróis. Com sua força simbólica, poderes extraordinários, código moral inflexível e identidade dupla, o herói kriptoniano inaugurou uma mitologia moderna que transbordaria rapidamente os limites das páginas impressas. Mais do que um sucesso editorial, o Super-Homem instaurava uma nova gramática para a cultura popular, baseada em arquétipos heroicos, dilemas éticos universais e narrativas épicas em série. Essa transformação abalou profundamente o modelo que vinha sendo explorado pelos radioquadrinhos. Até então, o rádio havia se mostrado vitorioso na transmutação de

códigos visuais em experiências auditivas imersivas, conseguindo traduzir a linguagem das tiras em vozes, ruídos e trilhas que cativavam a imaginação do ouvinte. No entanto, com a ascensão dos super-heróis, o apelo visual dos quadrinhos tornou-se ainda mais essencial: capas vibrantes, cenas de ação congeladas em quadros sequenciais, poses icônicas e uniformes simbólicos passaram a exercer uma função narrativa que o som, por si só, já não conseguia representar plenamente.

O público, que outrora se contentava com a escuta atenta e a construção mental de imagens, passou a desejar o espetáculo completo — e o rádio, por mais criativo que fosse em sua sonoplastia, não podia concorrer com a explosão visual proporcionada pelas revistas em quadrinhos, nem com o fascínio crescente das telas que logo dominaram a cultura de massa. O modelo de escuta serializada, por mais eficiente que fosse na década anterior, começava a demonstrar fadiga frente às novas expectativas estéticas e narrativas. Essa tensão era também estrutural. A revista em quadrinhos era um objeto físico, tangível, que podia ser lida ao próprio ritmo, relida, compartilhada, colecionada e guardada. Já o programa radiofônico seguia a lógica efêmera da transmissão: existia em um tempo único, condicionado à grade de programação, exigindo do ouvinte uma presença pontual e passiva. A diferença entre uma mídia ancorada na permanência material e outra na volatilidade da emissão sonora ajuda a compreender, ao menos em parte, o porquê do formato dos radioquadrinhos ter começado a apresentar sinais de saturação já no início da década de 1940.

Mesmo com um número ainda expressivo de estreias nesse período — com um novo pico registrado em 1941 —, era perceptível que algo estava mudando. As narrativas davam sinais de esgotamento, os personagens pareciam repetitivos e o modelo de adaptação começava a revelar seus limites. O que antes fora ponto de chegada das tiras gráficas agora se tornava, pouco a pouco, ponto de abandono. E esse movimento se intensificou nos anos seguintes, à medida que o rádio era deslocado pela televisão e os quadrinhos assumiam autonomia cultural e comercial, abrindo caminho para o que seria chamado de Era de Prata dos quadrinhos.

A partir de 1942, iniciou-se uma verdadeira mudança estrutural: os encerramentos de programas radiofônicos passaram a superar as estreias, indicando uma curva descendente que já não podia mais ser ignorada. A vitalidade criativa do formato começava a dar lugar à repetição, à perda de fôlego narrativo e à competição crescente com outras formas de entretenimento — a televisão, em especial, pois reconfigurou radicalmente

o espaço da cultura visual, trazendo consigo uma nova promessa de simultaneidade entre som e imagem.

Foi nesse intervalo instável, entre a glória e o declínio, que os radioquadrinhos chegaram ao Brasil, impulsionados pela política de “boa vizinhança” dos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial. O objetivo era claro: fortalecer os laços diplomáticos e culturais por meio da circulação de bens simbólicos. Mais do que refrigerantes, canções e filmes, os Estados Unidos exportaram sotaques, vozes heróicas e aventuras dramatizadas que sedimentaram no imaginário brasileiro formas sonoras de narrativa que cruzavam fronteiras sem exigir passaporte — vozes que prometiam justiça, aventura e fantasia em tempos de guerra e escassez.

Os radioquadrinhos brasileiros, no entanto, nasceram em terreno acidentado. Diferente do modelo estadunidense, baseado em transmissões ao vivo e estúdios robustos, os episódios aqui eram gravados em discos do tamanho de LPs e enviados às rádios locais, que improvisavam sua programação conforme a chegada desse material. Quando os discos atrasavam — o que era frequente — o público ouvia reprises ou simplesmente ficava sem episódio. Era uma estrutura precária, mas também inventiva. Quem tinha sorte (e energia elétrica) escutava as histórias em rádios de válvula, reunido com a família na sala de estar. Os demais improvisavam com rádios de cristal — conhecidos como rádios de galena — que, mesmo sem eletricidade, conseguiam captar as ondas graças à ajuda de um simples mineral.

Apesar dessas adversidades, ou talvez justamente por causa delas, as versões brasileiras desenvolviam soluções criativas e ressignificações locais, demonstrando como a mídia sonora podia ser moldada por especificidades técnicas, regionais e culturais. No entanto, ao contrário do que ocorreu com os pares norte-americanos — muitos dos quais foram preservados em arquivos sonoros ou reeditados —, a memória dessas produções nacionais foi tragada por um processo contínuo de apagamento. Como denuncia Cardoso (1998), o descaso crônico com a cultura popular fez com que arquivos se perdessem, discos fossem descartados e registros fossem abandonados sem catalogação. Quase nada sobreviveu, senão o que permanece vivo na lembrança de ouvintes apaixonados e na memória afetiva de um tempo em que o herói podia falar diretamente da estante da rádio para o coração da audiência.

Ainda assim, alguns fragmentos resistem ao tempo. *As Aventuras do Sombra*, versão brasileira do clássico *The Shadow*, ainda ecoa entre os colecionadores. Já *As Aventuras do Vingador*, segundo Cardoso (1998), seria

um plágio assumido de *The Lone Ranger*, revelando não apenas a influência direta do modelo estrangeiro, mas também a capacidade brasileira de apropriação e reinvenção. Esses vestígios, mesmo escassos, são testemunhos preciosos de uma era em que o rádio — mesmo com todas as limitações — conseguiu encenar, com sotaque nacional, um teatro de heróis, vilões e imaginação coletiva.

Ambos os programas possuíam forte apelo comercial e patrocínios poderosos. Gilete Azul e Sabonete Palmolive usavam as vozes heróicas para vender produtos e fidelizar seus ouvintes mais jovens por meio de clubes de fãs. O marketing era envolvente: bastava enviar três fitas de sabonetes e um cupom com um juramento de ética e coragem para se tornar um “vingador honorário”, com direito a um distintivo metálico e a uma senha secreta. Era o rádio não apenas como entretenimento, mas igualmente como mecanismo de formação de comunidade simbólica e consumo afetivo, como nos Estados Unidos.

A expansão sonora desse formato, por mais significativa que tenha sido, não foi suficiente para deter o avanço de um colapso anunciado. Ao longo da década de 1950, o processo de esvaziamento dos radioquadrinhos se intensificou até se consolidar como um declínio irreversível. A partir de 1947, o gráfico histórico dos lançamentos revela um dado contundente: nenhum novo programa do tipo foi ao ar desde então. Já o ano de 1950 marca um novo pico de cancelamentos, com diversos títulos encerrando suas trajetórias. Paralelamente ao declínio dos radioquadrinhos, os próprios quadrinhos impressos atravessavam uma crise particular — não mais por esgotamento formal, mas por perseguição moral. Em 1954, o psiquiatra Fredric Wertham publicou *Seduction of the Innocent*, obra na qual acusa os quadrinhos de corromper a juventude americana, incitando comportamentos delinquentes, sexualidade desviada e insubordinação. O impacto foi fulminante. O moralismo conservador, já em ascensão no pós-guerra, encontrou nos quadrinhos um bode expiatório perfeito para projetar suas angústias sociais e seus anseios por controle. Em resposta à pressão pública e à ameaça de censura governamental, as editoras instituíram o *Comics Code Authority*, uma cartilha de autocensura que mutilaria por décadas a ousadia estética e narrativa que os quadrinhos haviam construído ao longo de suas fases experimentais. Nesse contexto, os radioquadrinhos, já fragilizados pela concorrência da televisão, pelo desinteresse comercial e pela mudança geracional de hábitos midiáticos, perderam também o respaldo editorial e institucional que ainda sustentava sua existência. Sem audiência massiva, sem apelo publicitário, sem apoio político ou cultural, o

formato tornou-se insustentável. E assim, com a mesma velocidade com que se popularizaram, eles desapareceram das grades de programação das emissoras.

Crise de Identidade: o renascimento dos quadrinhos em áudio

Nenhuma nova mídia substitui a anterior — ela reconfigura, a desloca, a empurra para outras margens. Como sugeria McLuhan (1964), cada novo meio, ao chegar, inquieta os anteriores; não os silencia, mas os obriga a se reinventar, a encontrar novos modos de habitar o mundo. O rádio não substituiu os jornais, assim como a televisão não eliminou o rádio. O que mudou, de fato, foram as condições de escuta, de circulação e de consumo. Nesse vaivém das tecnologias, os radioquadrinhos, embora tenham desaparecido por completo da programação das emissoras de rádio a partir dos anos 1950, não deixaram de existir; sobreviveram em outros suportes de reprodução e armazenamento sonoro, restritos à memória afetiva dos ouvintes mais antigos e ao interesse acadêmico de estudiosos da mídia sonora. Ou seja, longe da visibilidade e da abundância de sua era dourada — o que antes foi um fenômeno de massa —, transformou-se em um nicho.

Mas o cenário, ao que tudo indica, tem se modificado. Nos últimos anos, observamos um movimento de retomada de formatos narrativos baseados exclusivamente no som, encabeçado, em especial, pela popularidade dos *podcasts*. Não se trata de uma simples reprodução do passado, mas de algo que parece se inspirar nas antigas fórmulas para criar novas experiências de escuta. Contudo, elas não estão mais fixas em seus suportes; circulam por pelo ecossistema midiático da cibercultura (Lévy, 2000), um novo regime de comunicação instaurado pela interconexão planetária dos computadores e pelo uso intensivo das redes digitais.

Nesse ambiente, as mídias se tornam ubiquamente acessíveis, moldadas pela lógica da personalização algorítmica, da interatividade constante e da virtualização das experiências. Diante dessas transformações, talvez o termo radioquadrinhos já não seja o mais adequado, pois a própria ideia de rádio, com sua grade fixa, sua escuta coletiva e sua vinculação a uma emissora, tornou-se insuficiente para nomear os modos atuais de produção

e circulação desses conteúdos. Talvez seja mais preciso adotar o termo audioquadrinhos — uma designação que não apenas rompe com a dependência histórica do rádio como veículo de difusão, mas também aponta para uma liberdade formal ampliada, marcada por um trânsito mais fluido entre linguagens, mídias e dispositivos.

Nesse novo contexto de circulação digital e convergência de mídias, podemos propor uma tipologia inicial que organiza os audioquadrinhos em três grandes categorias, considerando sua origem textual e o grau de adaptação envolvido. A primeira delas corresponde às adaptações diretas de histórias em quadrinhos, ou seja, transposições intersemióticas que partem dos quadrinhos como texto-fonte e os reconfiguram especificamente para o formato sonoro. Nessas produções, o roteiro é elaborado com base nos diálogos, descrições e estruturas narrativas já existentes nas páginas ilustradas, buscando reencenar auditivamente o universo gráfico original. A imagem cede lugar ao som, mas a linguagem visual do quadrinho permanece como referência estrutural, agora reformulada por vozes, efeitos sonoros e músicas que entram no lugar, com outro tipo de potência, dos quadros, dos balões, das cores e outros elementos próprios dos quadrinhos. Exemplos dessa categoria incluem títulos seriados como *The Sandman* (2020) (Figura 1), adaptação sonora da série de Neil Gaiman que narra a saga de *Morpheus*, o Senhor dos Sonhos, em sua jornada de fuga, reconquista de poder e enfrentamento de entidades míticas; e *The Boys* (2020) (Figura 1), versão em áudio da obra de Garth Ennis e Darick Robertson, que acompanha um grupo clandestino encarregado de vigiar super-heróis corrompidos pelo poder, numa crítica feroz ao culto da celebridade e à indústria do entretenimento.

Deste primeiro, uma produção original *Audible*³, chama a atenção o alto nível de investimento técnico e artístico, que aproxima a experiência auditiva de um “filme sonoro”: uma narrativa dramatizada que se vale da imersão acústica como estratégia central de envolvimento sensorial. Essa aproximação se evidencia pela escala da produção. O elenco inclui nomes como James McAvoy (*X-Men: Primeira Classe*) no papel do protagonista, Andy Serkis (*O Senhor dos Anéis*) como *Matthew*, o corvo, e o próprio Gaiman como narrador da história — compondo um quadro de vozes reconhecíveis e dotadas de forte apelo comercial. A isso se somam trilhas e efeitos sonoros ori-

3 – A Audible é uma plataforma de audiolivros e produções sonoras pertencente à Amazon. Fundada em 1995 e adquirida pela empresa em 2008, tornou-se uma das líderes globais na distribuição de conteúdos narrativos em áudio, incluindo audiolivros, podcasts originais e adaptações dramatizadas.

ginais, que não apenas ilustram as cenas, mas colaboram ativamente na construção atmosférica do enredo, intensificando a densidade simbólica de cada episódio.

Essa sofisticação técnica, no entanto, não constitui uma regra no campo dos audioquadrinhos. Pelo contrário, configura-se como exceção em um cenário ainda majoritariamente marcado por produções de menor escala. A experiência quase cinematográfica de *The Sandman* evidencia, assim, uma das tensões fundamentais do formato: entre o potencial de expansão estética proporcionado pelas tecnologias digitais e as limitações econômicas que restringem sua realização a poucos projetos de alto perfil. Mesmo assim, sua existência aponta para uma direção possível — a de uma escuta narrativa altamente elaborada, em que o som não apenas acompanha, mas substitui e reinventa a imagem com plena autonomia estética.

A segunda categoria engloba as produções que derivam de novelizações baseadas em quadrinhos, ou seja, romances escritos a partir de quadrinhos e que, posteriormente, são adaptados para o formato de audiolivro dramatizado. Nesses casos, há uma dupla mediação: da linguagem gráfica para a prosa literária, e da prosa literária para a performance sonora. Essa cadeia de adaptações modifica substancialmente a forma como o conteúdo é reorganizado e dramatizado, já que o material original passa por um pro-

cesso de transfiguração textual antes de ser vertido para o áudio. Diferentemente das adaptações diretas, que partem da linguagem imagética para tentar traduzi-la em som, as produções dessa categoria se beneficiam de uma etapa intermediária que já operou esse processo de transposição.

Nesta categoria também podem ser englobadas narrativas que não se vinculam a um arco específico das histórias em quadrinhos, mas são baseadas em sua mitologia central ou em versões expandidas dos personagens, muitas vezes concebidas originalmente para a prosa. Trata-se de conteúdos que transitam entre o cânone e a liberdade criativa, permitindo maior aprofundamento psicológico e estilização literária antes de se transformarem em experiências auditivas.

Títulos como *Civil War* (2019) e *Secret Invasion* (2023) (Figura 2) exemplificam esse processo de dupla mediação. Ambos são baseados em romances oficiais inspirados nos eventos das HQs da Marvel, reescrevendo arcos narrativos consagrados em forma de prosa antes de serem transpostos para o formato de audiolivro dramatizado. Essas obras revelam como personagens, tramas e mitologias oriundos do cânone gráfico podem transitar por diferentes camadas de midialidade — do impresso ao literário, do literário ao sonoro. Trata-se de uma forma híbrida que preserva a essência dos quadrinhos — suas

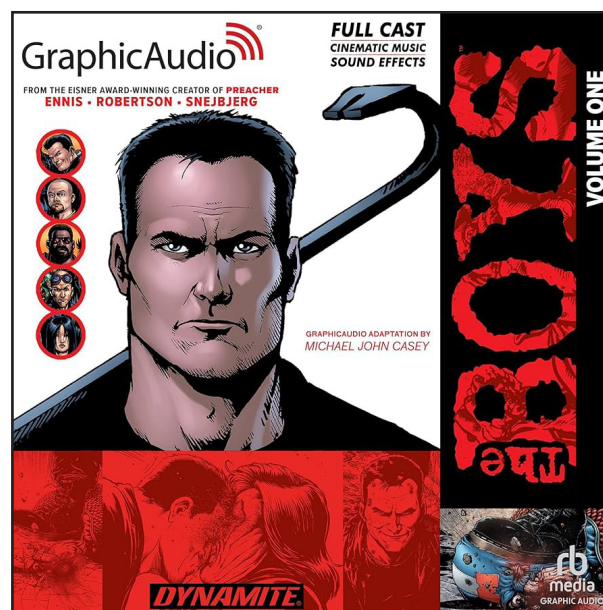


Figura 1. Capas dos volumes nº 1 de *Sandman* (2020) e *The Boys* (2020).
Figure 1. Covers of volume 1 of *The Sandman* (2020) and *The Boys* (2020).

Fonte: *Sandman* (2020) e *The Boys* (2020).

estruturas de mundo, arquétipos heróicos e conflitos morais — ao mesmo tempo em que os transfigura por meio da mediação literária e, em seguida, da performance sonora. O que se escuta, nesses casos, não é uma simples tradução da imagem para o som, mas uma reinterpretação narrativa que amplia o potencial expressivo das revistas em quadrinhos ao incorporar as possibilidades introspectivas da prosa e as dimensões sensoriais da dramaturgia acústica.

Por fim, temos os audioquadrinhos originais, criados especificamente para plataformas digitais, sem um texto prévio em quadrinhos ou literatura. Diferentemente das adaptações ou das novelizações dramatizadas, essas produções não partem de obras existentes, mas nascem já concebidas para o som. Trata-se de um movimento que não apenas ocupa um novo suporte, mas propõe uma forma autônoma de criação, onde a linguagem sonora é o ponto de partida — e não o ponto de chegada.

Ainda que livres da visualidade impressa, os audioquadrinhos originais dialogam diretamente com o *ethos* dos quadrinhos: operam com personagens marcantes, conflitos éticos, estruturas episódicas e mundos narrativos expansivos. A estética é herdada, mas a forma é reinventada. Nesse tipo de produção, o universo dos quadrinhos funciona menos como fonte a ser transposta e mais como matriz simbólica a ser reimaginada em outro registro. São

obras que se apropriam de gêneros consagrados na cultura dos quadrinhos — como o *noir* urbano, a ficção científica distópica, o *western* futurista, o drama de vigilantes — e os traduzem em paisagens sonoras, feitas para serem ouvidas em fones de ouvido, em trânsito, na intimidade da escuta digital. O som, portanto, torna-se o espaço no qual o herói aparece, o conflito se desenrola e a ação ganha corpo — não mais como imagem, mas como presença acústica.

Exemplos contemporâneos notáveis do que se convencionou chamar de audioquadrinhos originais — narrativas seriadas concebidas diretamente para o formato sonoro — são as produções *Batman: Despertar* (2022) e *Marvel's Wastelanders* (2021–2023) (Figura 3). Ambas emergem de uma lógica transnacional de produção cultural, em que propriedades intelectuais consolidadas da indústria norte-americana do entretenimento são reconfiguradas para atender às demandas e possibilidades do ecossistema digital sonoro. Diferenciam-se, assim, das adaptações tradicionais ou das dramatizações de obras pré-existentes por não derivarem de textos impressos específicos, mas por desenvolverem enredos inéditos a partir de universos ficcionais compartilhados — no caso, os da DC Comics e da Marvel.

No que tange à trama, *Batman Despertar* apresenta uma versão dissociada do cânone tradicional do personagem, retratando Bruce Wayne como patologista

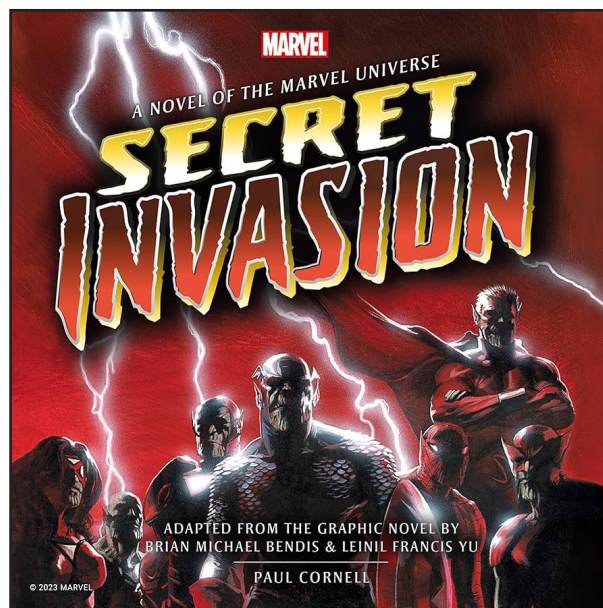
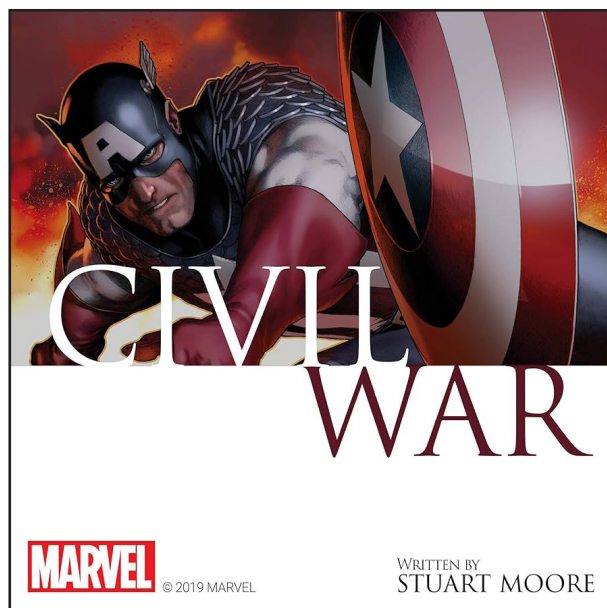


Figura 2. Capas dos áudioquadrinhos *Civil War* (2020) e *Secret Invasion* (2020).
Figure 2. Covers of the audio comics *Civil War* (2020) and *Secret Invasion* (2020).

Fonte: *Civil War* (2020) e *Secret Invasion* (2020).



Figura 3. Capas dos audioquadrinhos *Batman: Despertar* (2022) e *Marvel's Wastelanders: Viúva Negra* (2025).
Figure 3. Covers of the audio comics *Batman: Unburied* (2022) and *Marvel's Wastelanders: Black Widow* (2025).

Fonte: *Batman: Unburied* (2022) e *Marvel's Wastelanders: Black Widow* (2025).

forense em Gotham, sem memória de sua identidade como vigilante, envolvido na investigação de um serial killer. Já *Marvel's Wastelanders* estrutura-se como uma série de minisséries interconectadas, ambientadas em um futuro distópico no qual supervilões derrotaram os heróis, restando apenas figuras envelhecidas como *Wolverine*, *Viúva Negra* e *Gavião Arqueiro* em um mundo devastado. Em ambas as produções, o som atua como eixo estruturante da narrativa, substituindo completamente o suporte visual sem abdicar das estratégias de construção sequencial características dos quadrinhos.

A existência de versões brasileiras dessas produções, com dublagem profissional, elenco local e lançamento oficial em plataformas como o *Spotify*, constitui um dado relevante para a análise da circulação e recepção dessas obras no contexto nacional. Embora essas adaptações ainda se inscrevam majoritariamente dentro da lógica de distribuição global de conteúdos centralizados no eixo anglófono, seu investimento em versões localizadas sugere uma tentativa — por parte dos conglomerados midiáticos envolvidos — de testar a viabilidade mercadológica e cultural dos audioquadrinhos em países periféricos do sistema cultural internacional, como o Brasil.

A tradução dessas obras para o português, acompanhada de esforços de ambientação sonora e vocal

adaptados ao público brasileiro, pode ser interpretada não apenas como um gesto de acessibilidade linguística, mas como uma ação estratégica que reconhece, ainda que de forma preliminar, a existência de um público potencial para esse tipo de narrativa sonora no país. Todavia, é necessário problematizar essa leitura: tais versões não indicam, por si só, a consolidação de um mercado nacional de produção autoral em audioquadrinhos, tampouco a emergência de um campo criativo autônomo. Trata-se, antes, de um experimento de recepção — um teste de inserção controlada no qual as obras circulam sob a chancela de grandes marcas globais, mantendo-se estruturalmente dependentes de suas matrizes norte-americanas.

Nesse sentido, a presença desses títulos no Brasil evidencia simultaneamente a expansão das lógicas de midiática digital transnacional e a persistência de assimetrias culturais no que se refere à autoria, à distribuição e à centralidade simbólica dos conteúdos. Ainda que permitam certo grau de apropriação local — mediante a reinterpretação vocal, a introdução de ritmos narrativos próprios e a adaptação de nuances culturais —, essas produções continuam a reforçar o papel do Brasil como consumidor e tradutor, mais do que como produtor e formulador de narrativas sonoras originais no campo dos quadrinhos em áudio. Portanto, se é possível identificar nessas traduções

um sintoma de interesse crescente por parte das plataformas digitais no público brasileiro, é igualmente necessário situar essa movimentação dentro de um panorama mais amplo de circulação desigual, no qual a hegemonia dos centros produtores persiste mesmo nas formas supostamente descentralizadas da cultura digital contemporânea.

Tal contexto evidencia, ainda, que a própria noção de um “mercado” de áudioquadrinhos deve ser abordada com cautela. Apesar da proposta preliminar dessa tipologia em três grandes eixos, é importante reconhecer que o campo ainda se encontra em fase inicial de consolidação. As categorias aqui sugeridas não encerram o debate, mas antes abrem caminho para novas investigações sobre os modos de adaptação, criação e circulação dessas narrativas. Por ora, os exemplos existentes demonstram mais uma tendência em expansão do que um ecossistema narrativo estabelecido. Ademais, é necessário considerar que o consumo de conteúdo exclusivamente sonoro, embora em ascensão, ainda disputa espaço com outras formas narrativas mais consolidadas no ambiente digital, como os vídeos curtos, os jogos interativos e os podcasts.

Dias de um futuro (nem tão) esquecido: considerações finais

Os áudioquadrinhos se tornarão um gênero narrativo consolidado ou permanecerão restritos a um nicho experimental? Serão capazes de constituir uma estética própria, com convenções reconhecíveis, padrões de escuta e uma comunidade fiel de ouvintes — ou estarão condenados a desaparecer como os radioquadrinhos, cujos vestígios hoje sobrevivem mais na memória afetiva e em arquivos alternativos do que em catálogos comerciais ou repertórios canônicos da cultura pop? Tais indagações permanecem em aberto, à espera de respostas que só o tempo e os circuitos de recepção cultural poderão oferecer.

Nesse horizonte de incertezas, a teoria da Cauda Longa, proposta por Chris Anderson (2006), oferece uma chave interpretativa instigante para pensar o futuro possível dos áudioquadrinhos. Segundo o autor, o ambiente digital rompe com a lógica concentradora do mercado de massa — em que poucos produtos concentram a maioria das vendas — e favorece a proliferação de produtos de nicho, viabilizados pela distribuição descentralizada e pelo acúmulo de pequenas audiências dispersas geograficamente, mas constantes no engajamento. Em vez de depender de *hits*, o mercado digital prospera na diversidade e na longevidade dos “obscuros”, criando um ecossistema cultural mais fragmentado, porém mais inclusivo.

Nessa lógica, os áudioquadrinhos podem, em tese, encontrar um espaço sustentável e fértil para seu desenvolvimento. Mas essa sobrevivência não depende exclusivamente da adesão das grandes plataformas ou do êxito pontual de um ou outro título. O fortalecimento do formato exige uma conjunção de esforços múltiplos: o incentivo a iniciativas autorais e independentes, políticas públicas voltadas à produção sonora e, sobretudo, a construção de um repertório crítico que reconheça e legitime os áudioquadrinhos como forma estética relevante, situada no cruzamento entre literatura, quadrinhos, rádio e dramaturgia sonora.

A história dos próprios quadrinhos nos lembra que a consolidação de um meio como linguagem artística exige tempo, disputa simbólica e perseverança. Durante décadas, os quadrinhos foram relegados a um lugar marginal na hierarquia das artes, associados ao entretenimento infantojuvenil e ao consumo escapista. Somente com o surgimento de movimentos estéticos inovadores, crítica especializada e produções autorais que desafiaram os limites do meio é que os quadrinhos passaram a ser reconhecidos como arte e literatura. Os quadrinhos em áudio, agora, enfrentam um percurso semelhante — só que no campo das narrativas sonoras.

Além do desafio do reconhecimento estético, há um obstáculo pragmático a ser enfrentado: os modos contemporâneos de escuta. A experiência proposta pelos áudioquadrinhos, baseada na imersão, na escuta atenta e na construção de imagens mentais complexas, entra em choque com os hábitos fragmentários e multitarefas do consumo digital atual. Enquanto muitos ouvintes escutam podcasts em segundo plano, durante atividades cotidianas, os áudioquadrinhos demandam concentração e entrega — algo cada vez mais escasso no fluxo disperso das plataformas. Isso impõe desafios tanto técnicos quanto pedagógicos: como despertar o interesse por uma escuta que exige tempo, imaginação e suspensão do automatismo? Como ensinar a ouvir com profundidade em um ambiente desenhado para o ruído constante?

Ainda assim, não se pode negligenciar o potencial inventivo do som como linguagem. Ao traduzir estruturas típicas dos quadrinhos — como a serialização, os universos partilhados, os arquétipos visuais e a alternância de planos narrativos — para o campo acústico, os áudioquadrinhos não apenas reinterpretam uma tradição, mas também a expandem. Libertando-se das amarras da visualidade impressa e do texto escrito, criam experiências sensoriais que operam na escuta e na imaginação, instaurando atmosferas narrativas a partir de vozes, ruídos e silêncios. Essa potência sinestésica do som

pode ser justamente o diferencial do formato: seu caráter invisível, mas presente; intangível, mas vívido.

Dessa forma, o destino dos audioquadrinhos está ancorado em três dimensões interdependentes: a ousadia estética dos criadores, a receptividade das plataformas de distribuição e a disponibilidade afetiva dos ouvintes. Quando essas três forças se alinham, ainda que momentaneamente, surgem obras capazes de inaugurar novas gramáticas da escuta sequencial, novas maneiras de “ver com os ouvidos”. Talvez estejamos, então, diante de um novo capítulo na história das narrativas midiáticas — um capítulo falado, sonorizado e dramatizado, cuja existência poderá reverberar por muito tempo na cauda longa da cultura digital.

Mas, por ora, tudo permanece em aberto. E talvez o maior desafio — e também o maior encanto — resida justamente nisso: na incerteza constitutiva do formato. Enquanto os audioquadrinhos não forem capturados por convenções rígidas ou enquadrados em moldes definitivos, seguirão sendo uma linguagem em fluxo, experimental e insurgente. Como uma frequência que ainda oscila, mas que pulsa com força narrativa. Porque onde há dúvida, há espaço para invenção. E enquanto houver escuta, haverá histórias à espera de serem ouvidas.

Referências

- ANDERSON, C. 2006. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- CARDOSO, A. E. 1998. A origem das séries de aventura e mistério da radiofonia brasileira e sua interação como história em quadrinhos (1940–1959). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXI, Recife, 1998. *Anais...* Recife, UFPE.
- CORNELL, P. 2023. *Secret Invasion* [recurso eletrônico]. Narrado por Sean Patrick Hopkins. Adaptação baseada na graphic novel de Brian Michael Bendis e Leinil Francis Yu. [S.l.]: Marvel. 1 audiolivro digital. Disponível em: <https://www.audible.com.br/pd/Secret-Invasion-Audiolivro/B0C2ZVP5LL>. Acesso em: 22 abr. 2025.
- ENNIS, G.; ROBERTSON, D. 2020. *The Boys: Volume 1* [recurso eletrônico]. Dramatização por GraphicAudio. Narrado por elenco completo. Ashburn, VA: GraphicAudio. 1 audiolivro digital (4h05min). Disponível em: <https://www.graphicaudio.net/the-boys-volume-1.html>. Acesso em: 22 abr. 2025.
- GAIMAN, N. 2020. *The Sandman: Act I* [recurso eletrônico]. Adaptação e direção de Dirk Maggs. Narrado por James McAvoy, Riz Ahmed, Kat Dennings et al. Newark, NJ: Audible Studios. 1 audiolivro digital (10h54min). Disponível em: <https://www.audible.com/pd/The-Sandman-Audiobook/>. Acesso em: 22 abr. 2025.
- GARDNER, J. 2013. A History of the Narrative Comic Strip. In: D. STEIN; J.-N. THON (ed.). *From Comic Strips to Graphic Novels: Contributions to the theory and history of graphic narrative*. Berlin, Boston: De Gruyter. Disponível em: <https://doi.org/10.1515/9783110282023>
- GORDON, I. 1998. *Comics strips and Consumer Culture (1890–1945)*. Washington, DC: Smithsonian Institute.
- LACKMANN, R. W. 2004. *Comic strips & comic books of radio's golden age (1920s–1950s): a biography of all radio shows based on comics*. Boalsburg, PA: BearManor Media. 203 p.
- LÉVY, P. 2000. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34.
- MARVEL ENTERTAINMENT. 2023. *Marvel's Wastelanders: Viúva Negra*. Narrado por Carolina Ferraz. Tradução de Cássia de Azevedo. São Paulo: Audible Studios. Audiolivro (3h23min). Disponível em: <https://www.audible.com.br/pd/Marvels-Wastelanders-Viúva-Negra-Audiolivro/B0DK9T8RHR>. Acesso em: 22 abr. 2025.
- MOORE, S. 2019. *Civil War* [recurso eletrônico]. Narrado por Richard Rohan. Adaptação da GraphicAudio baseada na graphic novel de Mark Millar e Steve McNiven. [S.l.]: Marvel. 1 audiolivro digital. Disponível em: <https://www.audible.com.br/pd/Civil-War-Audiolivro/B0CBY2TBQX>. Acesso em: 22 abr. 2025.
- WARNER BROS.; DC COMICS. 2022. *Batman Despertar*. Direção de Daniel Rezende e Marina Santana. São Paulo: Spotify Studios. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/0IWc4EPNy9rBO1XFzmkl8H>. Acesso em: 22 abr. 2025.
- WEINER, S. 2012. *Faster Than a Speeding Bullet: the rise of the graphic novel*. Nova Iorque, NY: NBM Publishing.