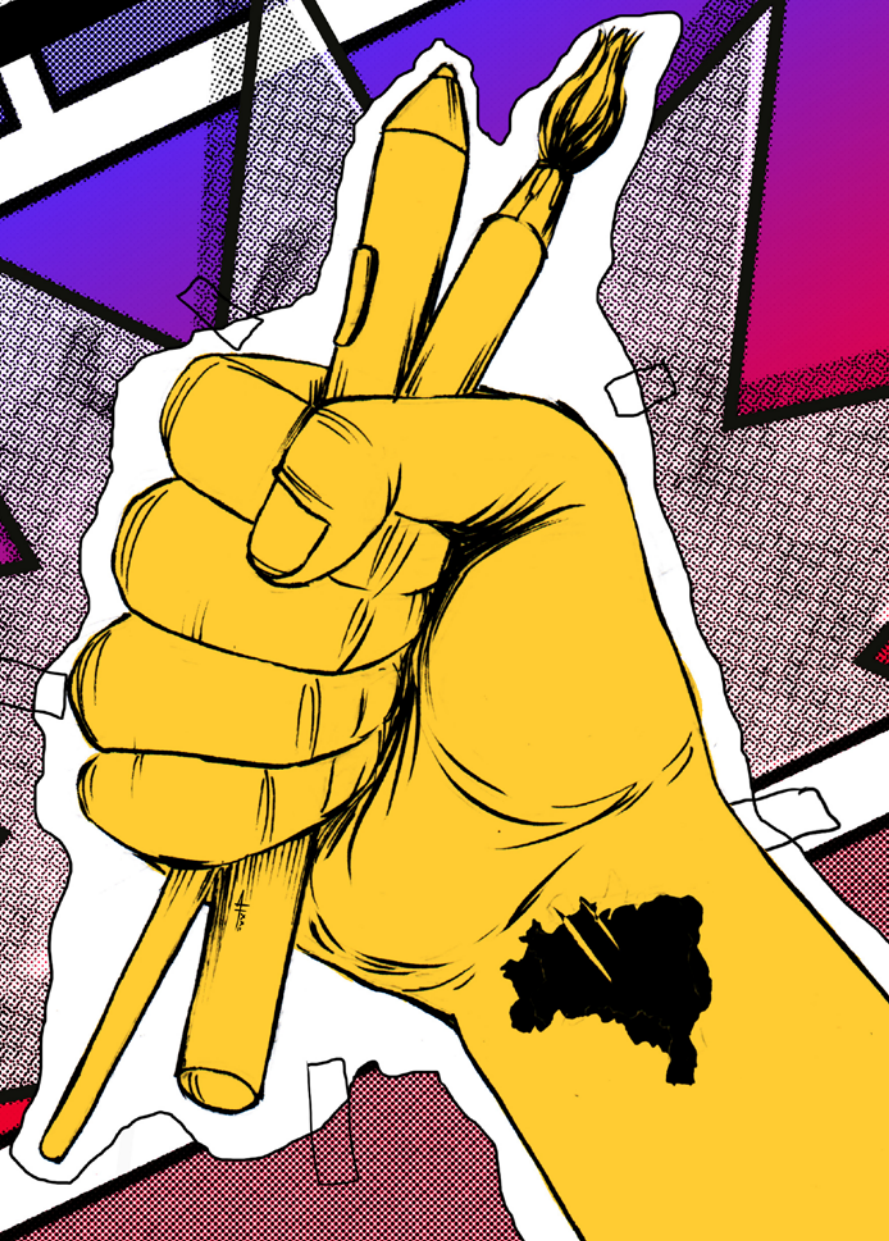




# O MANUAL DE GUERRILHA DO QUADRINISTA

2ª Edição



APROVADO  
PELA GALERIA  
DO BECO  
DOS



ARTISTAS

# **O MANUAL DE GUERRILHA DO QUADRINISTA**



2ª Edição

Campinas/SP  
2024



## Idealização e edição

Digo Freitas <https://digofreitas.com>



## Capa original

Adriano Ferrera <https://linktr.ee/adrianoferrera>

## Fontes

Crimson - Sebastian Kosch

The Most Beautiful Gift One Font - Keithzo (7NTypes)

## Colaboração

Arion Wu <https://instagram.com/arionwu>

Alan Guedes <https://instagram.com/literobaloes>

Andreia Fernandes <https://twitter.com/AndreiaBolseiro>

Daniel Esteves <https://zapataedicoes.com.br>

Felipe Tazzo <https://felipetazzo.com.br>

Guilherme Infante [https://instagram.com/o\\_capirotinho](https://instagram.com/o_capirotinho)

Guilherme Smee <https://guilhermesmee.com>

Larissa Palmieri <https://larissapalmieri.com.br>

Matheus Viana <https://instagram.com/mangateria>

Raphael Fernandes <https://instagram.com/raphaelfernandess>

Zé Wellington <https://zewellington.com>

## Sugestões e revisão

Bruno Brunelli <https://behance.net/bobrunelli>

Bruno Flesch <https://twitter.com/fleschhh>

Cadu Simões <https://cadusimoes.com>

Math Vaz <https://instagram.com/quadrinhopopular>

Pedro Hutsch Balboni <https://joaosejoanas.com.br>

Rubens Menezes <https://rubens.net.br>

Valter do C. Moreira <https://instagram.com/valter.docarmomoreira>

# ÍNDICE

<b>O Manual.....</b>	<b>8</b>
<b>Introdução.....</b>	<b>9</b>
<b>História em quadrinhos.....</b>	<b>10</b>
<b>Apresentando os trabalhadores dos quadrinhos .....</b>	<b>11</b>
Roteirista .....	11
Desenhista .....	11
Arte-finalista.....	11
Letrista .....	12
Colorista .....	12
Editor.....	12
Revisor .....	12
Diagramador .....	12
Produtor gráfico .....	13
Tudo em um.....	13
<b>O quadrinista.....</b>	<b>14</b>
Biblioteca básica .....	14
Ninguém começa com uma obra perfeita.....	15
Começando nos quadrinhos .....	16
<b>Publicando quadrinhos pela primeira vez.....</b>	<b>18</b>
Online.....	18
Redes sociais .....	19
Tapas / Webtoon / Fliptru / Funktoon e afins .....	19
Ebook / PDF / Kindle ePub .....	20
Zine .....	20
Profissionalizando as publicações.....	20
<b>Produção.....</b>	<b>21</b>
Publicando uma série .....	21
Coesão e congruência .....	21
<b>Financiamento coletivo.....</b>	<b>23</b>
Tipos de financiamento coletivo .....	24
Construindo uma campanha de sucesso .....	24
Definindo metas, prazos e valores .....	25
Publicando a campanha.....	26
Lançando a campanha e trazendo apoiadores.....	26
Finalização da campanha e entrega de recompensas.....	27

O que não fazer na sua campanha.....	27
Bibliografia recom. sobre financiamento coletivo .....	29
<b>Vivendo de quadrinhos .....</b>	<b>30</b>
Agenciamento Marvel, DC, etc .....	30
Freelance.....	31
Jornalismo em quadrinhos .....	31
Licenciamento.....	31
Letreiramento .....	32
<i>Bibliografia recomendada sobre letreiramento .....</i>	<i>34</i>
Diagramação.....	34
<i>Bibliografia recomendada sobre diagramação .....</i>	<i>35</i>
Venda .....	35
Clube de apoiadores .....	36
<b>A sua pessoa jurídica .....</b>	<b>37</b>
Notas fiscais .....	37
Os CNAEs do seu MEI.....	38
<b>Contratos.....</b>	<b>39</b>
Ter um contrato para produzir uma nova obra.....	39
Ter um contrato para publicar obra existente .....	40
Pagamento.....	40
<i>Termos de pagamento .....</i>	<i>41</i>
<i>Valor fechado.....</i>	<i>41</i>
<i>Divisão por artistas.....</i>	<i>41</i>
<i>Porcentagem por venda.....</i>	<i>41</i>
<i>Formato de venda.....</i>	<i>41</i>
<i>Forma de pagamento.....</i>	<i>42</i>
<i>Periodicidade do pagamento .....</i>	<i>42</i>
<i>Relatório de vendas .....</i>	<i>42</i>
Tempo de duração do contrato .....	42
Venda da propriedade intelectual para outras mídias ....	43
Aditivos ou Novo Contrato? .....	43
<b>Editais para publicação de quadrinhos.....</b>	<b>44</b>
Editais nacionais.....	45
Editais estaduais .....	45
Editais municipais.....	47
<b>Divulgação e marketing .....</b>	<b>48</b>
Redes sociais .....	49
Imprensa.....	50
Sites sobre quadrinhos.....	50



Influenciadores, críticos e profissionais.....	51
<b>Distribuição.....</b>	<b>53</b>
A experiência do Quarto Mundo.....	53
Distribuição direta para gibiterias, lojas e livrarias.....	54
Distribuição por marketplaces.....	55
<i>Opções dentro do marketplace.....</i>	<i>56</i>
Formas de viabilizar a distribuição.....	56
<b>Direitos autorais.....</b>	<b>58</b>
A lei brasileira de direitos autorais .....	58
Domínio público e a proteção do direito autoral .....	60
O bloqueio do Copyright.....	61
Creative Commons.....	61
<b>Prêmios para suas obras concorrerem .....</b>	<b>63</b>
Troféu HQMIX.....	63
Troféu Angelo Agostini .....	64
Prêmio Jabuti.....	64
Prêmio Adolfo Aizen.....	64
Prêmio Le Blanc .....	65
Prêmio Grampo.....	65
Prêmio ABERST.....	66
Prêmio Odisséia de Literatura Fantástica .....	67
<b>IA - Inteligência artificial .....</b>	<b>68</b>
Inteligência artificial de antigamente.....	68
Inteligência artificial generativa .....	68
A questão da ética.....	69
A questão do progresso tecnológico.....	70
<b>Eventos de quadrinhos .....</b>	<b>71</b>
Seja um visitante na primeira vez.....	71
Encontrando outros quadrinistas .....	71
Portfólio de artista .....	72
Inscrição .....	73
Entre aprovados e não aprovados .....	73
O que levar? .....	74
Sobre os produtos .....	75
Combos, brindes e promoções.....	75
Montando a sua mesa .....	76
Auxiliares de mesa .....	76
Lidando com o público.....	77
Lidando com outros artistas .....	78

Métodos de pagamento .....	79
<i>Guarde seu dinheiro com segurança.....</i>	79
<i>PIX / Máquina de cartão .....</i>	79
Lidando com dinheiro .....	80
<i>Quanto custa ir ao evento?.....</i>	80
Cada dia é um dia .....	81
Dicas gerais .....	81
<b>Organizando um evento.....</b>	<b>83</b>
<b>Grandes eventos do Brasil .....</b>	<b>85</b>
FIQ .....	85
Bienal de Quadrinhos de Curitiba .....	86
CCXP.....	86
Outros eventos.....	87
<b>Organização de classe .....</b>	<b>88</b>
AQC-ESP.....	88
Quadrinistas, uni-vos!.....	88
AQUARIOS-RS.....	88
<b>Considerações finais.....</b>	<b>89</b>

# O MANUAL

O objetivo deste livro é auxiliar artistas a orientarem a sua carreira de quadrinista (autor de histórias em quadrinhos) através do conhecimento compartilhado por outros colegas mais experientes.

Ele aborda desde o início da produção de quadrinhos, as possibilidades de profissionalização e rentabilização, financiamento coletivo, participação em eventos e muito mais.

Não se propõe a ser (e nem será) uma verdade absoluta. O Manual é um documento de construção coletiva, sem versão final prevista, que regularmente será atualizado para absorver as colaborações recebidas, seja no formulário de avaliação que se encontra ao seu final ou outras vias.

O documento que você tem em mãos ganhou vários novos tópicos em relação à primeira edição. Teve correções, reorganizações e maior detalhamento de alguns assuntos.

Pretende, assim, compor uma obra cada vez mais completa.

**Porém nunca completada.**

Dedicado ao mestre Akira Toriyama.  
Seu trabalho e principalmente sua obra  
“Mangaka - Lições de Akira Toriyama”  
inspiraram de muitas formas este Manual e  
a carreira de muitos quadrinistas.



# INTRODUÇÃO

Quando comecei a editar a primeira edição deste Manual, no começo de 2023, o meu único objetivo era impactar a carreira de um artista apenas. Se pelo menos um artista me agradecesse, divulgasse, gostasse, eu já teria cumprido o meu papel com esta obra. Quando foi finalmente lançado, para a minha total surpresa, o Manual teve milhares de downloads já na primeira semana. O número de artistas impactados, que divulgaram e recomendaram o documento já está fora dos meus registros. Foi um sucesso além de qualquer previsão otimista que eu pudesse ter imaginado.

De fato, a ideia de tentar sintetizar o conhecimento geral dos quadrinistas brasileiros em uma única obra veio, sim, de mim, mas desde o começo era uma ideia buscando adoção. Tentei muito, e sem sucesso, que ela ganhasse outros pais. Então, depois de semanas sem nenhum outro interessado em abraçar a tarefa hercúlea, acabei eu mesmo abraçando-a e tomando-a de vez como um trabalho a ser feito por mim. Mas, apesar de todo o esforço, todo empenho realizado na primeira e na segunda edição, este projeto só me trouxe prazer, alegria e muito aprendizado.

Deixo aqui de pronto meus maiores agradecimentos aos amigos Adriano Ferreira, pela capa incrível que desenvolveu, e ao Guilherme Smees, por ter editado a primeira edição com bastante carinho e atenção.

O conhecimento, acredito, é uma ferramenta de luta, de ataque e defesa. Sendo assim, deve ser para todas e todos. Por isso, seguimos atualizando e propagando este material.

Espero que aproveite bastante. E espalhe. É para isso que esta obra foi criada: para se espalhar.

Boa leitura!

Campinas, 10 de Março de 2024.

*Digo Freitas - editor.*

# **HISTÓRIA EM** **QUADRINHOS**

A discussão do que é quadrinho, do que é arte, vai longe e não cabe no escopo deste documento.

Porém, para facilitar o entendimento e as discussões propostas no Manual, fica escolhida a definição popular de que uma história em quadrinhos é uma narrativa gráfica de imagens sequenciais.

Sendo assim, não abordaremos as áreas de ilustração, cartum ou charge.

# **APRESENTANDO OS TRABALHADORES DOS QUADRINHOS**

Há uma série de profissões que podem ser diretamente ligadas à profissão de quadrinista e outras que podem se cruzar com ela em algum momento, mas não exclusivamente. Neste documento, focamos nas profissões com relação direta maior com o produto final e também das quais compõem o infeliz e tradicional acúmulo de funções dentro da produção de um quadrinho.

## **Roteirista**

O roteiro, em geral, é a versão escrita da narrativa gráfica, ainda que existam diversos formatos de roteiro, o texto é a base para a maioria destes profissionais. O roteirista visualiza a história e propõe sua própria visão nas relações entre personagens e a narrativa. Geralmente o roteiro é a primeira etapa da produção de um quadrinho.

## **Desenhista**

O desenho, ou lápis, é a base gráfica para a primeira impressão geral do leitor. O desenhista interpreta o roteiro e transforma ideias e palavras em algo visual. Pode entregar as páginas já finalizadas ou entregar o desenho no “lápiz” para que o arte-finalista possa dar o acabamento.

## **Arte-finalista**

A arte-final é o acabamento do lápis. O arte-finalista muitas vezes pode ficar responsável de finalizar e detalhar um lápis bastante simples, portanto sua importância na parte gráfica não pode ser menosprezada.

## Letrista

Os balões de diálogo carregam não só um pedaço do roteiro, mas também a atmosfera da história. O formato do balão e a fonte do texto, os recordatórios, as onomatopeias, tudo isso pode ser trabalho do letrista.

## Colorista

As cores não são obrigatoriamente variações de matiz. É possível colorir um quadrinho com tons de cinza, retículas e outras texturas. O colorista aprofunda os significados visuais, colocando mais emoção na parte gráfica.

## Editor

A edição no quadrinho é uma das partes que pode parecer transparente para quem lê, mas é muito importante para que o projeto seja conduzido de forma adequada. O editor tem o papel de acompanhar a produção de forma geral e direcionar o projeto para que o produto final tenha o melhor resultado possível. Assim, deve supervisionar o processo completo e tomar decisões. Há ainda o editor de obras prontas, que neste caso supervisiona a adaptação da obra para que o produto final seja a melhor versão possível.

## Revisor

A revisão é parte importante para evitar que erros gramaticais, ortográficos ou mesmo de narrativa possam chegar ao leitor. O revisor precisa entender bastante da mídia, pois o quadrinho não é literatura e o texto precisa ser adaptado de acordo com o contexto da mídia, da obra e do público-alvo.

## Diagramador

A diagramação é a montagem do quadrinho para ser lido da melhor forma. Espaçamento ao redor dos quadros e páginas, numeração de páginas, capa e contra-capas. O diagramador precisa conhecer muito sobre o veículo em que a obra será publicada, seja digital ou impressa.

# Produtor gráfico

A produção gráfica transforma as páginas do livro em produto. O produtor gráfico é responsável pela qualidade do material impresso, desde a pré-impressão até a entrega ao cliente. Ele conhece todos os tipos possíveis de impressão, escolhe fornecedores e define papel, formato, cores e acabamentos antes do layout ser definido. O profissional trabalha coletando informações relevantes para o planejamento orçamentário e seleção de fornecedores.

## Tudo em um

Apesar de existirem profissões diversas na área, a maioria dos quadrinistas encarnará mais de uma delas durante sua carreira. Muitas vezes, todas.

O mais óbvio é o desenhista e arte-finalista que também é roteirista. Que pode acumular o cargo de colorista. Se não tiver um, também se torna editor da própria obra. E gerenciador das redes sociais. Organizador da campanha para financiar a publicação. Vendedor nos eventos. Estoquista. E assim por diante.

Por isso, é preciso conhecer um pouco de cada área para evoluir nesta carreira. Além de alguma desenvoltura para lidar com o público e convencer que seu trabalho é bom e vale a pena ser lido.

De fato é muito difícil lidar com tanta coisa e muitas vezes o artista acaba sobrecarregado. Nestes momentos, a organização é essencial, porque quase sempre esta é a única forma de dar certo.

Lembre-se sempre desta frase do rapper Emicida: “Você é o único representante de seu sonho na face da terra”. Mas, claro, sempre peça ajuda se precisar.

# O QUADRINISTA

Nesta seção, vamos tratar de forma generalista do que o quadrinista iniciante precisa em seu começo de carreira.

## **Biblioteca básica**

Além de ler quadrinhos, o quadrinista deve buscar obras que discutam a mídia e explorem o que já foi desenvolvido por outros artistas. As obras mais populares sobre quadrinhos são:

- Desenhando Quadrinhos – Scott McCloud
- Desvendando os Quadrinhos – Scott McCloud
- Quadrinhos e Arte Sequencial – Will Eisner
- Narrativas Gráficas – Will Eisner

Estas obras podem ser consideradas complementares:

- Como desenhar quadrinhos no estilo Marvel – Stan Lee & John Buscema
- A arte de quadrinizar: Filosofia e prática - Ivan Brunetti
- Guia oficial DC comics: Roteiros – Dennis O’neil
- Guia oficial DC comics: Desenhos – Klaus Janson
- A Bíblia do Roteiro de Quadrinhos - A. Lobão, G. Danton e L. Santana
- Escrevendo para Quadrinhos - Brian Michael Bendis
- O Sistema dos Quadrinhos - Thierry Groensteen
- Manga in Theory and Practice - Hirohiko Araki (*original em japonês e tradução em inglês*)

Muitas obras sobre roteiro de cinema se aplicam também aos quadrinhos, por isso, se for do seu interesse, não deixe de conferir:

- Story – Robert McKee
- A Jornada do Escritor – Christopher Vogler
- Save The Cat! – Blake Snyder (*apenas em inglês*)
- Lições de Roteiristas - Kevin Conroy Scott
- Creating Character Arcs - K. M. Weiland (*apenas em inglês*)

Existem também algumas obras específicas sobre mangá no formato mangá, mas que podem trazer alguns conhecimentos interessantes sobre a mídia:

- Mangaka – Akira Toriyama
- Como Fazer Mangá – Raoni Marqs
- Bakuman – Tsugumi Ohba & Takeshi Obata
- Faculdade de Mangá - Osamu Tezuka

Obras sobre edição e produção gráfica:

- A construção do livro – Emanuel Araújo
- O uso das cores – Cris Peter
- Produção gráfica para designers – André Villas Boas

Mas, acima de qualquer coisa, leia muitos quadrinhos. Compre quadrinhos brasileiros, japoneses, europeus, coreanos, estadunidenses, de onde for. Fazer quadrinhos sem ler quadrinhos é uma escolha triste e frustrante, pois além de não conhecer o que já foi feito, perde a chance de conhecer grandes autores e grandes obras que podem transformar seu próprio trabalho.

## **Ninguém começa com uma obra perfeita**

Se você chegou neste texto com uma ideia que parece genial e que vai revolucionar a arte, apenas reflita por alguns segundos. Quem fez a sua obra de arte favorita? Quantos anos essa pessoa tinha quando fez isso?



É a primeira obra dela? Quantas outras obras dela fracassaram ou foram rejeitadas?

É fácil garantir que nunca foi a primeira obra, nem mesmo a primeira tentativa. Alguns ficam famosos mais cedo, outros mais tarde, mas, em geral, existe uma jornada mínima que é preciso seguir antes de chegar lá.

Por isso, não reinvente a roda se você está começando. Se alguém inventou a roda e usa a roda, ela funciona na maioria dos casos. Assim como nesta analogia de engenharia, existem milhares de obras sobre a produção de quadrinhos que você pode conferir antes de querer revolucionar esta arte. É importante começar fazendo o básico e só tentar subverter depois de adquirir muita experiência.

Seja humilde, comece pequeno.

## **Começando nos quadrinhos**

Uma história em quadrinhos existe apenas depois de publicada. “Mas só impresso?”, você pode pensar. A resposta é “não”.

Uma folha de caderno com uma história em quadrinhos é uma publicação. Um PDF no computador ou celular é uma publicação. A internet nos proporciona um infinito de possibilidades de publicação, que vão desde site próprio, blog, redes sociais, entre outras. Desde que a história tenha saído do campo das ideias para o mundo real e alguém possa ler a história, ela foi publicada.

Como discutimos anteriormente, o recomendado é sempre começar produzindo algo menor.

Se for roteirista, escreva a melhor história de uma página possível, testando o quanto de texto e ação é possível colocar em cada quadro desta página, de forma balanceada sem cansar o leitor. Se for desenhista, transforme uma ideia de página na melhor sequência de quadros possível que possa caber em uma página. Nas outras profissões, é possível começar pequeno da mesma forma.

Após concluir esta primeira página, você pode divulgar seu trabalho

em algum grupo focado em quadrinhos, seja em fórum, no Facebook, no Whatsapp, no Discord, etc. Aceite as críticas e sugestões com o coração aberto e faça melhor na próxima. É o melhor que você pode fazer agora e a próxima vez será ainda melhor.

Aumente para quatro páginas, seguindo uma página para introdução, duas para desenvolvimento e uma para conclusão. Publique, colha as sugestões, melhore. Aumente. Publique. Melhore.

A melhor forma de continuar produzindo com um bom ritmo é criar um projeto simples onde você vai dedicar uma publicação regular, seja semanal, quinzenal ou mensal. Mas é preciso ter alguma constância para que a evolução seja maior.

# **PUBLICANDO** **QUADRINHOS PELA** **PRIMEIRA VEZ**

Agora que você já começou de alguma forma esta produção, é preciso pensar em uma obra maior. Mesmo que seja uma série de páginas únicas semanais ou mesmo tirinhas, está sendo construído algo mais robusto no conjunto geral.

Onde e como publicar essas primeiras obras pode ser uma interrogação grande, já que sempre parece que o único caminho é ser publicado por uma editora grande. Ledo engano! Há muitas outras opções que podem vir a atender melhor a sua carreira de iniciante.

## **Online**

Cada vez mais a publicação online é um caminho viável, inclusive como carreira. Quadrinistas brasileiros como Carlos Ruas e Will Leite construíram toda a sua carreira por meio de seus sites e redes sociais, tendo as versões impressas servindo como fonte de renda e nem tanto para novos leitores.

Apesar de ser considerado obsoleto, ainda é possível manter um blog gratuito hoje e publicar seu trabalho lá. Claro que o site próprio é uma melhor saída, mas enquanto quadrinista iniciante, há esta opção mais econômica. Lembre-se de que é importante que este site apareça nas buscas do Google. Alguns foram banidos por algum motivo, então sempre confirme antes de investir seu tempo lá.

Ter um site próprio, aliás, é a melhor forma de se criar uma presença online que seja duradoura. Um perfil em rede social só vai existir a partir do momento que a rede foi criada até o dia que ela acabar. O seu site vai existir enquanto você quiser.

O Wordpress é a plataforma por trás da maior parte da internet hoje, seja site de notícias, lojas, portfólios, etc, por isso é, quase sempre, a plataforma certa para você também.

O formato de publicação você define. Pode ser um post normal com o seu conteúdo, pode ser uma página fixa com uma galeria, sinta-se livre para explorar. Só não deixe de descrever pelo menos um pouco o que está na imagem para facilitar aos buscadores entenderem o seu conteúdo.

## **Redes sociais**

Infelizmente estamos numa época onde imagens estáticas estão perdendo espaço para vídeos, então as redes sociais que já foram ótimas para quadrinhos, principalmente o Instagram, acabam desvalorizando este tipo de conteúdo. Mas ainda é uma opção para alcançar um público maior.

As redes sociais, aliás, são a melhor forma de se comunicar com o seu público e fazer com que ele se identifique com o seu trabalho. Confira mais sobre o assunto em “Redes sociais” no tópico “Divulgação e marketing”.

## **Tapas / Webtoon / Fliptru / Funktoon e afins**

Existem diversas plataformas com o foco em histórias em quadrinhos publicadas digitalmente, a maioria voltada para o público leitor de inglês. É possível publicar em português nestas plataformas ou utilizar uma das plataformas 100% brasileiras ou amigáveis para os leitores de português, o que pode ser um caminho para encontrar seus leitores.

As principais vantagens são o público fiel, as notificações das novas publicações e também a facilidade de leitura em aparelhos móveis como celulares e tablets.

## **Ebook / PDF / Kindle ePub**

Outra opção é disponibilizar as suas histórias em quadrinhos no formato de livro digital. Você pode publicar em plataformas populares como Kindle no formato ePub ou até mesmo em um PDF que pode ser comprado ou baixado gratuitamente.

## **Zine**

Um zine é uma coletânea de histórias em quadrinhos simples, geralmente em formato A5, miolo preto e branco com folhas dobradas, feito de cópias simples em uma impressora ou gráfica rápida, sem muito apelo estético. Também ajuda a ter um primeiro contato com a parte da produção gráfica de uma história em quadrinhos, que traz outros complicadores quando a obra evolui em acabamento. A ideia de publicar um zine é principalmente multiplicar os leitores da sua obra através de uma abordagem mais acessível.

## **Profissionalizando as publicações**

Ninguém é obrigado a publicar obras em um formato cada vez mais refinado, porém é uma tendência dos autores irem melhorando suas publicações e aumentando a tiragem conforme evoluem em suas carreiras. Tiragem é uma palavra utilizada para se referir ao número de cópias de uma determinada obra. Em geral, quanto maior a tiragem, mais barata fica cada cópia. Isso ocorre através da diluição dos custos de produção envolvidos na impressão.

Com o tempo, talvez o zine que no começo era satisfatório comece a parecer um formato pobre e outras alternativas pareçam cada vez mais interessantes e com melhor retorno financeiro e dos leitores.

Neste caso é preciso buscar uma editora que possa fazer este serviço para você ou mesmo buscar aprender sobre os caminhos do financiamento coletivo.

# **PRODUÇÃO**

A jornada do quadrinista é sem fim, mas a vida do artista tem um limiar produtivo. É preciso pensar na produção de quadrinhos no curto, médio e longo prazo.

## **Publicando uma série**

Quantas obras você conseguirá produzir até os 80 anos ou mais? Uma por ano? Duas? Quantos anos pretende se manter em uma mesma série ou tema? Ou pretende mudar de categoria a cada publicação? Vai intercalar duas ou mais séries diferentes? Produzir zines entre cada volume? Publicar gratuitamente na internet até fechar cada volume?

Isso envolve o planejamento e reorganização da carreira de modo constante. Uma trilogia pode levar alguns anos para ficar pronta. Como você pretende vender o volume um e convencer o leitor a esperar até sair o próximo volume, que pode não ser o final da história?

Numerar o primeiro volume de uma série muitas vezes é uma maldição. Quantas séries já vimos que só existe o primeiro volume? Começar a série pensando em volumes individuais muitas vezes é a melhor saída. Talvez nunca numerar na capa as histórias possa ser uma opção viável.

O mais importante é pensar na sua produção não como uma meta de um sonho distante, mas um trabalho de constância e obstinação.

## **Coesão e congruência**

Um artista pode ter diversas facetas, mas apenas uma delas vai se destacar com seu público. Jim Carrey é um ator de comédia, mesmo que Brilho Eterno de uma Mente sem Lembranças e O Show de Truman - O Show da Vida sejam filmes dramáticos do ator que receberam elogios do público e da crítica. Ainda assim, ele continua sendo mais conhecido como um excelente ator de comédia.

Um quadrinista que produz obras de drama, humor, terror, romance ou livros infantis pode publicar obras de todos estes gêneros durante sua vida, mas ao se apresentar ao público, ele deve escolher a faceta que melhor vai converter em interesse e boa recepção de seu trabalho principal e talvez se interessar por suas obras adjacentes.

Parte do planejamento da produção envolve olhar as publicações de forma macro e avaliar se elas têm alguma relação entre si. Isso pode direcionar uma venda cruzada muito mais fácil do que vender terror para quem chegou até você pelos livros de romance.



# **FINANCIAMENTO**

## **COLETIVO**

Explicando de forma simples, o financiamento coletivo, que vem do inglês crowdfunding, é o processo de arrecadação de dinheiro através de colaborações de muitas pessoas para se realizar algum objetivo. Como aqui discutimos as histórias em quadrinhos, este será o nosso viés.

A principal plataforma de financiamento coletivo no Brasil é o Catarse, que surgiu há mais de uma década e que, com a primeira campanha de financiamento coletivo de uma história em quadrinhos, “Achados e Perdidos” de Eduardo Damasceno e Luís Felipe Garrocho, trouxe uma oportunidade de autores publicarem suas obras sem necessitar do apoio de editoras, além de servir por muitos anos como uma vitrine da produção nacional de quadrinhos. Temos também a Benfeitoria e o Kickante, para dar alguns exemplos de plataformas menos populares, mas vamos focar no Catarse que é a plataforma mais utilizada.

Em pouco mais de 10 anos, incluindo dados do próprio Catarse, de 2010 a 2020 foram financiados mais de 3 mil livros, entre quadrinhos e literatura. Até o ano de 2017, a sessão de histórias em quadrinhos já tinha arrecadado mais de 4 milhões de reais. Porém nem todos os projetos conseguem ser financiados. E isso ocorre por vários motivos, como o autor não ter público, falhar na divulgação, ser ainda um iniciante, etc.

Seja em qualquer categoria de projeto, o mais importante é o respeito com o apoiador. Quando alguém investe dinheiro no seu projeto, o mínimo que esta pessoa espera de volta é que as promessas sejam cumpridas e que haja uma comunicação constante e aberta entre as partes de realizador e apoiador.

Nestes anos todos de Catarse, não foi raro ver autores de projetos que atrasaram muito seus projetos, ficaram meses sem dar explicações, não entregaram o prometido ou simplesmente desapareceram com o dinheiro dos apoios. Cada um que cria um projeto de financiamento coletivo tem sua parte de responsabilidade em manter o prestígio e renome das plataformas.

# Tipos de financiamento coletivo

Originalmente, o financiamento coletivo para histórias em quadrinhos era apenas uma forma de financiar a produção e impressão. Hoje já temos a recorrência, que financia projetos no longo prazo.

- **Projetos pontuais:** São campanhas que buscam a realização de uma obra única em um período delimitado de tempo, que originalmente era de 60 dias. Hoje é possível colocar o prazo que preferir, mas um prazo muito curto ou muito longo pode afetar o senso de urgência e desanimar possíveis apoiadores.
- **Projetos com recorrência:** São campanhas que buscam a manutenção de um projeto maior e constante, como uma forma de patrocinar o autor e a sua produção no longo prazo. O Apoia.se foi a primeira plataforma nesse sentido no Brasil. Hoje também temos o Catarse Assinaturas. A ideia é transformar leitores isolados em uma comunidade, oferecendo recompensas recorrentes. Páginas adiantadas, acompanhar o processo de produção das obras, poder opinar durante o processo, decidir o que será publicado, ganhar caricaturas e outros prêmios podem ser uma boa alternativa de incentivo para novos apoiadores. O importante é entender o que seu público deseja e oferecer a ele por um valor justo.

## Construindo uma campanha de sucesso

Neste tópico, vamos trazer algumas dicas para que você possa criar seu projeto pontual de financiamento coletivo com a menor margem de erro possível. O próprio Catarse tem uma Escola de Financiamento Coletivo ([ofinanciamentocoletivo.com.br](http://ofinanciamentocoletivo.com.br)), com vídeos aulas, e-books e depoimentos de quem conseguiu financiar seus projetos, nas mais diversas áreas. Mas vamos trazer um resumo com dicas baseadas em uma experiência adquirida em diversas campanhas realizadas e analisadas em todos esses anos de Catarse.

O primeiro passo é se perguntar:

1. Qual o gênero da minha obra?

2. Tem pessoas buscando este tipo de leitura?
3. Quem é o meu público?
4. Qual a sua faixa-etária?
5. Quais seus autores favoritos?
6. O que levaria este público a apoiar meu projeto?
7. Tenho público para financiar um projeto?

Uma dica que sempre deve ser seguida é acessar outras campanhas bem sucedidas e tentar entender porque elas conseguiram seu objetivo. Foi o tema do projeto? O vídeo? O texto? As ilustrações? A expectativa? A divulgação intensa? Faça isso em várias campanhas até entender como aplicar esses aprendizados na sua própria campanha. E também as campanhas mal sucedidas, pois o fracasso também ensina muito.

## **Definindo metas, prazos e valores**

Comece estabelecendo metas realistas e claras. Primeiramente, quanto tempo você precisa para entregar as recompensas após a finalização da campanha com sucesso. Isso pode incluir o prazo de finalização da obra, revisão, impressão na gráfica, entre outros prazos.

Depois, determine o valor necessário para cobrir os custos de produção, o que pode incluir o valor de impressão, revisão, cores e todos que trabalharem com você no projeto, além do frete para os apoiadores, caso seja um livro físico. O prazo da campanha precisa compreender o tempo que você acredita precisar para arrecadar esse valor.

Também crie metas para quando o valor arrecadado exceder o mínimo necessário, como um brinde exclusivo ou um acabamento diferenciado. As metas estendidas são uma excelente forma de aumentar o engajamento dos apoiadores que você já converteu, pois eles também ganham com um maior sucesso do projeto.

# **Publicando a campanha**

Dedique bastante tempo para elaborar uma campanha bem estruturada. Escreva uma descrição atraente da sua história em quadrinhos, destacando seu enredo, personagens e o que a torna especial. Inclua também informações sobre você, o autor, e a sua motivação para a produção desta obra. Se possível, disponibilize o primeiro capítulo, uma prévia para que o público tenha uma ideia de como será o produto final. E fique atento na publicação para colocar uma URL simples para facilitar o acesso. Ninguém vai decorar como digitar no navegador uma campanha com o endereço “[catarse.me/meu\\_projeto\\_de\\_hq\\_762163854837](https://catarse.me/meu_projeto_de_hq_762163854837)”.

O vídeo da campanha não é obrigatório, mas faz diferença. Ele pode cativar os visitantes da página e explicar de forma mais envolvente a proposta do seu livro. Faça um vídeo curto, porém que compreenda quem são os autores, o que é a obra, o que é o financiamento coletivo e forneça o caminho para a campanha. Uma duração boa é menos de 5 minutos, mas se você conseguir explicar tudo em 1 minuto, está perfeito.

## **Lançando a campanha e trazendo apoiadores**

Para incentivar as pessoas a apoiarem sua campanha, ofereça recompensas interessantes. Pense em cópias do quadrinho, marcadores de página, cartões postais, prints, brindes exclusivos relacionados à história ou até mesmo experiências únicas, como participar de um evento de lançamento ou uma live exclusiva com os apoiadores. Mas cuidado com a quantidade de recompensas. Muitos brindes podem encarecer o valor final do projeto e ainda levar muito tempo para que cada uma seja entregue corretamente.

Agora que o projeto foi construído, é preciso divulgá-lo, pois a promoção é fundamental para o sucesso de uma campanha de financiamento coletivo. Utilize as redes sociais, blogs, fóruns e qualquer outro meio relevante para divulgar sua campanha. Em outros tópicos deste documento, disponibilizamos uma lista de alguns sites que podem ser contatados. Peça aos seus amigos, familiares e seguidores para compartilharem a campanha e alcançar um público mais amplo. Aliás, o ideal é construir dia a dia uma grande expectativa na campanha, para que o dia de

lançamento seja um dia com muitos apoios logo nas primeiras horas. Por fim, não vá nos inbox das pessoas que seguem você pedindo apoio. Muito menos as que não seguem!

## **Finalização da campanha e entrega de recompensas**

Por fim, após o encerramento da campanha, certifique-se de cumprir todas as promessas feitas aos apoiadores. Compartilhe atualizações regulares, mostre seu progresso e responda às perguntas e comentários dos apoiadores. Atrasos acontecem, é normal. A gráfica pode ter problemas, um colaborador do projeto ficar doente ou até mesmo você ter imprevistos. Todos estamos à mercê do destino. Mas seja responsável e transparente, mantendo seus apoiadores informados e a par do que está acontecendo. Além de terem acreditado em seu projeto e seu potencial, investiram seu dinheiro em você. A transparência e a comunicação eficaz ajudam a construir confiança e conquistar o público para os próximos projetos.

Envie as recompensas e confira com seus apoiadores se tudo foi entregue corretamente. A satisfação dos apoiadores é fundamental para o sucesso contínuo da sua carreira como autor.

## **O que não fazer na sua campanha**

Agora que já falamos uma série de dicas, vamos aos erros que você deve evitar. Vamos abordar o antes, durante e depois da campanha. Lembrando que a comunicação com os apoiadores soluciona boa parte desses problemas. A outra parte com o realizador da campanha se colocando no lugar do seu apoiador, pensando em como se sentiria se o autor da campanha que você apoiou fizesse isso com você.

**1. Não importune amigos, muito menos desconhecidos:** divulgação é uma coisa, abuso da caixa de mensagem das pessoas é outra. Mandar mensagens pessoais pedindo apoio para quem você não tem muito contato é extremamente desagradável.

**2. Não superestime as pessoas:** muitas vezes, seu apoiador pode nem saber o que é financiamento coletivo. Para estas pessoas, você precisa explicar com paciência o que é esse meio de financiar projetos e todo o passo-a-passo de como realizar o apoio.

**3. Não exagere na lista de recompensas:** pessoas que não conhecem financiamento coletivo vão ter dificuldade em apoiar a campanha se as opções de recompensas para ela escolher forem muitas. Deixe os tipos de recompensa mais comuns e com valores menores no topo da lista e os menos comuns no final. Recompensas esgotadas é mais interessante colocar no final.

**4. Não esqueça de revisar os dados antes de enviar as recompensas:** a planilha final das plataformas de financiamento coletivo exportam muitos e muitos dados na mesma linha, mas é importante revisar se alguém não apoiou a recompensa errada com o valor certo.

**5. Não esqueça de confirmar o endereço:** antes de enviar, envie um formulário de confirmação de endereço! Muitas pessoas se mudam de casa regularmente e no período da campanha ou após o projeto estar concluído, podem ter mudado de casa.

**6. Não autografe para o nome completo:** por exemplo, na planilha de apoiadores do Catarse existem duas colunas, uma com o nome completo da pessoa e outro com o nome público. Muitas vezes a pessoa não quer ser chamada pelo nome completo, preferindo seu nome social ou apelido. Às vezes pode querer dar a recompensa de presente para alguém, ou mesmo não deseja autógrafo no livro. Confirme se deseja autógrafo e qual o nome desejado no autógrafo. Inclusive seus pronomes corretos, se for o caso.

**7. Não esqueça de calcular o custo total do envio e não apenas o frete:** existem custos associados ao envio que não dependem só dos correios ou transportadora, como etiquetas, envelopes, caixas e tudo mais. Coloque isso no seu orçamento.

**8. Não venda antes de enviar:** é muito frustrante para o apoiador apoiar uma campanha, ajudar a divulgar e comemorar a meta alcançada, mas depois de tanto apoio, o realizador simplesmente esquecer dos apoiadores, não enviar as recompensas e vender nos eventos sem avisar.

Caso haja um evento que, coincidentemente, caia no período especificado no cronograma do projeto como período de envio das recompensas, informe a todas às pessoas que te apoiaram (por e-mail e em redes sociais), que os envios já iniciaram e haverá uma pequena pausa para participar de um evento que já estava planejado.

Mas deixe claro que as pessoas que apoiaram poderão retirar o livro nesse evento e se comprometa a recomendar os envios o quanto antes voltar do evento.

## **Bibliografia recomendada sobre financiamento coletivo**

- Crowd, o Guia do Financiamento Coletivo para Autores e Editores de Livros - Marina Avila, Valquíria Vlad
- Guia do Financiamento Coletivo (disponível em <https://fazum.catarse.me/guia-financiamento-coletivo>)



# **VIVENDO DE** **QUADRINHOS**

São poucos os quadrinistas no mundo que vivem apenas de fazer histórias em quadrinhos em relação aos que fazem isso como um trabalho em paralelo. No Brasil, a proporção diminui ainda mais.

Um ditado que sempre é levantado sobre a carreira do artista sem origem definida é que o sucesso de um artista depende de possuir essas três características:

- Ser um excelente artista e criar obras incríveis;
- Ser pontual e nunca perder um prazo;
- Ser simpático e fácil de lidar.

Mesmo que não supra um destes requisitos, ainda é possível se manter no mercado. Porém se você não conseguir cumprir com pelo menos duas dessas características, terá grandes dificuldades.

Dito isso, é possível ter uma renda constante com quadrinhos. Abaixo vamos listar algumas opções.

## **Agenciamento Marvel, DC, etc**

Chegar a um cargo de roteirista das grandes editoras é mais difícil sem estar morando lá nos Estados Unidos, já que eles se reúnem e decidem fatos importantes apenas com roteiristas, porém tudo que vem depois do roteiro hoje é possível ser feito remotamente.

Para se chegar mais facilmente nos contratantes, você pode procurar uma agência de talentos, como a gerenciada pelo Joe Prado. Mas também pode ir galgando sua carreira fora do país pegando trabalhos em outras editoras menores até se firmar.

De qualquer forma, o mais importante é ter um bom inglês, um bom

portfólio, saber encontrar e utilizar os contatos, além de muita dedicação.

## **Freelance**

O quadrinista freelancer se propõe a basicamente trabalhar com materiais didáticos, manuais de empresas e adaptações de obras literárias. Geralmente o processo de orçamento é bastante cansativo e os clientes não sabem muito bem o que precisam ou quanto vale o trabalho de criar uma história em quadrinhos completa.

Cabe ao quadrinista se portar de forma profissional e ajudar o cliente a entender melhor o produto que ele está solicitando. Além disso, para manter um fluxo recorrente de trabalhos, deve manter tanto uma presença online significativa quanto contato regular com seus antigos clientes.

## **Jornalismo em quadrinhos**

Uma das opções dentro do freelance é atuar como jornalista de quadrinhos, ou seja, transpor uma matéria jornalística para o formato das histórias em quadrinhos. Alguns artistas inclusive são formados em jornalismo e atuam como repórteres e pesquisadores de campo na criação destas matérias para revistas e sites. É um formato em crescimento e que funciona muito bem para as duas linguagens.

Para conseguir trabalhos neste ramo, busque artistas que fazem esse trabalho e estão em destaque, analisando seu trabalho e vendo onde ele se aplica. Você pode produzir suas próprias reportagens ou adaptar reportagens em texto de outros jornalistas para usar como portfólio e assim oferecer o trabalho para os possíveis contratantes, caso não seja seu objetivo atuar como jornalista independente, publicando e vendendo suas próprias obras.

## **Licenciamento**

Renda passiva é a melhor definição. O quadrinista que publica suas obras na internet, principalmente se produzir tirinhas, pode receber um contato para vender uma licença de uso de uma ou mais imagens que

produziu anteriormente. Podem ser agências de publicidade, jornais, revistas e etc, mas o mais lucrativo é o licenciamento para materiais didáticos.

Você receberá o contato de iconógrafos por e-mail ou redes sociais. Eles solicitarão o licenciamento de uma imagem sua que foi selecionada para compor o material didático de uma editora. Para tanto, deixamos as seguintes dicas:

1. Tenha um site reunindo todas as imagens que deseja licenciar. Não deixe-as apenas em redes sociais, elas não proporcionam uma boa busca;
2. Organize as imagens de forma que sejam fáceis de serem encontradas tanto no site quanto no seu acervo pessoal. Quanto melhor o seu trabalho de SEO (do inglês “Search Engine Optimization”, ou “otimização de sistema de busca”) no seu site, melhores serão seus resultados;
3. Nunca entregue seu trabalho de graça (a não ser em projetos sociais que acredita);
4. Tenha valores padrão por tiragem para todas as editoras e evite dar descontos, pois as editoras sempre têm um bom orçamento para este serviço. Se tiver dúvidas, converse com colegas quadrinistas sobre valores. Caso o seu preço for muito abaixo dos demais, isso pode gerar uma desvalorização generalizada;
5. Tenha um termo de licenciamento próprio e se previna de cláusulas abusivas;
6. Ainda que seja possível fazer contratos como pessoa física, conforme os licenciamentos se tornarem mais comuns, tenha um CNPJ na categoria MEI (Microempreendedor Individual) para poder emitir notas fiscais.

## **Letreiramento**

Letreiramento é dispor o texto ao longo do quadrinho. Seja dentro de balões e recordatórios, flutuando pelo cenário (como acontece nos mangás), em onomatopeias e em alguns casos até dentro de desenhos, como letreiros de lojas, cartazes, capas de discos etc.

O letreiramento bem planejado influencia diretamente na legibilidade, no entendimento correto da história e na fluidez de leitura. Pode aumentar o impacto da cena por meios de onomatopeias e enriquecer o leiaute da página pelo posicionamento dos balões e onomatopeias.

A balonização (ou balonamento) faz parte da gama de serviços do letrista mas muitas vezes os balões já vêm prontos. Nesses casos, o letrista irá não só colocar o texto nos balões como seguir a forma deles, entender onde está as pausas na leitura e procurar dividir as linhas seguindo essas pausas.

Quanto mais letreirarmos, com mais qualidade vai ficando o trabalho. Aliado a isso, exercitar mentalmente o letreiramento também é importante, com avaliações críticas de posicionamento da ordem correta dos balões, análise da dinâmica das onomatopeias, qualidade da fonte escolhida, se a entrelinha está muito apertada etc...

É a primeira vez que a história recebe o texto, portanto os balões devem ser produzidos. A mesma coisa para as onomatopeias. No entanto, muitas vezes os desenhistas já se encarregam das onos, assim como outros textos que se mesclam na arte. Nessa etapa, o mais importante é a correta posição dos balões guiando a leitura.

As editoras trabalham majoritariamente com quadrinhos traduzidos. Nesses casos os balões já estão prontos. Além de colocar o texto seguindo a forma do balão, em algumas vezes é preciso redesenhar a imagem para aumentar algum balão, adaptar alguma onomatopeia e/ou redesenhar para transformar o texto original em português.

Entrar em uma editora é o melhor caminho. Pelo alto volume de trabalho e por ter pessoas mais experientes por perto, o aprendizado é constante. Depois, já maduro como letrista, um próximo passo seria oferecer serviços para outras editoras. Trabalhos para outras editoras abrange novas pessoas que vão avaliar seu trabalho.

Além de mostrar alguns bons letreiramento pelas redes sociais, uma outra boa forma de divulgar é entrando em contato com autores independentes e/ou editoras para não só mostrar do que você é capaz, como também firmar uma possível primeira parceria profissional. É uma retroalimentação.

Alguns softwares pagos e gratuitos para letreirar: Adobe Illustrator, Adobe Indesign, Clip Studio Paint, Inkscape.

## ***Bibliografia recomendada sobre letreiramento***

- The essential guide to Comic Book Lettering – Nate Piekos (também no site <https://blambot.com/>, ambos apenas em inglês)
- DC Comics Guide to Coloring and Lettering Comics - Mark Chiarello, Todd Klein, Jim Steranko (apenas em inglês)

## **Diagramação**

A diagramação é a disposição do texto com ou sem imagens soltas ao longo da página. Nos quadrinhos pode ser em texto corrido como um prefácio, uma apresentação, biografia do(s) autor(es) etc. Engloba desde a disposição do título até o número da página, passando por uma possível nota de rodapé.

Com uma diagramação bem planejada, é possível acelerar ou atrasar o ritmo de leitura, compor o projeto gráfico do gibi, aumentar ou diminuir o gasto de papel e, consequentemente o orçamento da gráfica. Trazer sensações tanto de conforto quanto de desconforto ao leitor.

Colocar a mão na massa e diagramar é sem dúvida importante para se desenvolver como diagramador. No entanto, cada decisão deve ser norteadas por uma intenção. Observar outros livros e entender o que o levou a achar agradável ou desagradável é um dos pontos chave para saber o que fazer ao longo do projeto.

É comum quadrinhos independentes serem uma história fechada e o autor ter seus lançamentos com um bom tempo de intervalo entre um e outro. Por isso é interessante oferecer aos leitores os paratextos para que eles conheçam mais sobre a obra e o autor. Ainda que a parte de quadrinhos já tenha chegado ao final, uma diagramação que ainda leva as características das páginas de quadrinhos cria uma unidade, enriquecendo a obra como um todo.

Além de paratextos como sumário, glossário, linha legal, expediente etc. A editora costuma licenciar mais de uma obra de um mesmo autor. Sendo assim, é sempre bem-vindo manter características iguais de diagramação entre dois títulos diferentes.

Diagramando livros de texto corrido (por ter mais ofertas de trabalho) e criar um portfólio. E, para isso, é preciso estudar e se aprofundar no assunto para trazer a ergonomia de leitura para os paratextos dos quadrinhos.

Para divulgar seu portfólio digital, é interessante fazer postagens úteis para outros diagramadores e editores explicando algumas curiosidades técnicas e conjugando informação com estética. As redes sociais costumam dar bons frutos.

Alguns softwares pagos e gratuitos para fazer diagramação são: Adobe Indesign, Quark XPress, Scribus e Desygner.

## ***Bibliografia recomendada sobre diagramação***

- A Construção do Livro - Emanuel Araújo
- O design do livro - Richard Hendel
- A forma do livro - Jan Tschichold

## **Venda**

Com um bom trabalho de divulgação, é possível converter vendas regularmente e transformar este comércio em uma fonte de renda regular.

Você pode, por exemplo, colocar no ar uma loja própria, catalogando seus produtos. Neste caso, um endereço fácil de se encontrar em suas redes sociais é essencial. Ou utilizar o Mercado Livre, a Amazon (sim, eles aceitam autores independentes no Market Place deles) e afins.

Outra opção é se inscrever e participar de eventos onde são aceitos quadrinistas independentes. Confira o tópico “Eventos de Quadrinhos”.

Ou então vender em consignação para lojas que aceitam este formato. Confira o tópico “Distribuição”.

## **Clube de apoiadores**

Como já discutido no tópico “Financiamento Coletivo”, você pode criar uma renda fixa e constante fidelizando seus leitores em uma espécie de clube, oferecendo recompensas recorrentes.



# **A SUA PESSOA JURÍDICA**

Lidar com imposto de renda pode ser um inferno, mas pior ainda é o leão da Receita Federal te pegando de calças curtas, com multas por ocultação de patrimônio e sonegação fiscal, correndo o risco de ter até seu CPF cancelado!

Para evitar esses problemas, o profissional liberal pode registrar-se no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) para obter algumas vantagens fiscais e uma diminuição no imposto recolhido pelo governo. O mais prático e simples é o Microempreendedor Individual (MEI), que tem um limite de movimentação de R\$ 81.000,00 ao ano ou R\$ 6.750,00 por mês.

Um MEI não precisa se preocupar em pagar impostos de suas notas, pagando apenas o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS) todos os meses. A título de informação demonstrativa, o valor do DAS-MEI em 2024 vai variar de R\$ 70,60 a R\$ 76,60, a depender da atividade desempenhada pelo empreendedor. Este pagamento do DAS, se feito mensalmente e sem nenhum atraso, conta para casos de afastamento por doença, que pode ser solicitado junto ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), e para aposentadoria por tempo de contribuição.

## **Notas fiscais**

Outra praticidade é poder emitir notas fiscais para clientes que as exigem, como agências, editoras e outras empresas. Há diversos bancos hoje como Nubank ou Inter que permitem a criação de uma conta de pessoa jurídica de forma gratuita, então não fica caro para ter todas essas vantagens.

Recentemente o portal para emissão de notas fiscais foi unificado nacionalmente e seu endereço é:

<https://www.nfse.gov.br/EmissorNacional/>

# Os CNAEs do seu MEI

Todo MEI deve se registrar utilizando alguns dos muitos códigos da Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE) para posteriormente poder emitir suas notas fiscais. Como não existem códigos específicos para quadrinistas, sejam eles desenhistas, roteiristas, letristas e afins, alguns dos códigos abaixo podem ser utilizados para representar sua atividade principal e acessórias, utilizando a descrição da nota para detalhar o serviço prestado.

- 74.20-0-01 - Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina
- 58.13-1-00 - Edição de revistas
- 58.11-5-00 - Edição de livros
- 47.61-0-01 - Comércio varejista de livros

Escolha os CNAEs que fazem mais sentido para o ramo que deseja trabalhar.

# **CONTRATOS**

Um dos assuntos que deveria ser o mais sensível para os artistas é a negociação do contrato com editoras que publicam os seus trabalhos.

Sabemos que infelizmente há pouca orientação jurídica e orientação básica de como lidar com essas questões na formação dos artistas como um todo. Os novatos, em especial, não conseguem avaliar sozinhos se uma proposta é de fato vantajosa ou então abusiva.

É importante lembrar: as editoras são as empresas que vão lucrar com o seu trabalho. Quando se trata de uma parceria saudável, todos os serviços prestados pela editora beneficiarão o artista, geralmente com diagramação, impressão, divulgação, distribuição e armazenamento de estoque, entre outros serviços.

No entanto, o contrato é uma ferramenta fundamental para garantir a transparência desse processo. Somente com ele você conseguirá garantir a execução do que foi prometido e o recebimento dos lucros de venda de forma adequada, o que nem sempre acontece...

Por isso é muito importante que boas práticas sejam claras. A função do documento é proteger tanto o artista e sua obra quanto também proteger a empresa, estabelecendo responsabilidades e deveres de ambos. Trata-se de um acordo, no final.

Como, infelizmente, alguns tópicos costumam passar despercebidos na hora de assinar um documento tão importante, temos que ressaltar que tipo de prática é desvantajosa e abusiva para o artista.

## **Ter um contrato para produzir uma nova obra**

Pode acontecer de uma editora ter um projeto e solicitar para que o artista desenvolva um livro novo do zero, por exemplo. Neste processo, é muito comum que artistas comecem o trabalho sem sequer ter um

contrato redigido, num acordo informal. No máximo, o que existe é troca de conversas em programas de mensagem e e-mail. Ainda assim, as regras não estão claras. Só isso implica na chance de uma série de problemas para ambas as partes. Pode haver pagamento sem entrega do trabalho ou o contrário. Um artista pode ser retirado do projeto no meio sem receber nada, pois não havia acordo firmado, entre outras situações.

Em muitos casos, existe confiança e amizade com a editora, ainda assim as partes estão sob conta e risco. Por isso, esse tipo de situação é desencorajada. Faça um contrato. O documento também indica profissionalismo da empresa que está te oferecendo o trabalho, o que já é um bom sinal. O mau sinal é quando a empresa enrola e diz que não precisa, às vezes enviando o documento somente ao fim do projeto. Imagina ter que desistir de um trabalho pronto por não concordar com as cláusulas? Fique atento.

## **Ter um contrato para publicar obra existente**

Como o exemplo acima, é muito importante que a editora que for publicar um trabalho seu já existe, defina no contrato todos os detalhes para garantir a segurança dessa parceria.

## **Pagamento**

Em primeiro lugar: Não existe “pagar para se publicar”. No meio dos quadrinhos essa não é uma prática tão comum, mas acontece. Também conhecida como Vanity Press, essa é uma conhecida picaretagem do meio literário para iniciantes. Não aceite, nem com contrato.

Também desencorajo muito que editoras peçam o seu dinheiro para impressão, inclusive de editais. Essa prática é mais recorrente, mas depende o quanto esse acordo será vantajoso para você depois da publicação do livro de acordo com os serviços que elas vão oferecer depois do lançamento. No geral, as editoras pagam pela impressão.

## ***Termos de pagamento***

Os termos de pagamento devem ser transparentes no contrato. Valores fechados com ou sem adiantamento, porcentagem recebida por venda (DA), divisão por artistas, a periodicidade, a forma de pagamento e a especificação por formato.

### ***Valor fechado***

É muito comum trabalhos em que os artistas recebam um valor fechado e não recebam o valor por venda. Em um mundo ideal, receberíamos pelos dois, mas depende do que você está disposto a aceitar. De qualquer forma, esse valor deve estar no contrato e a forma de pagamento dele também: se será tudo de uma vez, se será ao fim do projeto, na entrega ou se haverá uma porcentagem de adiantamento no pagamento total do mesmo. Também importante, é definir as datas desses pagamentos e suas regras. Assim você terá como cobrar esse pagamento caso ele atrase e também tem como garantir o valor correto.

### ***Divisão por artistas***

Muitas vezes, um quadrinho não é feito apenas por uma pessoa. Então, quando se trata de valor de porcentagem por venda, é normal ser subdividido entre os artistas, e isso também deve ser colocado no contrato. Quando se trata de valor fechado, o mais comum é que seja um contrato individual para cada artista.

### ***Porcentagem por venda***

Também conhecido por DA, uma sigla para direitos autorais, ou royalties. Este é um tema polêmico, pois há editoras que pagam de 3% a 10%. Isso depende muito da negociação, do valor do produto, da tiragem impressa, mas recomendo que essa conta seja feita para que você tenha uma ideia de quanto irá lucrar com o contrato e não tenha surpresas no final. Acordo feito, deve estar no contrato de forma bem clara.

### ***Formato de venda***

Cada formato em que o trabalho será vendido (financiamento cole-

tivo, impresso, digital, visualização por página em serviços de streaming, etc.) deve ter todas as especificações acima colocadas para cada um deles.

## ***Forma de pagamento***

É importante que esteja especificado de que forma os valores por venda serão recebidos. E encorajamos fortemente que seja por dinheiro. Algumas editoras costumam pagar o valor somente em livros da tiragem, o que pode parecer vantajoso para quem faz feiras e eventos, mas na prática não paga as suas contas de imediato. É pior ainda se a conta não for feita com pelo menos 50% do valor de revenda.

## ***Periodicidade do pagamento***

Quando existe DA, o pagamento costuma ser trimestral, semestral ou anual. Geralmente é feito junto ao envio do relatório de vendas.

## ***Relatório de vendas***

Toda a editora tem como obrigação mandar um relatório de vendas para o artista quando há porcentagem de venda no acordo. É básico que isso seja feito para a transparência do processo. Muitas editoras não o fazem, deixando os artistas no escuro, inclusive se aconteceram novas tiragens de seus livros. Por isso recomendamos que isso seja inserido no contrato para que seja cumprido pela empresa e, caso não aconteça, possa ser cobrado. Você tem direito de saber os detalhes dos seus lucros e quantas edições foram vendidas.

## ***Tempo de duração do contrato***

Ao assinar um contrato, é muito importante que você se atente no tempo de vigência do mesmo. Vamos supor que você não está contente com o trabalho executado pela editora em termos de publicidade e deseja publicar a sua obra em outro lugar. Agora imagine que, ao consultar o contrato, você se depara com o prazo de 10 anos de vencimento com renovação automática. Você teria que aguardar esses longos anos com atenção ao prazo, para assim solicitar o distrato (separação das partes e encerramento do contrato).

Existem muitos casos de editoras que prendem o trabalho em questão por prazos absurdos, como 8 ou 10 anos de duração. Segundo a Lei de Direitos Autorais (confira o tópico “Direitos autorais”), se não houver data estipulada no contrato, o prazo dele por padrão é de 5 (cinco) anos de duração. Os novatos, sem saber de como as coisas funcionam, sequer estranham isso. Fique atento.

## **Venda da propriedade intelectual para outras mídias**

Vamos supor que seu quadrinho é um sucesso e você a editora receberam um contato de uma produtora de filmes para fazer a adaptação. O que define os limites de quem tem os direitos sobre a história? É o contrato! Quando a editora participa com um profissional de edição no processo da criação do livro ou quadrinho, pode acontecer que ela também detenha os direitos sobre a obra. Na maioria dos casos, no entanto, a editora é responsável apenas pela publicação da obra em todos os meios possíveis e os que ainda possam vir a existir. Por isso, no contrato isso deve estar muito bem estabelecido para que não haja conflitos quando esse grande momento chegar e você não seja prejudicado no processo.

## **Aditivos ou Novo Contrato?**

Pode ser que aconteçam mudanças no meio do caminho do que foi acordado anteriormente. Por exemplo: o livro foi publicado apenas no digital e, devido ao seu sucesso, será impresso. Ou então uma nova edição será feita, com nova capa e uma história adicional. Tudo depende da situação, mas é importante que cada alteração dessas seja documentada como pelo menos aditivo de contrato ou com um novo documento que fale especificamente das novidades relacionadas à obra.

# **EDITAIS PARA** **PUBLICAÇÃO DE** **QUADRINHOS**

Edital é um processo seletivo. Quando se constrói uma estrada, o governo abre um edital para selecionar a construtora contratada. Para fornecer merenda nas escolas, um edital seleciona a empresa fornecedora de comida, equipamentos e mão de obra. Na arte e cultura não é diferente. Os governos que entendem a importância de incentivar a produção de quadrinhos fazem também uma seleção de projetos.

O projeto é a intenção do que e como se realizar. E isso pode ser a publicação física ou publicação online. Um evento, feira, congresso, podcast, documentário, tradução ou exposição. O que a criatividade mandar, dentro do que o edital permite. As regras são sempre detalhadas no documento do edital, no famoso “juridiquês”. Então, sim, a leitura de um edital é um trabalho pesado. E nem sempre o quadrinho é uma modalidade de edital em si. Às vezes fica dentro dos editais de literatura. Às vezes, dentro de artes visuais. Com a prática, você se acostuma.

Não se sinta frustrado se não for contemplado na primeira tentativa. A análise do seu projeto não é um reflexo da qualidade do seu quadrinho. É uma análise da formatação do seu projeto e isso, como tudo na vida, requer dedicação. Insista. Quem sabe se muitos quadrinistas exigirem mais apoio dos governos, a oferta de editais também não aumenta?

Uma vez contemplado com um projeto, volte ao edital e procure as regras de execução do seu projeto e também da sua prestação de contas. A verba destinada ao seu projeto é pública, portanto você deve satisfações de como utilizá-la. Cada edital terá regras específicas e você deverá apresentar um relatório detalhado e documentos que comprovem o uso deste dinheiro.

Apesar da dificuldade em ser aprovado e o cuidado com o uso do dinheiro, um edital é um avanço na carreira do quadrinista: além de bancar



a impressão e outros serviços que você queira contratar, seja revisão, edição, cores, etc, permite pagar um cachê ao artista e também uma verba de marketing e assessoria de imprensa para impulsionar a sua carreira.

## **Editais nacionais**

O governo federal não possui uma política pública eficiente para estimular a leitura e produção de quadrinhos. Eventualmente, programas podem ser criados para este fim, porém o quadrinho em geral é o último contemplado nas artes. É mais comum que o governo federal destine uma verba a uma empresa ou instituição que administre a forma como este investimento será feito. Em 2023, por exemplo, foram destinados 50 milhões de reais para projetos culturais em todas as áreas para serem distribuídas pelos Espaços Culturais do Banco do Brasil e mais 10 milhões de reais para o Banco do Nordeste.

Outros editais mais esporádicos também ocorrem em empresas públicas, tais como a Caixa, a Petrobrás e os Correios; em empresas privadas, tais como a Vale, o Itaú e a Natura; e em outras instituições como as do “Sistema S”, compostas pelo SESC / SESI / SENAI, e também o BNDES.

Para ficar sabendo da abertura destes editais, vale a pena seguir essas empresas em suas redes sociais ou configurar um alerta do Google para este assunto, visitar o site destas empresas e instituições ou acompanhar sites especializados em notícias do mercado cultural, tais como o [culturaemercado.com.br](http://culturaemercado.com.br) e o [prosas.com.br](http://prosas.com.br).

## **Editais estaduais**

Em 2020 a Lei Aldir Blanc determinou uma verba federal a ser distribuída através dos estados para a trabalhadores da cultura e projetos culturais. Essa ação foi realizada ao longo de 2021 e 2022. Em 2023 a Lei Aldir Blanc foi renovada e ampliada para aumentar o acesso à cultura. Além desta iniciativa, quase todos os estados possuem programas próprios de incentivo à cultura, porém só o Estado de São Paulo possui edital específico para a publicação de quadrinhos.

Os estados que possuem editais ou programas de cultura (em qual-

quer área) são (clique no link do seu estado para visualizar):

- Acre <https://www.femcultura.ac.gov.br/editais/>
- Alagoas - site fora do ar
- Amapá - não possui editais
- Amazonas <https://editais.cultura.am.gov.br/>
- Bahia <https://siic.cultura.ba.gov.br/>
- Ceará <https://editais.cultura.ce.gov.br/>
- Distrito Federal <https://www.cultura.df.gov.br/editais-abertos/>
- Espírito Santo <https://secult.es.gov.br/>
- Goiás <https://www.cultura.go.gov.br/outros-sites-lateral/fundo-de-arte-e-cultura-de-goias.html>
- Maranhão <https://www.cultura.ma.gov.br/>
- Mato Grosso <https://www.secel.mt.gov.br/editais-cultura>
- Mato Grosso do Sul <https://www.fundacaodecultura.ms.gov.br/fundo-de-investimentos-culturais-de-mato-grosso-do-sul/>
- Minas Gerais <https://www.secult.mg.gov.br/documentos/fundo-estadual-de-cultura-fec>
- Pará <https://www.secult.pa.gov.br/editais>
- Paraíba <https://paraiba.pb.gov.br/diretas/secretaria-da-cultura>
- Paraná <https://www.cultura.pr.gov.br/>
- Pernambuco <http://www.cultura.pe.gov.br/>
- Piauí <http://www.cultura.pi.gov.br/editais/>
- Rio de Janeiro <http://cultura.rj.gov.br/>
- Rio Grande do Norte <http://www.cultura.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=12936&ACT=&PAGE=0&PAR-M=&LBL=Editais+Culturais>
- Rio Grande do Sul <https://cultura.rs.gov.br/editais-5d6412b4b809d>
- Rondônia - não possui editais
- Roraima - não possui editais

- Santa Catarina <https://www.cultura.sc.gov.br/editais-e-acoes/editais>
- São Paulo <https://www.proac.sp.gov.br/>
- Sergipe - não possui editais
- Tocantins <https://www.to.gov.br/sector/editais/1vavtrdpnugl>

Nos estados em que não haja editais de cultura ou de quadrinhos (mesmo que dentro da área de literatura), compete aos artistas se unirem e buscarem os deputados estaduais e exigirem um maior investimento em cultura.

## **Editais municipais**

É muito raro que municípios tenham editais de incentivo à cultura. É ainda mais raro que tenham editais com foco em publicação ou eventos de quadrinhos. Poucas das maiores cidades do país possuem editais de incentivo à cultura, como Rio de Janeiro, São Paulo e Campinas. Como 95% das cidades do Brasil têm menos de 100 mil habitantes, é pouco provável que os municípios venham a incentivar a produção de quadrinhos. No entanto, cidades de qualquer tamanho podem sediar ou promover feiras e encontros de quadrinistas. Novamente, os artistas interessados podem se unir e exigir dos vereadores a criação deste tipo de atividade.

# **DIVULGAÇÃO E** **MARKETING**

Marketing não é nenhum mistério. De uma maneira simples, qualquer atividade que você, autor, realize para encontrar e conversar com o público e possivelmente vender seus quadrinhos é uma ação de marketing. Até mesmo vender suas revistas no semáforo é uma ação de marketing. A ação de marketing menos eficiente que existe, mas é. O seu objetivo de marketing, portanto, é fazer contato e se relacionar com o maior número de pessoas possível, pelo menor custo e no menor tempo possível e vender toda a sua tiragem. É claro, atingir muitas pessoas pode exigir muito dinheiro. Mas na falta deste, muita criatividade.

A forma mais primitiva de pensar marketing é levar a mensagem de “compre meu quadrinho” para o maior número de pessoas. Isso pode ser atingido, por exemplo, instalando um outdoor enorme na avenida de maior movimento da sua cidade. Isso exige muito dinheiro e, mais importante, exibe sua mensagem para muitas pessoas que não estão nem remotamente interessadas em histórias em quadrinhos, nem nunca estarão. Neste caso você estaria pagando um bom dinheiro para incomodar muitas pessoas na esperança de encontrar algumas poucas interessadas na história que você tem para contar.

Sendo assim, a forma mais inteligente de pensar o marketing é encontrar as pessoas que tenham interesse em quadrinhos ou, mais importante, no tipo de história que você tem para contar e se relacionar com este grupo de pessoas. Relacionar-se não significa empurrar sua HQ na mão do leitor e fugir com o dinheiro. Significa se envolver, escutar, entender e, se for o caso, oferecer seus produtos. Obviamente, em uma feira de quadrinho, pessoas interessadas neste formato de publicação se reúnem. Em sites de quadrinhos também. Mas isso não necessariamente quer dizer um imediato sucesso de venda. O leitor precisa se sentir parte daquele universo e ter familiaridade com você ou seus títulos para comprar. Neste aspecto, é uma melhor atividade de marketing vender quadrinhos de terror na saída do cinema quando estreiar um filme de terror do que no semáforo, pois ali haverá muito mais pessoas interessadas no tema.

O leitor precisa se sentir envolvido com você, pessoalmente, ou com seus títulos, ou com suas personagens, para ficar à vontade de gastar seu suado dinheiro em suas histórias em quadrinhos.

## **Redes sociais**

Hoje existem muitas ferramentas baratas ou gratuitas para promover um encontro saudável com o seu leitor potencial, a começar pelas redes sociais. Esteja presente, converse com as pessoas, entenda como funciona o seu nicho de mercado e ofereça para o leitor a oportunidade de entrar no seu universo. Seja interessante, não apenas interessado. Conte suas histórias e mostre detalhes que estarão nas suas publicações.

Os algoritmos das redes sociais podem ser muito cruéis e espalhar muito pouco suas publicações, afinal é cobrando de você que eles ganham dinheiro. Mas, ao menos por enquanto, as redes privilegiam a regularidade das publicações, portanto insista e meça o seu crescimento. Tendo redes sociais ativas e regulares, mesmo que seja um pouquinho por dia ou semana, você já estará chamando a atenção das pessoas e, possivelmente, de leitores. Aproveite essas oportunidades para trocar amostras do seu trabalho com as pessoas em troca do e-mail ou do número de whatsapp ou telegram. Qualquer rede social pode desaparecer de uma hora para a outra, portanto, tenha o contato do seu leitor.

Fora das redes sociais, tudo o mais é uma questão de verba ou de criatividade. Lembre-se, você está procurando pessoas que estejam interessadas no que sua história conta no momento mais sensível para elas, por isso o exemplo da saída do cinema. Você também pode estar nos eventos relacionados ao seu tema, como eventos esportivos, encontros de determinadas categorias profissionais, ler suas histórias para crianças em escolas ou em espaços de recreação infantil, distribuir adesivos e marcadores de páginas em locais onde pessoas costumam parar para ler, como em cafés, por exemplo... Marketing eficiente é aquele que entende o público e oferece seus produtos no momento mais necessário.

Desta forma a sua conversa com o leitor pode ser tão fluida e tão gentil que sequer se parece com o marketing tradicional.

# Imprensa

Dentro da sua estratégia de marketing, você também deve se aproximar da mídia especializada em quadrinhos. Ali se encontram muitos leitores, editores e até apoiadores para um eventual catarse. O Brasil hoje já tem - ainda bem! - pessoas e empresas que se dedicam a discutir e divulgar o que está acontecendo no mercado. Estar em contato com essas pessoas e empresas é a atividade chamada assessoria de imprensa e consiste em ainda mais uma ferramenta de marketing gratuita. Basta boa vontade e criatividade.

Mas, atenção, alguns sites, blogs, podcasts, revistas tem linhas editoriais bastante específicas que você precisa conhecer antes de mandar o seu release. O site [bocadoinferno.com.br](http://bocadoinferno.com.br), por exemplo, é especializado em terror. Não adianta mandar o release do seu quadrinho de romance ou de alta fantasia que não será publicado e possivelmente chatear os editores.

## Sites sobre quadrinhos

Não são poucos os sites que se dedicam a falar sobre quadrinhos. Todos eles estão buscando gerar conteúdo interessante para atrair público. Para conseguir divulgação nestes sites, o seu conteúdo deve contribuir para despertar a curiosidade do leitor e reter sua atenção. Neste momento, você também pode ajudar os administradores do site a publicarem este conteúdo de forma mais fácil e rápida, portanto, é mais eficiente enviar ao editor do site um texto já pronto para publicação. Esse texto, no jargão do jornalismo, chama-se release. O melhor release é aquele que respeita a forma como o site organiza suas informações, portanto, conhecer a forma como o site escreve suas notícias ajuda muito. Enviar junto ao release boas imagens e/ou fotos do conteúdo que você quer ver publicado ajuda ainda mais.

Escrever um bom release requer conhecimento e prática. Mas basta ler algumas matérias do site para entender como isso é feito e se inspirar livremente. Não se esqueça de corrigir o português.

Estes sites costumam ter um e-mail ou formulário de contato justamente para o envio de releases e sugestões de pautas.

Veja aqui alguns exemplos de sites:

- Blog Gallerya <https://bloggallerya.com>
- Cabana do Leitor <https://cabanadoleitor.com.br>
- CosmoNerd <https://cosmonerd.com.br>
- Fala, Animal! <https://falaanimal.com.br>
- Jovem Nerd <https://jovemnerd.com.br>
- Legião dos Heróis <https://legiaodosherois.com.br>
- Mais QI Nerds <https://maisqinerds.com>
- MDM - Melhores do Mundo <https://melhoresdomundo.net>
- Minas Nerds <https://linktr.ee/minasnerds>
- Omelete <https://omelete.com.br>
- Pipoca e Nanquim <https://pipocaenanquim.com.br>
- Portal Refil <https://portalrefil.com.br>
- Revista O Grito <https://revistaogrito.com>
- Selo Multiversos <https://selo-multiversos.com.br>
- Tópico 42 <https://topico42.com.br>
- Torre de Vigilância <https://torredevigilancia.com>
- Universo HQ <https://universohq.com>

## **Influenciadores, críticos e profissionais**

Além desses sites terem todos perfis em redes sociais, muitas outras pessoas podem ser encontradas conversando sobre quadrinhos e incentivando a leitura. Esses influenciadores podem ser encontrados em diversas plataformas. No YouTube por exemplo, podem ser encontrados os seguintes canais:

- 2 Quadrinhos <https://youtube.com/@2quadrinhos>
- Central HQs <https://youtube.com/channel/UCT5pXCa8KPi->

[xHR9qcjmKHmw](#)

- Kitnet HQ <https://youtube.com/@kitineteHQ>
- Nerd All Stars <https://youtube.com/@NerdAllStars>
- Quadrinhos na Sarjeta <https://youtube.com/@QuadrinhosNaSarjeta>
- Só HQs <https://youtube.com/@sohqs>

Alguns perfis do Instagram/Twitter também são muito bons para chegar nos leitores:

- Central HQs [https://instagram.com/central\\_hqs](https://instagram.com/central_hqs)
- Cobertura Nerd <https://instagram.com/coberturanerd>
- Fora do Plástico <https://instagram.com/foradoplastico>
- Gibi Foda <https://twitter.com/gibifoda>
- Páginas Amarelas HQs <https://instagram.com/paginasamarelashqs>
- Quadrinho Popular <https://instagram.com/quadrinhopopular>

Ou mesmo podcasts sobre quadrinhos:

- AoQuadrado<sup>2</sup> <https://aoquadra.do>
- Confins do Universo <https://universohq.com/category/podcast>

É possível entrar em contato com esses influenciadores através das informações que estão disponíveis na descrição de suas páginas ou no comentário fixado dos vídeos e pedir para enviar um release ou combinar um valor para a divulgação.

Ao fazer contato com qualquer um desses sites, influenciadores e críticos, lembre-se que você estará falando com pessoas. O meio dos quadrinhos é pequeno e a forma como você fez contato com as pessoas poderá ser lembrada. Mesmo o maior site ou o maior youtuber são pessoas que amam quadrinhos, não são uma corporação sem face.

Seja gentil e paciente. Estamos todos remando juntos.



# DISTRIBUIÇÃO

O autor independente que tem obras físicas invariavelmente um dia precisará lidar com caixas e estoque. E perceberá que dar saída nos produtos, mesmo vendendo bastante em eventos e loja online própria, muitas vezes é cansativo e repetitivo.

Ao pensar nesta situação, os quadrinistas sempre esbarram nas duas principais barreiras: o baixo número de leitores no país e a inexistência de uma distribuição nacional eficiente. Não existe solução simples para resolver estes problemas, mas é possível analisá-los com atenção, observando as experiências anteriores de outros quadrinistas e grupos, e escolher o caminho que deseja seguir, seja como indivíduo, seja como coletivo.

As grandes distribuidoras de bancas de outrora, como a Chinaglia e Dinap, não possuem mais a importância de antes. Muitas editoras, como a Panini e JBC, por problemas do passado, passaram a ter uma distribuição própria. No caso de livrarias, existem algumas distribuidoras em atividade, caberia consultar com pequenas editoras quais são e como tem atuado.

## **A experiência do Quarto Mundo**

O Quarto Mundo foi um coletivo de quadrinistas independentes que existiu entre 2007 e 2012 e tentou se organizar para ajudar a resolver o problema da distribuição. O grupo era formado por quadrinistas e pequenos editores independentes de várias regiões do Brasil, apesar de São Paulo concentrar a maioria. O grupo incluía artistas de Curitiba, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Fortaleza, Recife, Belém do Pará, além de autores de cidades do interior de São Paulo. Dois modelos foram abordados durante a trajetória do grupo.

- **Trocas entre artistas:** Os artistas se encontravam em eventos, trocavam suas publicações, garantindo assim que suas revistas chegassem a outras cidades e estados. Exemplo: O autor “A” de São Paulo, tinha uma revista que custava 3 reais. O Autor “B” de Curitiba tinha uma revista que custava 5 reais. Autor “A” trocava 10 revistas num total de 30 reais, Autor “B” entregava 6 revistas dele

para o mesmo valor de 30 reais. É preciso compreender que este era um outro momento em que ainda não existia sequer o conceito de Artists Alley, então os autores ou se juntavam para estar presentes em grandes eventos como FIQ ou Fest Comix, ou participavam de pequenas feiras que não eram exatamente de HQs. Porém, todos passavam a ter os quadrinhos de todos e indo aos mesmos eventos, ou então tinham as mesmas lojas como destino para tentar distribuir, logo o modelo se mostrou inviável.

• **Distribuição clássica, através dos autores presentes em cada cidade:** Neste segundo modelo, um autor “A” que era de São Paulo assumia a distribuição dos títulos do coletivo em São Paulo, levando para lojas, eventos da cidade, etc. O autor “B” em Curitiba assumia isso em sua cidade, assim como o autor “C” em Belo Horizonte o mesmo, e assim por diante com autores assumindo voluntariamente a operação em cada cidade. A partir de grandes eventos, ou se utilizando do correio, os autores deixavam os quadrinhos com cada distribuidor, para que ele levasse até lojas e eventos e prestasse contas posteriormente. O modelo previa uma porcentagem para o autor que se voluntariava a distribuir, já que essa operação acarreta custos de transporte, telefônicos para cobranças das lojas, de impressão para relatórios para as lojas, etc. Descontada a porcentagem do distribuidor e a porcentagem da loja, o valor seria pago aos autores/editores da respectiva obra. Neste caso, o problema se tornou obter os pagamentos das lojas, pois muitas fecharam sem prestar contas, às vezes até mesmo sem devolver o material distribuído em consignação. Como os artistas costumam ter problemas em cobrar constantemente, já que acabam acumulando funções, praticamente apenas os artistas de São Paulo faziam acertos anuais, muito mais vinculados a eventos do que as lojas.

## **Distribuição direta para gibiterias, lojas e livrarias**

Uma opção para aumentar esse fluxo é oferecer suas obras para as livrarias e gibiterias brasileiras e deixar suas obras para serem vendidas lá. Ao colocar um preço em sua publicação, já preveja que na distribuição perderá de 30% a 60% deste valor.

Há dois sistemas costumeiramente utilizados para isso:

- **Consignação:** Descontando uma porcentagem do valor de capa da publicação. A consignação é um sistema de venda onde o ponto de venda fica com valores que variam entre 30% a 60% do valor de venda do livro. Apesar do formato ser bastante atrativo, tirando boa parte da responsabilidade do artista, ainda o gargalo é a falta de constância das lojas nos acertos das vendas. Assim como a renda do quadrinista é escassa, o lucro das pequenas giberias também é, o que torna os acertos com os autores uma luta contra o valor em caixa, os salários dos funcionários e as outras contas do local. Se optar por deixar suas obras à venda neste sistema, tenha um contato mais próximo com os donos das lojas e converse sobre o formato e constância dos acertos, além de valores mínimos.
- **Venda direta:** A loja compra os livros, com um desconto que varia entre 50% a 60%, com prazos de pagamentos que variam entre 30 a 90 dias. Neste sistema a loja não precisa mais prestar contas ao artista/editor, pois já comprou a publicação dele.

Lista de algumas lojas de quadrinhos do país

- Comix (São Paulo/SP) <https://www.comix.com.br>
- Ugra (São Paulo/SP): <https://www.ugrapress.com.br>
- Mostra (São Paulo/SP): <https://lojamonstra.com.br>
- Comic Boom (São Paulo/SP): <https://comicboom.com.br>
- Itiban (Curitiba/PR): <https://www.itibancomicshop.com.br>
- Comic House (João Pessoa/PB): <https://www.comichouse.com.br>

## Distribuição por marketplaces

Atualmente a Amazon é o maior ponto de venda de livros no Brasil, sendo uma loja e plataforma de venda totalmente virtual. Algumas editoras inclusive fazem produtos exclusivos para eles, vendendo uma parte considerável da tiragem diretamente por essa estrutura colossal de venda e entrega.

Porém é importante lembrar que a empresa chegou no Brasil de forma agressiva e sua atitude predatória causou o fim de diversas pequenas

livrarias e bancas por todo o país.

## ***Opções dentro do marketplace***

Há pelo menos três formas de se trabalhar com grandes marketplaces. Vamos utilizar a Amazon como exemplo, mas no Brasil temos outros grandes como Magazine Luiza, Casas Bahia, Ponto Frio e afins que hoje também distribuem livros e quadrinhos.

- **Venda direta (Amazon):** É necessário gerar nota fiscal de comércio. A comissão para eles é em média de 55%. No caso da Amazon, é preciso entregar os produtos diretamente no depósito em Cajamar;
- **Venda direta por distribuidora:** A distribuidora ficará encarregada de fazer o processo acima e também obterá uma comissão sobre a venda;
- **Marketplace direto:** Já faz alguns anos que qualquer pessoa física pode criar uma loja dentro do marketplace da Amazon e oferecer seus produtos. O oferecimento desses produtos dentro da busca do site pelos clientes é praticamente invisível e as taxas são altas, mas é uma opção de local de venda para quem desejar dar maior credibilidade à sua loja, já que nem todos clientes confiam na segurança das lojas dos próprios autores.

## **Formas de viabilizar a distribuição**

- **Worney:** São Paulo conta com a heróica presença do Worney, que faz a distribuição de maneira informal, para Comic Shops, algumas bancas grandes e outros pontos de venda. Tirando a porcentagem da loja e do trabalho do Worney, volta para o autor/editora 50% do valor de capa do livro. Lembrando que ele faz essa distribuição através de consignação. Mesmo assim consegue periodicamente fazer acertos para os autores e editoras. Estes acertos dependem da possibilidade de venda do material consignado, mas ele costuma realizar os acertos mesmo que apenas um quadrinho tenha sido vendido, com a prestação de contas enviada por e-mail.

- **Devir:** A Devir voltou ao jogo para distribuir pequenas editoras e autores independentes. Eles tem uma rede de lojas cadastradas no Brasil todo. Neste caso, o autor cadastra o seu produto seguindo os procedimentos deles e a Devir oferece os livros e revistas para essas lojas. Caso alguma loja faça pedidos do seu produto, você precisa entregar diretamente na Devir e eles enviam para a loja em questão. O sistema é através de venda, então retirada a porcentagem de 50% do preço de capa, você terá a certeza do pagamento daquele pedido, diferente da consignação.
- **Editora Hyperion:** Esta editora vem tentando modelos alternativos de distribuição de seus produtos, mapeando lojas e criando distribuidores locais que participam de eventos com os livros. Algumas pequenas editoras e autores independentes já tiveram acesso a esses grupos, para oferecer seus produtos. É preciso entrar em contato para se inteirar do funcionamento do sistema.
- **Editora Skript:** Esta editora distribui alguns independentes para o sistema da Amazon. Como a Amazon já fica com 55% do preço de capa e a Skript precisa emitir nota, além de toda a operação para oferecer o produto, ao final ela paga 30% do valor de capa para o editor ou autor independente.

# **DIREITOS AUTORAIS**

O legado de um quadrinista é deixado através de sua obra, ou seja, cada uma de suas publicações o representará no futuro. No Brasil, toda a obra de um artista é protegida pela Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 98, Lei de Direitos Autorais.

É bastante recomendado que os autores tenham conhecimento dos seus direitos e exijam que sejam respeitados seus direitos em suas obras, entrando com medidas extraoficiais ou mesmo legais em caso de necessidade.

Uma observação importante antes de continuarmos: no momento de publicação deste material, pelo menos três Projetos de Lei estão em andamento e podem alterar elementos da LDA, conforme descritos nesse texto. Portanto, ele pode estar em desacordo com detalhes específicos que estas mudanças podem causar. A quem interessar estar sempre atualizado, recomendamos a leitura do texto completo. Para isso, acesse: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19610.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm).

## **A lei brasileira de direitos autorais**

No texto, o autor é definido como uma pessoa física responsável pela criação de uma obra literária, artística ou científica. Portanto, qualquer outro tipo de entidade, como uma empresa ou inteligência artificial, não se enquadra nessa lei. Assim, o criador de uma obra de história em quadrinhos (HQ), por exemplo, é considerado o autor desta história em quadrinhos.

Porém também existem obras criadas coletivamente. Nestes casos, destacamos as duas categorias de autoria:

1. Os quadrinistas que criam uma HQ juntos são considerados coautores desta obra. Isso se aplica, por exemplo, quando um artista escreveu o roteiro e outro desenhou as páginas na mesma

HQ. Desta forma, os direitos de todos envolvidos são iguais perante esta obra. Nenhum dos coautores pode tomar decisões individualmente, como autorizar uma publicação, sem o consentimento dos demais, por exemplo.

2. Outra situação é a obra coletiva. Neste caso, cada autor é responsável por sua parte da HQ e um organizador coordena a reunião das partes para formar o todo. Embora esse formato pareça mais adequado para as coletâneas e antologias, não há impedimento para que uma HQ com roteirista, desenhista, colorista, etc, possa se comportar dessa forma também.

Em qualquer uma das categorias, é sempre recomendado especificar em contrato a parte de cada envolvido. E é importante lembrar que revisores, editores, auxiliares e demais atores paralelos na criação da obra não são considerados coautores.

O que chamamos de direito autoral na verdade inclui dois tipos de direitos que são importantes para um quadrinista conhecer:

**1. Direitos morais:** o quadrinista tem o direito de ser reconhecido como autor da HQ que criou e receber os créditos por ela (ou seja, ter seu nome indicado na obra), sem que se possa alterá-la, a não ser que este quadrinista autorize.

**2. Direitos patrimoniais:** o quadrinista tem o direito de negociar o uso comercial da sua HQ, ou seja, pode negociar seus direitos patrimoniais. Isso inclui: distribuição de uma HQ por uma editora, adaptação de uma HQ para o cinema, utilização de uma tirinha num livro didático, utilização de uma charge por um jornal etc. Portanto para todos os usos é necessária uma autorização dos autores através de uma negociação dos direitos patrimoniais. A pessoa ou empresa que tem os direitos patrimoniais de uma HQ é chamada de titular.

Assim, o direito patrimonial pode ser negociado e transferido, o direito moral, não. E, apesar de ser comum o medo dos autores de perder direitos sobre as suas obras, não é necessário fazer nenhum registro para proteger suas HQs.

No direito autoral, a partir do momento que você expressa suas

ideias, elas se tornam obras e são automaticamente protegidas. Na prática, publicar uma tirinha feita por você no seu Instagram já é uma forma de provar que você é autor dela. Se você conseguir provar que publicou primeiro, você é o autor.

Vale dizer também que uma HQ precisa ser original, ou seja, não ser cópia de outra obra, e expressa, ou seja, sair de alguma forma do campo das ideias para ser protegida, como uma publicação qualquer que seja. Ideias não concretizadas não podem ser protegidas.

Porém, se ainda assim quiser registrar sua obra, é possível fazê-lo na Fundação Biblioteca Nacional. Mesmo não sendo obrigatória, é uma forma transparente e sigilosa de registrar suas criações. O processo, bem como acesso a tabela de preços para este serviço, pode ser feito pela Internet neste link: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/registrar-ou-a-verbar-direitos-autorais-na-biblioteca-nacional>.

## **Domínio público e a proteção do direito autoral**

O tempo de proteção de uma obra é observado em 1º de janeiro do ano seguinte aos setenta anos do falecimento do autor. Nesta data, sua obra entrará em domínio público. Todos os ganhos financeiros provenientes de suas criações deixarão de pertencer aos seus herdeiros e passarão a ser de uso público. Isso permite que editoras publiquem as HQs de um criador falecido sem a necessidade de termos de licença com os representantes do direito patrimonial daquela obra ou de pagar *royalties* aos seus herdeiros, por exemplo.

Da mesma forma, são permitidas adaptações de livros em domínio público para HQs, sem a necessidade de nenhuma autorização. Mas é preciso cuidado, pois outras adaptações de obras que entram em domínio público têm direitos conexos, ou seja, direitos autorais próprios. O que significa que uma adaptação de “Dom Casmurro” para o cinema é considerada uma nova obra. Uma adaptação deste livro deve apenas utilizar material oriundo da obra original, caso contrário poderá estar infringindo os direitos autorais de outrem.



# O bloqueio do Copyright

Além dos direitos autorais, a proteção de marcas também pode atuar sobre as figuras visuais nas HQs, o chamado *copyright*. Um mesmo personagem pode ser representado tanto por uma imagem gráfica quanto por uma marca. Desta maneira, personagens visuais criados através das HQs podem ser amparados por diversos sistemas de propriedade intelectual, desde que atendam a certos requisitos. No entanto, é preciso atentar para as especificidades de cada sistema.

Os direitos autorais têm um prazo de validade limitado, já as marcas podem ser renovadas indefinidamente. Isto permite que os diversos mecanismos de proteção evitem que personagens visuais caiam em domínio público.

Por exemplo, o personagem Mickey teve recentemente sua primeira versão, do filme “Steamboat Willie”, tornada domínio público nos Estados Unidos. Porém ele ainda é uma marca registrada pela Walt Disney Company através de seu logotipo e de outros registros comerciais. Assim, mesmo o seu desenho podendo ser livremente utilizado como um personagem de obras diversas, há uma série de restrições causadas pela marca registrada Mickey, que é propriedade da empresa.

## Creative Commons

O Creative Commons (CC) é uma organização mundial sem fins lucrativos que visa promover o compartilhamento do conhecimento e da criatividade como forma de transformação social.

O Creative Commons se notabilizou mundialmente pelas suas licenças de direito autoral, que ajudam: 1) aqueles que buscam incentivar a reutilização de suas obras, oferecendo-as para uso público sob condições generosas e padronizadas; aqueles que querem fazer usos criativos de obras alheias; e 2) aqueles que desejam se beneficiar dessa simbiose. A nossa visão é ajudar as pessoas a realizarem o potencial máximo da internet.

O Creative Commons não é contra a existência de direitos autorais. As licenças CC são licenças de direito autoral e dependem da existência

do sistema de proteção autoral para funcionarem. As licenças CC são ferramentas jurídicas que criadores e outros detentores de direitos podem utilizar para oferecer determinados direitos de uso ao público, reservando outros para si. Aqueles que desejam disponibilizar suas obras ao público para determinados tipos de uso, preservando alguns de seus direitos autorais, podem considerar a utilização de licenças CC. Pessoas que querem reservar todos os seus direitos estipulados pela legislação de direitos autorais não devem usar licenças CC.

As licenças Creative Commons oferecem uma forma fácil de gerenciar os termos de direito autoral que se aplicam automaticamente a todos os materiais criativos sob proteção autoral. Suas licenças permitem que um material seja compartilhado e reutilizado em termos flexíveis e juridicamente seguros. O projeto Creative Commons oferece um conjunto central de seis licenças de direito autoral. Por não existir uma “licença Creative Commons” única, é importante identificar qual das seis licenças você está aplicando ao seu material e qual delas foi adotada no material que você pretende utilizar – e, em ambos os casos, qual a versão específica da licença usada

Todas as licenças exigem que os usuários deem a atribuição (BY) ao criador quando o seu material é usado e compartilhado. Alguns licenciantes escolhem a licença BY, que exige a atribuição ao criador como a única condição para a reutilização do material. As outras cinco licenças combinam Atribuição (BY) com um ou mais dos três elementos de licença adicionais: Não Comercial (NC), que proíbe o uso comercial do material; Sem Derivações (ND), que proíbe o compartilhamento de alterações do material; e Compartilhar Igual (SA), que exige que as obras derivadas do material sejam lançadas sob a mesma licença.

Este artigo resume os principais pontos sobre a organização e suas licenças. Saiba mais lendo a página de perguntas frequentes do site <https://br.creativecommons.net/faq/>.

# **PRÊMIOS PARA SUAS OBRAS CONCORREREM**

Existem algumas premiações que agraciam a produção de quadrinhos do Brasil e que, ano a ano, tentam premiar o que de melhor foi produzido no ano anterior. É importante destacar, porém, que premiações são avaliações subjetivas, geralmente se preocupando em premiar aquilo que o mercado ofereceu e não uma representação fiel das melhores obras de uma mídia tão vasta e prolífica em um país como o nosso.

Assim, considerando suas contradições e idiossincrasias, esses prêmios devem ser respeitados e criticados na medida que couberem pelas suas opções de júri, categorias, selecionados e vencedores, para que a cada edição representem melhor a cena nacional, mesmo que nunca perfeitamente.

## **Troféu HQMIX**

O prêmio mais consolidado do mercado de quadrinhos brasileiro, criado em 1989. É um prêmio de mercado e busca avaliar toda a produção de quadrinhos do ano anterior, sendo produtos nacionais ou internacionais. Isso deixa algumas categorias confusas, mas a intenção da organização é apresentar aquilo que foi exposto ao leitor nas bancas. Isso porque o prêmio foi criado na época em que grandes editoras como Abril e Globo enchiam as bancas brasileiras com os mais diversos materiais.

Outra característica importante é que o júri é composto exclusivamente de profissionais do mercado. Ou seja, será uma avaliação entre pares, mas também uma avaliação de gente que entende minimamente da parte artística e/ou produtiva do quadrinho.

Há alguns anos, após muitas e muitas edições sofrendo para cobrir toda a produção do ano anterior no país todo, o prêmio abriu inscrições pagas, trazendo maiores chances para os interessados em concorrer. Uma vez devidamente inscrita uma obra ou um artista, um júri técnico avaliará e selecionará os finalistas em cada uma das categorias.

Ao final, os vencedores são escolhidos dentre finalistas pelos profissionais do meio, sejam autores, editores ou mídia especializada.

## **Troféu Angelo Agostini**

O prêmio mais antigo do mercado de quadrinhos brasileiro, criado em 1986 pela Associação dos Quadrinhistas e Caricaturistas do Estado de São Paulo (AQC-ESP), em homenagem a Angelo Agostini, considerado por muitos anos o primeiro quadrinista brasileiro. A premiação tem como objetivo reconhecer e valorizar os profissionais e obras de destaque no universo dos quadrinhos, incluindo roteiristas, desenhistas, editores e outras categorias.

A cerimônia de entrega do Troféu Angelo Agostini acontece anualmente, geralmente em dezembro, e é um momento importante para os quadrinistas e apreciadores dos quadrinhos no Brasil. Além da premiação das diversas categorias, o evento também conta com exposições, debates e outras atividades relacionadas ao universo dos quadrinhos.

O seu formato de premiação é formado por uma seleção inicial pelo júri e depois os vencedores são escolhidos através de uma votação aberta ao público .

## **Prêmio Jabuti**

Um dos prêmios literários mais prestigiados do Brasil, sendo concedido pela Câmara Brasileira do Livro desde 1959. Desde 2018, o prêmio passou a contemplar também as categorias de quadrinhos, apesar de anteriormente já ter premiado histórias em quadrinhos em outras categorias.

O valor de inscrição infelizmente é proibitivo para a maioria dos autores, custando algumas centenas de reais. Por isso é comum que apenas editoras de grande porte inscrevam nele suas obras. Porém o troféu, por já ser amplamente conhecido no país, talvez seja o que dá maior notoriedade fora do mercado de quadrinhos

## **Prêmio Adolfo Aizen.**

A Fundação Biblioteca Nacional coordena o Prêmio Literário

Biblioteca Nacional, que é considerado um dos mais importantes do Brasil, celebrando 30 anos em 2024. Atualmente, é dividido em doze categorias: Poesia (Prêmio Alphonsus de Guimaraens), Romance (Prêmio Machado de Assis), Conto (Prêmio Clarice Lispector), Tradução (Prêmio Paulo Rónai), Ensaio Social (Prêmio Sérgio Buarque de Holanda), Ensaio Literário (Prêmio Mario de Andrade), Projeto Gráfico (Prêmio Aloísio Magalhães), Literatura Infantil (Prêmio Sylvia Orthof), Literatura Juvenil (Prêmio Glória Pondé), Histórias de Tradição Oral (Prêmio Akuli), Histórias em Quadrinhos (Prêmio Adolfo Aizen), Ilustração (nome em definição). A premiação é de R\$ 30 mil por categoria. Os resultados são divulgados no Diário Oficial da União e no portal da Biblioteca Nacional.

## **Prêmio Le Blanc**

O prêmio é organizado por integrantes do Programa de Pós-Graduação em Mídias Criativas, sediado na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e da Universidade Veiga de Almeida. É concedido a trabalhos nacionais nas áreas de literatura fantástica, animação, quadrinhos e jogos eletrônicos. O nome do prêmio presta homenagem ao artista haitiano André LeBlanc, que viveu e trabalhou por muitos anos tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos.

Ambas as instituições envolvidas são responsáveis também pela Semana Internacional de Quadrinhos (SIQ), um evento acadêmico sobre quadrinhos da UFRJ que é tradicionalmente palco da cerimônia de entrega dos troféus.

A escolha dos vencedores ocorre em duas etapas: em primeiro lugar, o público vota para selecionar os três finalistas de cada categoria. Em seguida, estes finalistas são avaliados por um júri técnico, que determina o vencedor de cada categoria. São aceitas indicações de obras lançadas entre 1º de janeiro e 31 de dezembro do ano anterior ao do prêmio, desde que sejam pertinentes à categoria.

## **Prêmio Grampo**

O Prêmio Grampo de Grandes HQs, também conhecido como Prêmio Grampo, é uma premiação anual de quadrinhos que busca selecionar os melhores títulos publicados no Brasil. É considerado um dos

prêmios mais relevantes no mercado brasileiro de quadrinhos e foi criado pelo jornalista Ramon Vitral e pelo editor Lielson Zeni em 2015, com a primeira edição ocorrendo no ano seguinte. Desde a segunda edição, a professora e tradutora Maria Clara Carneiro integra a organização. A inspiração para o prêmio veio das listas de “melhores do ano” criadas pelo jornalista Têlio Navega em seu blog Gibizada, a partir de rankings elaborados por pessoas ligadas à cena brasileira de quadrinhos.

Para escolher os três primeiros colocados, 20 jurados convidados entre quadrinistas, editores, jornalistas, pesquisadores e empresários ligados ao mercado brasileiro de quadrinhos elaboram listas individuais com 10 títulos em ordem de preferência.

São elegíveis ao prêmio todas as HQs, nacionais ou estrangeiras, independentes ou publicadas por editora, desde que sejam inéditas no país. Já as republicações são permitidas apenas se em novo formato ou tradução. Os vencedores são divulgados no início de cada ano. Além do resultado das três obras mais bem colocadas, também é apresentado o “top 20” e o ranking individual de cada jurado.

## **Prêmio ABERST**

Esta premiação criada em 2018, originalmente apenas para literatura, mas hoje contemplando também as histórias em quadrinhos, é organizado pela Associação Brasileira dos Escritores de Romance Policial, Suspense e Terror.

As categorias são: Narrativa curta de terror; Narrativa curta ficção de crime; Narrativa curta suspense (thriller); Narrativa longa de terror; Narrativa longa ficção de crime; Narrativa longa suspense (thriller); Narrativa infanto-juvenil/jovem adulto, Quadrinhos de crime ou terror; Projeto gráfico; Narrativa curta século 21; e Narrativa longa século 21.

Os competidores passam por 4 fases de avaliação, onde as melhores obras vão sendo selecionadas através de jurados que não podem ser relacionados às obras e o vencedor é escolhido entre uma dupla de finalistas.

# **Prêmio Odisséia de Literatura Fantástica**

Esta premiação tem como objetivo dar destaque e visibilidade à produção literária de escritores de língua portuguesa nos gêneros fantasia, horror e ficção científica, incentivando a leitura e a produção escrita, além de colaborar para uma efetiva divulgação das obras desses autores. O prêmio será concedido na modalidade crítica por um grupo de jurados.

Os concorrentes poderão se inscrever em 10 categorias, que incluem também histórias em quadrinhos.

# **IA - INTELIGÊNCIA** **ARTIFICIAL**

Desde que as ferramentas Dall-E versão 1 (5 de janeiro de 2021), Midjourney versão open beta, (12 de julho de 2022) e Chat-GPT versão 3 (30 de novembro de 2022) se tornaram públicas e, de certa forma, gratuitas, os ânimos se exaltaram tanto entre os entusiastas quanto aos incautos.

Estas ferramentas facilitaram o processo de transpor uma descrição em texto para imagem, áudio ou vídeo ou mesmo uma série de textos maiores. Mas será que esse processo é saudável para o sistema em que vivemos?

## **Inteligência artificial de antigamente**

Até muito recentemente, as IAs eram programadas para servirem a algum propósito específico. Elas analisam entradas e geram saídas conforme uma regra bastante específica, com parâmetros estritamente definidos e uma lista de resultados esperados. Mesmo em sua geração seguinte, já utilizando as redes neurais, a lógica era basicamente a mesma, onde os resultados eram avaliados de forma positiva ou negativa e assim melhorando cada vez mais o resultado obtido na operação.

## **Inteligência artificial generativa**

Este tipo de IA mais recente, chamado também de LLM (large language model ou grande modelo de linguagem em português) funciona em duas etapas.

Na primeira, ocorre a obtenção, tratamento e interpretação de um grande banco de dados, muitas vezes com registros extraídos de forma



não autorizada, dentre textos e imagens, incluindo mais recentemente também também áudios e vídeos.

Na segunda, ocorre a mistura destes conteúdos para gerar um novo produto atendendo à solicitação do usuário. Através de vários ciclos num processo chamado de GAN (generative adversarial network ou redes adversárias generativas em português), onde os resultados são confrontados até se obter um resultado que seja tratado como satisfatório pela rede e devolvida para a saída do processo.

## **A questão da ética**

A primeira crítica a essas IAs são as origens de seus bancos de dados. Muitas dessas ferramentas foram desenvolvidas inicialmente em laboratórios de pesquisas sobre IA, sem nenhuma preocupação com o uso comercial delas. Porém, para citar um exemplo, uma vez utilizada uma imagem da internet dentro de uma base dessas IAs, é praticamente impossível desassociá-la delas. Assim, ao gerar uma imagem com o Midjourney, muitas vezes ele utilizará partes de imagens que encontrou na internet para compor uma outra, copiando estilos de artistas, pedaços de fotos e outros conteúdos que nunca foram cedidas ou licenciadas para este uso.

Outro ponto é que essas ferramentas geradoras de imagens acabam tomando trabalhos de profissionais especializados, estes que muitas vezes tiveram seus trabalhos inadvertidamente utilizados dentro de suas bases. Chamar de “arte” algo que apenas é capaz de fazer espremer bytes e criar amálgamas de diversos estilos diferentes, muitas vezes não conseguindo entregar o número correto de dedos de uma pessoa ou a forma que se segura um objeto, mostrando uma falsa representação da realidade, é um absurdo sem tamanho. Estas máquinas não são capazes de aprender da forma que nós humanos aprendemos. Elas tentam entender um conteúdo e criam cópias baseadas nisso.

Outra problemática no meio é o uso de nomes de artistas já falecidos e suas obras feitas em vida para criar produtos estranhos que “eles poderiam ter criado em vida”. O que é quase tão desrespeitoso quanto violar seus túmulos.

# **A questão do progresso tecnológico**

Ainda que o progresso tecnológico seja inevitável e que sempre surgirão novas formas de simplificar e melhorar processos, sejam no dia-a-dia das pessoas, sejam com objetivos mercadológicos, ainda é preciso defender que estas evoluções sejam feitas dentro de um sistema justo e que respeite as pessoas e suas obras.

Que avancem as máquinas, mas sem atropelar de forma cruel as pessoas e seu sustento.

# **EVENTOS DE** **QUADRINHOS**

A popularização dos eventos de cultura pop tornaram mais comuns os espaços para promoção de histórias em quadrinhos, onde muitas vezes são disponibilizadas mesas para que artistas possam expor e vender seus trabalhos.

## **Seja um visitante na primeira vez**

O quadrinista, antes de produtor, precisa ler e conhecer melhor a mídia. Assim, antes de participar de eventos como expositor, seja um visitante. Observe a organização dos eventos, das mesas, converse com os artistas. Se achar interessante, leve cartões de visita, produza algum zine ou obra simples e distribua para os autores que admira e se faça conhecer.

O trabalho em eventos de quadrinhos é sempre desgastante, mesmo que ao lado de bons amigos ou tendo auxiliares, por isso ter uma experiência positiva nos primeiros eventos é importante.

## **Encontrando outros quadrinistas**

Estando no evento, não deixe de se apresentar aos quadrinistas que você já conhece pela internet. Se já interagiram online anteriormente, se apresente indicando o seu nome público e a plataforma por onde conversaram. Pode acontecer do expositor não se lembrar naquele momento, por cansaço ou por excesso de pessoas que conhece, por isso não se chateie.

Caso nunca tenham se falado, apresente seu trabalho, converse sobre carreira e outros tópicos que couberem. Deixe um contato ou obra para que o expositor possa entrar em contato posteriormente.

O mercado de quadrinhos nacional é pequeno e muitos dos autores se conhecem, para o bem e para o mal. Então faça valer cada conexão, para aprender, para crescer e se divertir também.

## **Portfólio de artista**

Não tem ainda um local com seu perfil de autor? Volte dez casas!

Todo artista precisa de uma página onde informações sobre a sua vida e carreira estejam dispostas de forma clara, aliadas com um portfólio mínimo de suas produções, capacidades profissionais, premiações e o que mais achar cabível. Porém não torne sua página uma longa e cansativa biografia. Traga as informações interessantes e necessárias, mas de forma sucinta.

Esta página será solicitada muitas vezes durante as inscrições em eventos de quadrinhos, então tente colocar estas informações agrupadas para aumentar suas chances de ser selecionado.

Sites agregadores de links como o [linktr.ee](https://linktr.ee), apontando para suas redes sociais e portfólio, podem ser uma boa opção.

A seguir, algumas dicas valiosas para construção da sua página de portfólio para enviar com as suas inscrições em eventos:

- Fotos são registros importantes. Tenha pelo menos uma boa foto sua com mesa em algum evento para mostrar como você expõe e como costuma se portar.
- Instagram é para leitores e fãs, mas não é portfólio, pois muitas informações ficam dispersas. Tire um tempo para construir uma página com textos sobre você, sua carreira e imagens dos seus melhores e mais recentes trabalhos.
- A sua loja virtual pode servir para mostrar os produtos que você vende, mas não quem você é. Só envie o link da sua loja se houver um campo específico para isso na inscrição.
- Suas obras mais importantes, mais recentes e os próximos lançamentos devem ter destaque. Mostre a capa e também alguma página interna.

- Uma lista dos outros eventos que você já participou pode ser uma ótima forma de valorizar sua carreira e mostrar o seu nível de autoridade como autor ou autora.
- Por fim, como sempre, valorize suas conquistas e não se menospreze nos seus textos. Liste prêmios, indicações, editais, verbas públicas, tudo que possa mostrar que você teve algum destaque frente a outros inscritos em outras situações. Muita gente menos capacitada e menos talentosa não terá pudor em se supervalorizar. Então valorize as suas próprias vitórias.

## Inscrição

Leia atentamente as regras ou o manual de inscrição. Após a leitura, certifique-se de que não levará produtos que não se encaixam nas regras do evento.

Também tenha em mente se o custo da inscrição, quando houver, é justo e se você conseguirá obter lucro sobre o que pagará adiantado. Não se inscreva em qualquer evento só para estar presente, isso é um erro comum de quem está começando. Existem muitas furadas de organizadores de eventos fracassados desde o início, então fique atento para não cair em armadilhas e perder dinheiro por besteira.

Por fim, após a aprovação, não esqueça de ler atentamente o manual ou as informações do organizador para saber o que você terá de estrutura no evento, como mesas, cadeiras, toalha de mesa, identificação, ponto de tomada e sua voltagem adequada, etc, além das regras de produtos que podem ser expostos e regras de uso do local do evento.

## Entre aprovados e não aprovados

Eventos maiores, como a CCXP, tem espaços grandes para expositores, mas ainda assim limitados e bastante disputados. Logo, sempre que saem os resultados de quem entrou ou não naquele ano no evento da vez, a alegria dos aprovados sempre vai fazer doer em quem ficou de fora. Gera dúvidas da idoneidade da seleção, dos critérios de avaliação, se há panelinhas e preconceitos embutidos além do que está no regulamento. Enfim, reclamações diversas.

É normal se sentir rejeitado, mas se comporte de forma profissional nessas situações. Pergunte em privado aos colegas aprovados como eles fizeram a inscrição e qual foi a abordagem utilizada. Muitas vezes o erro é muito mais na forma que o artista se apresentou na inscrição e como descreveu a sua carreira e obras do que preferências pessoais do júri seletor.

Acima de tudo, não deixe que a não seleção defina se você é ou não um artista digno e de qualidade. Você é o que produz como artista, não quais eventos está presente.

## O que levar?

Foi selecionado para o evento, mas não faz ideia do que levar? Não tem problema, vamos aos itens obrigatórios:

- Seus produtos;
- Canetas para autógrafo;
- Cartões de visita com seu contato;
- Pelo menos R\$ 100,00 em notas de 2, 5, 10 e 20 reais para troco;
- Forma fácil de informar o seu PIX, preferencialmente um QR Code impresso;
- Alguma forma de receber pagamentos por cartão, nem que seja apenas o aplicativo que faz cobrança em cartão de crédito;

Agora alguns itens opcionais para melhorar sua experiência:

- Toalha de mesa;
- Suportes para exposição de livro;
- Máquina de cartão;
- Carregadores de celular e bateria portátil (power bank);
- Extensão, carregadores e adaptadores para tomadas;
- Banner e suporte para banner;
- Fitas adesivas e tesoura;

- Sacolas plásticas;
- Suportes para verticalização da mesa;
- Caderno ou planilha para controle de vendas;
- Bloco de notas para uso geral;
- Caneta esferográfica para uso geral;
- Calculadora grande;
- Álcool gel para higienização das mãos;
- Carrinho de transporte desmontável para caixas pesadas;

## **Sobre os produtos**

Quando se fala em produto para eventos, geralmente estamos nos referindo às histórias em quadrinhos. Mas também existem outras formas de vender seu trabalho através de produtos associados, ou seja, algum adesivo, chaveiro, etc, que tenha relação direta com a obra em lançamento ou ao artista.

Para calcular quantos volumes levar de cada produto, observe quais são as mais vendidas. Separe um número comparável ao vendido em outras feiras similares e acrescente 20% de margem de erro. Caso não tenha experiência prévia, leve de 20 a 30 exemplares dos mais vendidos e 5 de cada para feiras pequenas. Sempre lembrando que a expectativa de venda deve superar os custos de participação do evento. Mais informações sobre isso nos próximos tópicos.

É recomendado ter um estoque de reposição em algum lugar de fácil acesso ou com alguém de confiança, caso as vendas superem muito as expectativas.

## **Combos, brindes e promoções**

Existe um gatilho psicológico para todos os seres humanos que diminui a dor do gasto financeiro se a recompensa parecer uma oportunidade única ou de múltiplas aquisições por apenas um valor.

Ao pensar nos produtos que trará ao evento, pense também nas

margens de lucro e descontos possíveis em cada item. Muitas vezes um visitante se interessa por um produto mais barato, querendo investir menos, mas ao ser oferecido um conjunto de produtos por um preço sugestivo, ou mesmo aquele produto de menor valor entrar como brinde na compra de outro produto, o visitante acaba convencido.

## **Montando a sua mesa**

Primeiramente, pense nos variados públicos que podem interagir com você e quanto cada um teria para gastar em sua mesa. Ter produtos com valores menores e outros mais caros ajuda você a balancear as vendas. No final, mesmo com poucas vendas, pode compensar com os produtos mais caros. Ou em eventos com várias vendas de produtos baratos, equilibrar a conta. Com o tempo, esta habilidade de saber o quanto levar de cada coisa em cada evento vai se aperfeiçoando.

Outra parte importante é montar sua mesa de forma que ela chame a atenção dos transeuntes. Imagine-se olhando sua mesa de longe. As capas das suas obras são chamativas? Ou o conteúdo? Que tal deixar alguns pôsteres na frente dos pés da mesa, ou então alguma obra aberta? Distribuir bottons pela mesa para chamar atenção ou empilhar vários livros de forma a montar uma montanha de destaque? Utilizar suportes verticais e expor o máximo possível no mesmo espaço? Use o bom senso e se coloque no lugar do público!

Coloque também plaquinha com sua identificação e QR Code do PIX, tabela de preços, pasta com prints e afins. O layout é uma arte que se exercita a cada evento. E muitas vezes o formato das mesas dos seus colegas da direita e esquerda podem influenciar na melhor forma de montar a sua própria mesa, então não existe uma que define o jeito certo e que funciona sempre. Cada evento é uma experiência diferente. Considere o tamanho da mesa e tente em casa algumas montagens possíveis para ver os formatos que funcionam.

## **Auxiliares de mesa**

Se possível, ao participar do evento, tenha alguém como apoio para atendimento de venda e para caso precise sair da mesa para se alimentar, utilizar o banheiro, etc. Se não for possível levar alguém, peça para algum



colega próximo de confiança para cuidar da sua mesa e nunca deixe a mesa sozinha. Guarde sempre muito bem o seu dinheiro do caixa e a sua máquina de cartão. Eventos podem parecer locais totalmente seguros de roubos, mas não são.

Lembre-se de que o auxiliar está trabalhando e deve ser remunerado de acordo com o nível de trabalho e suas exigências. Demonstre valores financeiros realistas ao futuro auxiliar de mesa antes do evento para que ele possa definir o quanto e como cobrar pelas suas horas trabalhadas.

## **Lidando com o público**

Esta talvez seja a parte mais importante e desejada para o artista que expõe em um evento de quadrinhos. Sem o público não há evento. Sendo assim, respeite o público e tenha paciência com as pessoas. Sim, você vai ouvir as mesmas perguntas várias e várias vezes. A maioria dos brasileiros não sabe o que é quadrinho independente, que brasileiros também fazem quadrinhos, muitas vezes nunca leu uma história em quadrinhos, nem mesmo Turma da Mônica. Nosso papel como expositor também é de educar o público.

Levante a cabeça. Esqueça o celular. Fique de pé o máximo possível. Sorria e seja simpático. Não seja uma máquina de repetir “pode folhear”. Cumprimente todos que olharem para a sua mesa, convide-os para chegarem mais perto e pegarem algumas obras em mãos.

A pergunta quebra-gelo que mais funciona é “já conhece o meu trabalho?”. Em caso positivo, comente suas obras recentes e sua participação no evento. Em caso de negativa, pode ser seguida da pergunta “quer que eu explique um pouco de cada livro para você?”. Nesses momentos, sempre tenha um bom resumo de cada obra na ponta da língua, o famoso “pitch” da história. Ninguém quer ouvir por 10 minutos como você teve esta ideia e como foi difícil produzi-la. Pior ainda ficar destacando os seus defeitos ou o que poderia ter feito melhor. Não tenha vergonha de levantar os pontos positivos do seu trabalho e da sua obra. Lembre os visitantes que ao comprar no evento, não existe frete e ainda leva uma dedicatória. Isso pode fazer diferença!

Aprenda a ler os sinais corporais do visitante e entenda o quanto ele

está interessado ou não na sua explicação ou mesmo em comprar alguma coisa. O visitante que só olha para baixo despropositadamente muitas vezes só quer olhar mesmo, como quem anda no shopping a passeio e não quer gastar. Não seja o artista que empurra a obra ao visitante até ele se sentir constrangido. A melhor sensação possível em um evento é realizar uma venda para alguém que não tinha muito interesse no começo, mas pelo atendimento ou por se interessar no seu trabalho, acaba levando algo. O visitante que compra só para fugir do artista inconveniente é um leitor a menos para você e para todos os outros artistas de outros eventos. Talvez ele nunca mais compre nada em eventos por causa desta péssima experiência. E se o visitante não interagir, seja empático e deixe-o à vontade. Provavelmente você, na mesma situação, preferiria ser deixado em paz.

No final do atendimento, sempre entregue seu cartão de visita e incentive-o a segui-lo nas redes sociais. Quem sabe mais pra frente no mesmo evento ele não volte? Quem sabe em outro evento? O atendimento ao público é uma construção de público também.

## **Lidando com outros artistas**

Cumprimente sempre os seus vizinhos, amigos e colegas antes do evento ou após terminar de montar sua mesa. Você compartilhará várias horas e o mesmo espaço com estas pessoas a cada dia do evento, portanto se apresente caso não sejam conhecidos, mantenha uma relação amistosa e saudável e evite conflitos desnecessários.

Se algum dos vizinhos esquecer itens necessários para montagem da mesa ou atendimento, se ofereça para emprestar e ajude no que for possível. Se o vizinho precisar sair e estiver sozinho, ajude a vender os seus produtos. Busque conhecer o material do vizinho e se for do seu interesse, compre suas obras. Apenas se ele sugerir, faça trocas. Indique as obras de seus vizinhos aos bons clientes. Os outros expositores são seus colegas, não seus inimigos. Em um próximo evento, a pessoa precisando de ajuda pode ser você.

Se vender produtos de vizinhos na sua máquina, anote corretamente o valor com 10% de desconto para cobrir as taxas. Faça o acerto o quanto antes e evite deixar para depois do evento.

Mas cuidado com as longas conversas na frente da sua mesa com colegas ou visitantes, principalmente se estiver atrapalhando a mesa do seu vizinho e vice-versa. Peça licença educadamente a quem estiver atrapalhando as vendas e explique o motivo, eles serão compassivos.

## **Métodos de pagamento**

Desde que foi implementado o sistema em que trocamos coisas simbólicas como pedaços de papel com números, e não mercadorias, por outras mercadorias, qualquer atividade comercial vai envolver dinheiro. Você precisa entender e estipular como vai lidar com cada método de pagamento nos eventos que participará.

### ***Guarde seu dinheiro com segurança***

Em eventos grandes, podem chegar notas grandes em sua mão. Nunca guarde todo o seu caixa no mesmo lugar e não deixe o dinheiro de um dia para o outro acumulando. Leve para casa ou hotel, conte, guarde, leve um pouco como troco no dia seguinte.

Já aconteceu de roubarem o caixa inteiro de artistas dentro de eventos ou mesmo carros estacionados com todo o dinheiro de artistas dos cinco dias de CCXP. Dá pra passar no banco e depositar as notas? Faça isso. Não vire estatística.

### ***PIX / Máquina de cartão***

Estamos no século 21. Tem gente que sai de casa com chave e celular. Se você não tem um cadastro de chave PIX nem uma máquina de cartão ainda para levar nos eventos onde será expositor, faça isso agora, neste momento.

O PIX é simples, todo banco hoje oferece a opção logo na página inicial ou perto disso, porque para eles, aumentar as transações é vantagem. Recomendamos criar uma chave PIX de e-mail, pois facilita para o cliente digitar. Evite colocar seu celular ou CPF. É melhor garantir a privacidade de seus dados pessoais e não entregá-los a estranhos. Existem sites que fazem o QR Code do PIX para você, como o [gerarpix.com.br](https://gerarpix.com.br). Basta imprimir ou deixar como imagem no seu celular para que os clientes possam utilizar.

Porém o PIX não é as mil maravilhas. Seu cliente pode estar sem internet e, nestes casos, você e ele ficam na mão. Por isso recomendamos também ter uma máquina de cartão. Ter uma destas já foi muito cara no passado, mas hoje as novas empresas não cobram mensalidade e praticamente cedem o valor da máquina para você em troca das taxas altamente vantajosas para eles. E as empresas são bastante variadas, por isso recomendamos que dê uma olhada no YouTube para avaliar qual a máquina de cartão de crédito mais adequada ao seu fluxo de vendas presencial. Por um pouco de dinheiro a mais, você consegue uma com chip 3G/4G, sem precisar usar o celular para realizar as vendas. Praticidade para você e seus clientes!

Aliás, é recomendado ter uma máquina com chip de uma operadora e deixar seu celular com outra, caso a região onde ocorra o evento tenha algum problema de sinal, você pode compartilhar o wi-fi do celular para a máquina de cartão.

## **Lidando com dinheiro**

Dinheiro na mão é vendaval, não é mesmo? Vamos falar um pouco de orçamento e caixa, além de dicas importantes para que a conversão seja maior enquanto equilibra as contas.

### ***Quanto custa ir ao evento?***

A matemática parece simples, mas não é. Participar de um evento como expositor envolve custos diversos. Veja alguns deles:

- **Inscrição:** Se for gratuito, perfeito. Senão, inclua já no balanço final de caixa;
- **Transporte:** Vai chegar como no local? Considere todo o deslocamento;
- **Alimentação:** Vai levar comida de casa ou gastar no evento? Cuidado com comida de evento, é sempre mais caro que trazer de casa;
- **Hospedagem:** O evento é de mais de um dia? Vai ficar por onde? Se conseguir a casa de um amigo, ótimo. Se for hotel, lá se vai uma boa grana. Às vezes é mais barato se hospedar mais longe, mas o

prejuízo físico e psicológico pode ser danoso;

- Material: Vai imprimir prints? Mandar fazer buttons? Vai investir quanto nisso? Se não vender, ainda pode dar saída neste material?
- Expectativa de venda: Vai vender muito? Pouco? Mais produtos caros ou baratos? Tudo deve ser considerado.

Por fim, mas não menos importante, considere o valor do seu tempo. Vai investir dois dias de lazer ou trabalho para tirar 100 reais de lucro. Vale a pena? Se for começo de carreira, talvez. Mas muitas vezes é melhor abrir mão de um calendário cheio de eventos, indo apenas nos principais e mais garantidos, podendo trabalhar por mais tempo em novas obras.

## **Cada dia é um dia**

Vendeu muito bem em uma edição de um evento? Que bom. O próximo pode ser totalmente diferente!

Fatores como dia do mês que o evento é realizado, preço do ingresso, convidados do evento, condição financeira do público, idade do público, divulgação do evento, atrações gratuitas, alimentação, clima, disposições das mesas, ambientação sonora, tudo pode impactar no seu desempenho para o bem ou o mal.

Não importa se você tem 1 ou 10 anos de experiência com venda de quadrinhos em eventos, a única certeza é que nada é certo. Nem mesmo em uma CCXP, o maior ponto de venda de quadrinhos do país, você tem certeza de sucesso. É tudo muito subjetivo.

A experiência pessoal e a adaptabilidade de cada artista é o que vai transformar um evento de iminente fracasso financeiro em um sucesso razoável.

## **Dicas gerais**

Como considerações finais sobre participação em eventos, vamos deixar mais algumas dicas:

- Organize suas caixas de estoque e outras coisas que ocupam espaço debaixo da sua mesa. Evite deixar seus pertences espa-

lhados atrapalhando os colegas no corredor de passagem.

- Tenha uma garrafa de água sempre em mãos para se manter hidratado e não esqueça dos horários das refeições. Evite comprar muitas garrafas de água pequenas no evento. Se possível, compre fora do evento ou encha uma garrafa própria nos bebedouros.

# ORGANIZANDO UM EVENTO

Se os eventos não vêm até você, você pode organizar os seus próprios eventos! Um evento de histórias em quadrinhos pode ter formatos variados ou mistos, partindo desde um encontro em um bar, um quintal, uma loja ou até integrado dentro de outro evento com tema similar.

Algumas prefeituras, bibliotecas, livrarias, lanchonetes, escolas de arte e afins podem disponibilizar sua estrutura para que um evento de artistas de histórias em quadrinho ocorra. Confira alguns tópicos que você precisa considerar:

- **Local:** Deve considerar fatores como tamanho, facilidade de acesso, estacionamento e capacidade de suportar o fluxo de pessoas;
- **Data e hora:** Deve considerar os horários de pico de tráfego e a disponibilidade dos artistas que você deseja convidar. Também é prudente verificar datas de outros eventos importantes, feriados afetivos e se algum feriado prolongado pode afetar positivamente ou negativamente a presença do público e artistas;
- **Organização do espaço:** Organize as mesas dos artistas de uma forma que seja fácil para os visitantes acessarem e visualizarem o trabalho de cada um. Certifique-se de ter espaço suficiente para as pessoas circularem livremente;
- **Participantes:** Certifique-se de convidar artistas relevantes e variados para atrair um público diverso e interessado em diferentes estilos de arte e histórias em quadrinhos. É importante considerar uma quantidade de artistas locais juntamente com atrações externas;
- **Segurança:** Garanta que haverá segurança e atendimento de emergência adequados no evento para proteger os artistas, visitantes e produtos;
- **Atividades adicionais:** Considere a possibilidade de trazer convidados e realizar outras atividades, como painéis de discussão,

workshops e sessões de autógrafos para atrair mais visitantes e dar maior variedade de opções ao público;

- **Divulgação:** É importante divulgar o evento com antecedência para atrair o máximo de público possível. Use as mídias sociais, influenciadores, sites sobre quadrinhos, listas de e-mail e outros canais de comunicação relevantes para sua audiência;
- **Feedback dos participantes:** Ao final do evento, prepare um formulário e peça feedback dos participantes para identificar áreas que precisam ser melhoradas para as próximas edições.



# **GRANDES EVENTOS DO** **BRASIL**

Muita gente que chegou recentemente no mercado olha para a CCXP e a enxerga como o grande evento de histórias em quadrinhos do Brasil. O que não é mentira. Porém muitos outros eventos carregaram esta bandeira antes da CCXP, e o principal é o FIQ que segue vivo e forte.

## **FIQ**

O Festival Internacional de Quadrinhos, ou simplesmente FIQ, é o evento que ocorre em Belo Horizonte, capital mineira, com recorrência bienal e está no coração de todos os quadrinistas que já o visitaram. O formato do evento foi mudando com os anos, inclusive tendo substituído o evento anterior chamado Bienal Internacional de Quadrinhos em 1999, mas a ideia sempre foi ser um evento financiado com verba pública pela prefeitura e sem cobrança de ingresso para os visitantes. Existe inclusive uma lei municipal que garante verba para produção do evento, hoje com uma organização terceirizada, porém ainda supervisionada pela prefeitura.

Até a edição 2013, as mesas individuais para os expositores ainda eram minoria no evento e, para se ter algum destaque, o ideal era contratar um espaço no evento com estande e dividir entre outros artistas. Nas edições mais recentes, de 2015, 2018 e 2022, o formato de fileiras de artistas se solidificou.

A atenção do público, aliado ao clima belo-horizontino, a vida noturna da cidade e a maravilhosa comida mineira tornam o FIQ ainda mais acolhedor, assim muitos artistas consideram praticamente uma colônia de férias de quadrinistas.

Se você nunca foi ao FIQ, junte um dinheiro e se organize para ir na próxima edição. É uma obrigação de cada um de nós!

# Bienal de Quadrinhos de Curitiba

Anteriormente denominado Gibicon, o evento bienal de Curitiba, capital paranaense, teve seu primeiro evento teste em 2011 com o aniversário de 30 anos da Gibiteca municipal. Desde então, o evento que teve edições diversas desde 2012, mudou de nome e seguiu trazendo atrações nacionais e internacionais dos quadrinhos para palestras e workshops.

Inspirado no formato do FIQ, inclusive intercalando as edições para evitar concorrência, além de também possuir uma área de quadrinistas tanto como convidados como expositores, o evento segue como uma das opções mais importantes do país fomentadas por iniciativas municipais.

## CCXP

Originalmente concebida como Comic Con Experience, hoje apenas chamada de CCXP, provavelmente para evitar conflitos com nomes e marcas das Comic Cons americanas, é um dos maiores eventos de quadrinhos não só do Brasil, nem só das Américas, mas do mundo todo. A edição de 2022 teve um público de mais 280 mil pessoas. Muitas destas pessoas vão para encontrar os artistas famosos, assistir a lançamentos de trailers, comprar peças de cultura pop exclusivas, entre outras atrações. Mas, como dizem os próprios organizadores, o coração do evento é o Artists' Valley.

Em 2022 foram 484 artistas nesta área, vendendo ilustrações, livros, quadrinhos, entre outras obras artísticas. Para muitos, as grandes vendas na CCXP seguram o orçamento por um ano inteiro.

Porém, nem tudo são flores. Com o crescimento do evento, a competição para conseguir uma mesa no evento aumenta a cada ano, muitas vezes tendo o dobro de inscrições do que de mesas, e também o valor que o artista precisa desembolsar para garantir seu espaço também tem reajuste regularmente. Assim, estar na CCXP se torna ao mesmo tempo uma honra e uma grande responsabilidade. Não saber vender seu peixe pode deixar você com um grande prejuízo para depois do evento.

## Outros eventos

O Brasil é um país continental e constantemente temos novos eventos de quadrinhos surgindo. Segue aqui uma lista de eventos em que o público poder ter interesse em conhecer e comprar as suas obras:

- PerifaCon (São Paulo/SP): A Comic Con da periferia. Tem entrada gratuita, com foco em atender as comunidades mais afastadas que não tem acessos aos grandes eventos como a CCXP.
- Poc Con (São Paulo/SP): Tem entrada gratuita e dá preferência e espaço para obras produzidas por artistas com maior diversidade de gênero, raça, orientação sexual, e afins.
- AnimeFriends (São Paulo/SP): Tradicional e um dos mais antigos eventos de anime, mangá e cultura oriental do Brasil ainda em atividade. Possui espaço para expositores há alguns anos.
- SANA (Fortaleza/CE): Considerado o maior evento geek do norte e nordeste.

# **ORGANIZAÇÃO DE CLASSE**

Apesar de não haver uma representação oficial amplamente reconhecida pelos pares, nem sindicato, nem regulamentação, existem algumas iniciativas importantes voltadas para a organização da classe.

O quadrinista, como parte do proletariado, precisa desenvolver sua consciência de classe e buscar junto aos seus colegas por melhorias das condições de trabalho para todos os outros trabalhadores da classe.

## **AQC-ESP**

A Associação dos Quadrinhistas e Caricaturistas do Estado de São Paulo foi criada em 1984, para reunir os profissionais da categoria, procurando defender seus interesses e abrir perspectivas para semi profissionais e incentivar os amadores a abraçar esta arte. Saiba mais sobre a entidade em <https://aqcsp.blogspot.com>

## **Quadrinistas, uni-vos!**

Organização criada na internet para organizar politicamente a classe com um viés progressista e classista. Com centenas de integrantes pelo país, discute e atua em prol de temas que atendam às demandas da classe dos quadrinistas. Para fazer parte do grupo do Whatsapp, basta solicitar um convite. Saiba mais sobre o grupo em <https://www.instagram.com/hqunivos>.

## **AQUARIOS-RS**

A Associação de Quadrinistas do Rio Grande do Sul foi fundada em 2023 e tem como objetivo garantir direitos e oportunidades para quadrinistas que sejam de origem ou vivam no estado do Rio Grande do Sul. Saiba mais sobre a Associação em <https://aquariosrs.com>.

# **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Se você leu todo o Manual e chegou até aqui, é hora de fazer a sua avaliação!

**Responda nosso questionário!**

<https://forms.gle/2J8TB9TwVURU5Wdx9>

São apenas meia dúzia de perguntas que, ao responder, você ajudará a melhorar as próximas versões do Manual para os novos leitores.

Não se esqueça de divulgar e compartilhar nosso documento! Pode ser no link direto por onde encontrou ou mesmo PDF inteiro. O importante é a mensagem.

Muito obrigado!