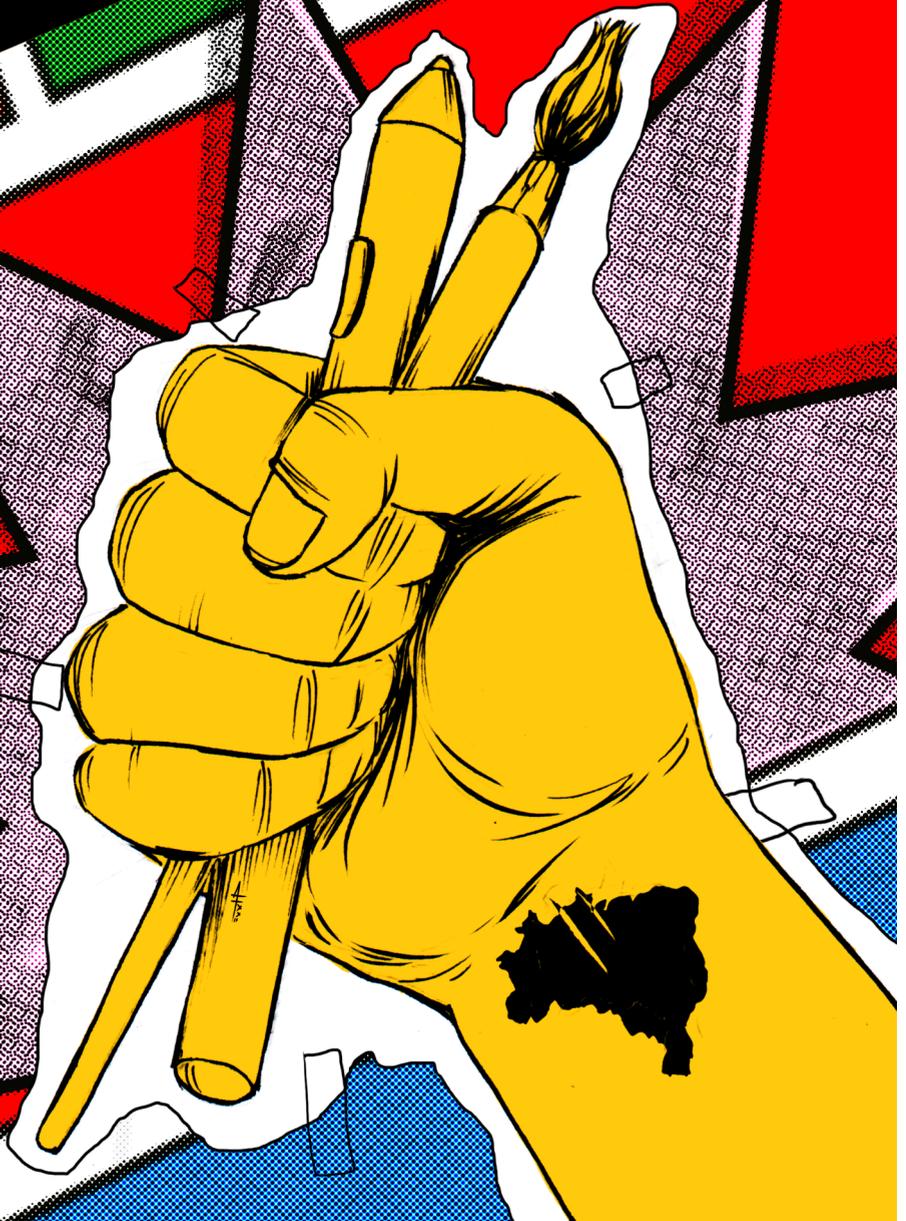


O MANUAL DE GUERRILHA DO QUADRINISTA

DISTRIBUICAO
G
GRATUITA



APROVADO
PELA GALERIA
DO BECO
DOS



ARTISTAS

**O MANUAL
DE GUERRILHA
DO QUADRINISTA**



1ª edição. Julho de 2023.

Idealização, texto base e edição geral:

Digo Freitas digofreitas.com

Colaboração:

Alan Guedes [instagram.com/literobaloes](https://www.instagram.com/literobaloes)

Andreia Fernandes twitter.com/AndreiaBolseiro

Daniel Esteves zapataedicoes.com.br

Felipe Tazzo felipetazzo.com.br

Sugestões:

Bruno Brunelli [behance.net/bobrunelli](https://www.behance.net/bobrunelli)

Bruno Flesch twitter.com/fleschhh

Math Vaz [instagram.com/quadrinhopopular](https://www.instagram.com/quadrinhopopular)

Rubens Menezes rubens.net.br

Valter do Carmo Moreira [instagram.com/valter.docarmomoreira](https://www.instagram.com/valter.docarmomoreira)

Projeto Gráfico:

Guilherme Smee guilhermesmee.com

Capa:

Adriano Ferrera linktr.ee/adrianoferrera

EM CASO DE SUGESTÕES E CRÍTICAS, PREENCHA O FORMULÁRIO DO MANUAL.

SUMÁRIO

Introdução	7
História em quadrinhos	9
Apresentando os trabalhadores dos quadrinhos	9
Roteirista	10
Desenhista	10
Arte-finalista	10
Letrista	10
Colorista	10
Editor	11
Revisor	11
Diagramador	11
Produtor gráfico	11
Tudo em um	12
O quadrinista	13
Biblioteca básica	13
Ninguém começa com uma obra perfeita	14
Começando nos quadrinhos	15
Publicando quadrinhos	17
Zines	17
Online	17
Tenha um site	18
Redes sociais	18
Tapas / Webtoon / Fliptru / Funktoon e afins	19
Ebook / PDF / Kindle ePub	19

Profissionalizando as publicações	19
Financiamento coletivo	20
Tipos de financiamento coletivo	21
Construindo uma campanha de sucesso	22
Vivendo de quadrinhos	25
Agenciamento Marvel, DC, etc	25
Freelance	26
Jornalismo em quadrinhos	26
Licenciamento	27
Venda	28
Clube de apoiadores	28
Editais para publicação de quadrinhos	29
Editais nacionais	30
Editais estaduais	31
Editais municipais	32
Divulgação e marketing	33
Redes sociais	34
Imprensa	35
Sites sobre quadrinhos	35
Influenciadores, críticos e profissionais	37
Distribuição	39
A experiência do Quarto Mundo	39
Distribuição direta para gibiterias, lojas e livrarias	41
Distribuição por marketplaces	42
Opções dentro do marketplace	42
Formas de viabilizar a distribuição	43
Prêmios para suas obras concorrerem	45
Troféu HQMIX	45
Troféu Angelo Agostini	46
Troféu Jabuti	47

Prêmio Le Blanc	47
Prêmio Grampo	48
Prêmio ABERST	48
Prêmio Odisséia de Literatura Fantástica	49
Eventos de quadrinhos	50
Seja um visitante na primeira vez	50
Encontrando outros quadrinistas	50
Portfólio e inscrição	51
Montando a sua mesa	52
Público	53
Cada dia é um dia	53
Falando com o público	54
Métodos de pagamento	55
Guarde seu dinheiro com segurança	55
PIX / Máquina de cartão	55
Lidando com dinheiro	56
Quanto custa ir ao evento?	56
Organizando um evento	58
Grandes eventos do Brasil	60
FIQ	60
Bienal de Quadrinhos de Curitiba	61
CCXP	61
Organizações de classe	63
AQC-ESP	63
Quadrinistas, uni-vos!	63
AQUARIOS-RS	63
Considerações finais	65

INTRODUÇÃO



Histórias em quadrinhos são tão recentes como arte e produto, comparando com as demais artes, que as discussões teóricas seguem firmes pelas últimas décadas entre os acadêmicos e entusiastas. Muitas vezes repetindo as mesmas discussões entre as revisões teóricas das revisões teóricas. Em paralelo, seguem absolutamente livres os artistas que querem desafiar seus limites, pois ainda há muito o que se desbravar na contação de histórias nesse meio tão diverso.

Mas como se guia o artista que deseja viver dessa arte e produzir quadrinhos como modo de vida? Quando eu comecei nos quadrinhos, quando meus colegas começaram, não tínhamos ninguém para nos orientar profissionalmente, senão nossas próprias experiências e as dos nossos conhecidos. Hoje, com a internet unindo tantas experiências, podemos aglutiná-las e compartilhá-las muito mais facilmente. Assim, surgiu a ideia de criar o nosso Manual. E o objetivo dele é justamente ajudar o quadrinista que busca a profissionalização e a rentabilização de seu trabalho.

Certa vez escreveu o deputado perseguido pela ditadura Carlos Marighella: *“Devido a que suas armas não são uniformes, já que o que possui foi tomado ou chegou a suas mãos de diferentes formas, o guerrilheiro urbano se vê com o problema de que tem uma variedade de armas e uma escassez de munições.”* (Minimanual do Guerrilheiro Urbano, 1969). As armas que aqui tratamos são as suas próprias habilidades artísticas, o conhecimento passado neste documento é a sua munição e a guerra

será pelo que você escolher lutar. Seja este um objetivo idealista ou mais prático, todos são válidos.

Caso venha a aprender algo com este documento, não deixe de compartilhá-lo. Quanto mais longe ele for, mais completo ficará. E se tiver alguma sugestão, não deixe de nos informar! Vamos tentar manter este documento atualizado regularmente. Lembrando que nada aqui exposto é de direito exclusivo de ninguém, além dos próprios créditos nas colaborações, e pode ser explorado sem fins lucrativos.

Tenha uma boa leitura. E uma excelente jornada!

Campinas, 01 de Junho de 2023
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 aqui propostas, fica escolhida a definição popular de que uma história em quadrinhos é uma narrativa gráfica de imagens sequenciais.

Assim, não vamos abordar aqui 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 “lápiss” 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-capa. 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

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
- Lições de Roteiristas - Kevin Conroy Scott

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

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, europeus, japoneses, coreanos, americanos, 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, desde site próprio, blog, redes sociais, entre outras. Desde que a história tenha saído do campo das ideias para o mundo físico 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



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 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.

ZINES

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. A ideia é multiplicar os leitores da sua obra através de uma abordagem mais acessível.

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 servido como fonte de renda e nem tanto para novos leitores.

TENHA UM SITE

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 framework 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 redes sociais no tópico “Divulgação e marketing” em “Redes sociais”.

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.

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 conforme evoluem em suas carreiras.

O zine que no começo era satisfatório começa a parecer um formato pobre e outras alternativas parecem mais interessantes e com melhor retorno financeiro e dos leitores.

Neste caso é preciso buscar uma editora que possa fazer este serviço para você e ajudar na edição e publicação, ou então aprender mais sobre editoração e financiamento coletivo.

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 míni-

mo 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.

1. **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.
2. **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. Com o tempo, outras surgiram, como o Padrim e 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), 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.

Comece estabelecendo metas realistas e claras. Determine o valor necessário para cobrir os custos de produção, como o valor de impressão, revisão, cores e todos que trabalharão com você no projeto, além do frete para

os apoiadores, caso seja um livro físico. Também crie metas para quando o valor arrecadado exceder o mínimo necessário. 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.

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*”.

O vídeo da campanha não é obrigatório, mas faz diferença. Ele pode captivar 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.

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!

Durante a campanha, mantenha seus apoiadores atualizados sobre o andamento do projeto. 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.

Por fim, após o encerramento da campanha, certifique-se de cumprir todas as promessas feitas aos apoiadores. Envie as recompensas dentro do prazo prometido e mantenha contato com aqueles que apoiaram seu projeto para saber se tudo foi entregue corretamente. A satisfação dos apoiadores é fundamental para o sucesso contínuo da sua carreira como autor.

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:

1. Ser um excelente artista e criar obras incríveis;
2. Ser pontual e nunca perder um prazo;
3. 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 de manter uma presença online e perante antigos clientes significativa para manter um fluxo recorrente de trabalhos.

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.

- Tenha um site reunindo todas as imagens que deseja licenciar. Não deixe-as apenas em redes sociais, elas não proporcionam uma boa busca;
- 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;
- Nunca entregue seu trabalho de graça (a não ser em projetos sociais que acredita);
- Tenha valores padrão por tiragem para todas as editoras e evite dar descontos, as editoras sempre têm um bom orçamento para este serviço;
- Tenha um termo de licenciamento próprio e se previna de cláusulas abusivas;

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.

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 “Vendendo por Consignação em Lojas”.

CLUBE DE APOIADORES

Confira o tópico “Recorrência” em “Financiamento Coletivo”

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, empresas privadas, tais como a Vale, o Itaú e a Natura, 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 e o 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 qualquer área) são (clique no link do seu estado para visualizar):

- [Acre](#)
- [Alagoas](#)
- Amapá - não possui editais
- [Amazonas](#)
- [Bahia](#)
- [Ceará](#)
- [Distrito Federal](#)
- [Espírito Santo](#)
- [Goiás](#)
- [Maranhão](#)
- [Mato Grosso](#)
- [Mato Grosso do Sul](#)
- [Minas Gerais](#)
- [Pará](#)
- [Paraíba](#)
- [Paraná](#)
- [Pernambuco](#)
- [Piauí](#)
- [Rio de Janeiro](#)

- [Rio Grande do Norte](#)
- [Rio Grande do Sul](#)
- Rondônia - não possui editais
- Roraima - não possui editais
- [Santa Catarina](#)
- [São Paulo](#)
- Sergipe - não possui editais
- [Tocantins](#)

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. E 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, exhibe 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 estrear 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, 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 bloggallerya.com
- Cabana do Leitor cabanadoleitor.com.br
- Central HQs centralhqs.com
- CosmoNerd cosmonerd.com.br
- Fala, Animal! falaanimal.com.br
- Jovem Nerd jovemnerd.com.br
- Legião dos Heróis legiaodosherois.com.br
- Mais QI Nerds maisqinerds.com
- MDM - Melhores do Mundo melhoresdomundo.net
- Minas Nerds linktr.ee/minasnerds
- Omelete omelete.com.br
- Pipoca e Nanquim pipocaenanquim.com.br
- Portal Refil portalrefil.com.br

- Revista O Grito revistaogrito.com
- Selo Multiversos selo-multiversos.com.br
- Tópico 42 topico42.com.br
- Torre de Vigilância torredevigilancia.com
- Universo HQ 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 youtube.com/@2quadrinhos
- Central HQs youtube.com/@CENTRALHQS
- Kitnet HQ youtube.com/@kitinethq
- Nerd All Stars youtube.com/@NerdAllStars
- Quadrinhos na Sarjeta youtube.com/@QuadrinhosNaSarjeta
- Só HQs youtube.com/@sohq

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

- Cobertura Nerd instagram.com/coberturanerd/
- Fora do Plástico instagram.com/foradoplastico
- Gibi Foda twitter.com/gibifoda
- Páginas Amarelas HQs instagram.com/paginasamarelashqs/
- Quadrinho Popular instagram.com/quadrinhopopular

Ou mesmo podcasts sobre quadrinhos:

- AoQuadrado² aoquadra.do/
- Confins do Universo universohq.com/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.

1. **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.
2. **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. 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 gibiterias 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.

Ao colocar um preço em sua publicação, já preveja que na distribuição perderá de 30% a 60% deste valor.

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.

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 idiosincrasias, 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 exclusiva-

mente 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.

TROFÉU 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 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 Télio 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.

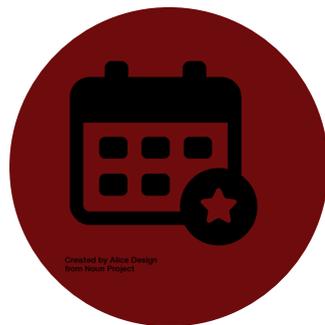
Os competidores passam por 4 fases de avaliação, onde as melhores obras vão sendo selecionadas através de jurados que não podem ser relacionados às obras e o vencedor é escolhido entre uma dupla de finalistas.

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

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 E INSCRIÇÃO

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

O artista precisa de uma página onde estas informações 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 biografia. Traga as informações 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, apontando para suas redes sociais e portfólio, podem ser uma boa opção.

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.

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;
- Dinheiro 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;

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 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.

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.

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.

FALANDO COM O PÚBLICO

Levante a cabeça. Esqueça o celular. Fique de pé o máximo possível. Sorria e seja simpático. Cumprimente todos que olharem para a sua mesa. Tenha paciência. Entenda o 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.

Pergunte se o visitante já conhece as obras. Pergunte se pode explicar o que são as obras. Se o visitante não interagir, seja empático e deixe-o à vontade. Provavelmente você, na mesma situação, preferiria ser deixado em paz. E 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.

No final, 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.

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 digi-

tar. 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. 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?

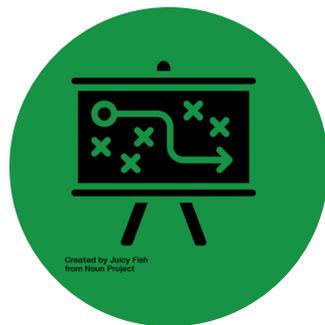
A matemática parece simples, mas não é. Participar de um evento como expositor envolve custos diversos. Veja alguns deles:

- **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 bottons? 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.

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 dife-

rentes 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 compe-

tição 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.

ORGANIZAÇÕES 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.](#)

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.](#)

AQUARIOS-RS

A Associação de Quadrinistas do Rio Grande do Sul foi fundada em

2023 e tem como objetivo garantir direitos e oportunidades para quadri-
nistas que sejam de origem ou vivam no estado do Rio Grande do Sul.
[Saiba mais sobre a Associação aqui.](#)

CONSIDERAÇÕES FINAIS



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

RESPONDA NOSSO QUESTIONÁRIO!

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!

Licença Creative Commons
Atribuição - Não Comercial
Sem Derivações 4.0 Internacional
<https://creativecommons.org/>

