

Atualização da concepção sobre aquilo chamado de Zine

Actualización de la concepción sobre aquello llamado de *Zine*

Omar Alejandro Sánchez Rico

Resumo: Nesse artigo será exposta uma pesquisa documental que ofereça pistas sobre as características comumente atribuídas ao objeto aqui chamado *Zine*. A partir da leitura documental será feita uma análise que procurará atualizar o significado da palavra *Zine*, no marco das transformações sociais e técnicas dos últimos anos. A discussão se aproximará de três tópicos: uma revisão da noção de juventude e do alternativo, a incidência das mutações tecnológicas no entendimento das práticas de convívio agenciada pelo movimento dos *Zines*.

Palavras-chave: *Zine*, Comunicação, Alternativo, Juventude.

Resumen: En este artículo será expuesta una investigación documental que ofrece pistas sobre las características comúnmente atribuidas al objeto aquí llamado de *Zine*. A partir de la lectura documental será hecho un análisis que procurará actualizar el significado de la palabra *Zine*, en el marco de las transformaciones sociales y técnicas de los últimos años. La discusión se aproximará de tres tópicos: una revisión de la noción de juventud e de lo alternativo, la incidencia de las mutaciones tecnológicas en el entendimiento de las prácticas de convívio agenciadas por el movimiento de los *Zines*.

Palabras-clave: *Zine*, Comunicación, Alternativo, Juventud.

Omar Alejandro Sánchez Rico, Designer Gráfico pela Universidade del Cauca (Popayán - Colômbia), mestre em Comunicação e Práticas de consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing ESPM-SP.

Introdução

A proposta do seguinte texto é colocar dentro de um ambiente de discussão acadêmica a natureza do objeto comumente chamado de *zine*. Para conseguir tal diálogo, serão trazidos alguns escritos que problematizam as características estéticas, sociais e comunicativas desse tipo de publicação. Os convidados ao debate são as vozes daqueles sujeitos que têm trabalhado recentemente este tema, junto com teóricos satelitais à questão das publicações independentes. Para encontrá-los, foi revisado o conteúdo disponível on-line (GoogleScholar, Dedalus, Scielo), igualmente dissertações e artigos relacionados diretamente com a palavra *zine*, *fanzine*, *perzine* e DIY (Do It Yourself). Posteriormente foi feito um cruzamento com a observação teórica de autores provenientes das diversas áreas que compõem o estudo interdisciplinar da comunicação, como antropologia, sociologia e filosofia. O resultado desse processo de sobreposição foi um tecido polifônico, que formou uma rede mista de conhecimentos empíricos e teóricos suficientes para descrever parcialmente o objeto aqui tratado.

No intuito de estabelecer uma base de conhecimentos comuns a todos os leitores, serão procuradas características atribuídas genericamente aos *zine*. Uma delas é a noção de juventude, que aparece como constante nos produtores e consumidores de *zines*. A seguinte forma de problematizar o tema deste artigo foi através das mutações tecnológicas na comunicação e na informação

das últimas décadas, que modificaram as estratégias de interação humana nas cidades. Posteriormente foi aproveitada a revisão bibliográfica para indagar a validade do conceito do alternativo, pois este é um atributo essencial desta forma de expressão impressa. Finalmente, se apresenta uma observação descritiva de uma feira de *zines*: um espaço de sociabilidade que possui uma lógica de valores particulares.

O que é um *zine*?

Certas características são dadas comumente aos *zines*. Por exemplo, para o pesquisador não acadêmico brasileiro Marcio Sno (2015) um *zine* é “um veículo de divulgação alternativo e independente, geralmente produzido em pequenas tiragens e distribuído a um público segmentado”. O que Márcio Sno chama de veículo, pode ser entendido como uma publicação editada geralmente por uma pessoa ou coletivo de amigos, que não levam muito em consideração os direitos autorais (SNO, p. 21). As pequenas tiragens podem ser aquelas entre 10 e 500 exemplares. O processo de impressão e encadernação é feito geralmente de um modo não industrializado, ou seja, a maior parte da confecção acontece na casa dos próprios autores, com técnicas artesanais e de baixo custo: amplo uso de fotocopidora, impressora laser, serigrafia e costura manual ou com grampeador.

Complementando essa definição pode ser dito que os *zines* “surgem da necessidade de expressão de grupos específicos e tor-

naram-se campos férteis para experimentação gráfica e textuais graças a sua total e irrestrita liberdade” (SNO, 2015, p. 19).

São tipicamente menos formais e muito menos comerciais que a maior parte das revistas. Eles têm a vantagem de que, pela ausência do medo a perder patrocinadores ou ofender aos seus leitores, pode abordar assuntos que a grande mídia ignora, podendo conter algumas das mais únicas e subversivas formas de escrita e pensamento disponíveis em qualquer formato (BIEL; BRENT, 2008, tradução nossa).

Nesse ponto é prudente esclarecer que existe uma diferença terminológica entre *zine* e *fanzine*. A palavra *fanzine* é um neologismo formado pela contração dos termos *fanatic* e *magazine*, sendo usada pela primeira vez em *The Comet*: uma publicação criada por Raymond Palmer em 1940 (MAGALHÃES, 1993). Palmer, um aficionado por histórias de ficção científica, formou em 1929 o *Science Correspondence Club*¹: um grupo de correspondência integrado por entusiastas que trocavam cartas abordando assuntos relacionados à ficção, ficção científica e a ciência, com o desejo de agrupar a crescente comunidade de leitores daquele gênero nos Estados Unidos. Um ano depois Palmer resolveu, em vez de enviar cartas padronizadas, criar um boletim que continha contos próprios, resenhas e novidades do gênero, junto às mensagens que os subscritores lhe enviavam. Outros *fanzines* impor-

1. Disponível em: <http://zinewiki.com/The_Comet>. Acesso em julho de 2015.

tantes daquele momento foram *Time traveler* e *Science Fiction*, editados por Jerome Siegel e Joe Schuster, criadores do quadrinho do Super-Homem (BIEL; BRENT, 2008, p. 17). Nesse momento aparecem simultaneamente os termos *fanfiction* e *fandom*².

Por motivos de delimitação temática, usaremos o termo *zine* e não *fanzine*, para diferenciar a abordagem aqui trazida daquela que é especialmente dirigida à cultura do fã, que já tem sido estudada por autores como Henry Jenkins, e que possui uma forte ligação com as novidades das produções de ficção mass-midiáticas. Uma tese aqui defendida é a capacidade dos indivíduos de criar as suas próprias narrativas, de gerar conhecimento, tomando por fonte de inspiração o próprio cotidiano, subjetivando-se, sem uma influência direta da indústria do entretenimento midiático.

O formato do *zine* esteve presente na maioria dos movimentos culturais da segunda metade do século XX. A sua história não teria acontecido da forma em que aconteceu, se não tivessem sido desenvolvidas técnicas práticas e acessível de reprodução como o mimeógrafo e a máquina fotocopadora. Pela primeira vez, e com poucos recursos, escritores tiveram a oportunidade de se auto publicar, se tornando uma prática comum no movimento Beat, no interior do *provos* na Holanda, dos hippies nos Estados Unidos e no movimento anti-nuclear na Rússia. Do país dos czares destaca-se a autopublicação intitulada *Crônicas de eventos atuais*, cuja abordagem ao longo das suas 64 edições, dissidente

2. Disponível em: <http://www.sf-encyclopedia.com/entry/palmer_raymond_a>. Acesso em julho de 2015.

às políticas nacionais, levou à constante perseguição dos seus autores por parte do estado (BIEL; BRENT, 2008 p. 18).

Igualmente, o *zine* tem estado presente em outras formas de arte como a arte postal, o livro de artista e o quadrinho; está relacionado com técnicas como a serigrafia, a xilogravura e a encadernação, e foi usado como suporte de expressão nos movimentos dadaístas, *fluxus* e pelos poetas neoconcretistas.

Ele pode abarcar vários tipos de publicações que diferem entre si, dependendo dos objetivos que motivam seus editores. Encontramos até a década dos anos 1980 três linhas editoriais importantes: os que divulgavam conteúdo de música independente, notícias sobre bandas, eventos, lançamentos, principalmente da cena punk e rock³; os dedicados a divulgar tanto notícias sobre o mundo das HQs como à publicação de histórias em quadrinhos autorais; e aqueles que possuem uma bandeira militante, que promoviam o pensamento crítico das estruturas políticas dominantes, tendo uma ligação constante com movimentos anarquistas, ambientalista, de gênero⁴, ou que manifestam algum tipo de reivindicação social. Essas três grandes linhas, não são excluden-

3. Um dado curioso trazido por Márcio Sno é a existência do *zine* Doostraw, editado por Marcelo Camelo e Alex Werner, guitarrista e vocal da banda e produtor da banda Los Hermanos, antes de fazerem sucesso nacional (SNO, p. 53, 2015).

4. Uma leitura recomendada é o artigo: *Manifeste-se, faça um zine!*: Uma etnografia sobre “zines de papel” feminista produzidos por Minas do Rock. Michele Alcântara Camargo faz uma viagem temporal muito interessante pelos *zines* feministas entre 1996 e 2007 na cidade de São Paulo, vinculados à cena do punk feminino. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n36/n36a7.pdf>>. Acesso julho de 2015.

tes tematicamente, pois a contestação tem sido parte essencial da cena punk, anarquista e do quadrinho underground em geral.

Além dessas três vertentes, existem outras que na atualidade têm ganhado bastante força, que são a poesia, os relatos escritos-visuais eróticos, os diários fotográficos, de desenho, e os autobiográficos que também são chamados de *biograficzines* ou *perzine*;

ou *Personal Zine*, no qual serão seus realizadores quem protagonizarão, são eles colocados no primeiro plano quem aparecem nestas publicações, é a representação dos seus corpos, fazem-se visíveis e desde aí contam as suas histórias na primeira pessoa. Nesse texto querem fazer ênfase naquelas características estéticas que dotam de especificidade ao *fanzine* e apresentar a forma em que se conecta a representação do corpo com propostas estéticas particulares nesse tipo de publicações (ANALCO, 2007, p. 73. Tradução nossa).

Prosseguindo, os *zines* costumam ser publicações periódicas de curto prazo produzida mais pela paixão que pela intenção de ganhar dinheiro (BIEL; BRENT, 2008). Por não ter um objetivo de lucro, eles não têm a responsabilidade de responder às exigências comerciais. Trata-se com outro tipo de valor que é paralelo ao incentivo do dinheiro. O valor está na experiência de ter conseguido realizá-lo. Assim, para os pesquisadores em *fanzinato*⁵ brasileiro, Elydio dos Santos Neto e Gazy Andraus, o *zine*, e especialmente o acima citado *perzine*, tem aparecido nos últimos anos dentro dos

5. Ação de produzir zines.

programas do ensino escolar como uma atividade que explora o autoconhecimento como premissa fundamental da estruturação de um professor e um aluno no “processo de humanização”. Os pesquisadores partem dos ensinamentos de Paulo Freire, quando lembram a necessidade de retomar permanentemente as experiências e histórias de vida. “Só somos porque estamos sendo. Estar sendo é condição, entre nós, para ser” (Paulo Freire, p. 33, 2003, *apud* ANDRAUS; SANTOS, 2010, p. 39).

Esteticamente, um dos recursos mais usados dentro dos *zines* é a elaboração de colagens. Neles, a colagem aparece como possibilidade de gerar novos discursos e que no seu interior guarda novas regras como o amontoamento, a união de contrários, dando potência à união entre a palavra e a imagem, entre outros elementos que apontam não somente a uma estética particular, mas para a forma e estilo de vida dos realizadores desse tipo de publicação. A colagem tem a ver com o constante bombardeio de imagens ao qual estamos submetidos nas grandes cidades, em um tempo na qual o visual tem a predominância sobre os outros sentidos. Nesse sentido se vê a colagem como:

“fonte de significados inesgotáveis que quebra com a sintaxe das publicações comerciais, da vida cotidiana, que acha lógicas distintas de articulação de imagens que vem de distintos âmbitos com palavras que se complementam e enriquecem mutuamente” (MARTÍNEZ, 2008, p. 74).

A colagem é uma linguagem que contrapõe o sentido das imagens para elaborar novos significados, sendo imprescindível percorrer o mundo do sensível e coletar curiosidades que serão transformadas em algo novo, algo híbrido e fragmentado. É por esse motivo que consideramos ao *zine* o produto de um trabalho similar ao cartográfico, pois tanto no mapa quanto no *zine* são procuradas a posição do sujeito dentro de um território de experiências subjetivas. *Zine* passa a ser uma forma de pesquisa intuitiva sobre as travessias ao longo da vida. Barbero (2002) faz uma advertência sobre os perigos de sermos guiados por mapas alheios, que:

“filtram e censuram, que não só reduz o tamanho do representado, mas deforma as figuras da representação trucando, simplificando, mentindo mesmo sendo por omissão. (...) Mas, quem disse que a cartografia somente pode representar fronteiras e não construir imagens das relações e dos entrelaçamentos, das sendas em fuga e dos labirintos? (...) É o que condensa para Serres a imagem de Penélope tecendo e destecendo o mapa das viagens do seu marido, mapa de mar sonhado e do real entre-tecidos no canto de Homero” (BARBERO, 2002, p. 11, tradução nossa).

○ Alternativo

Os circuitos nos quais circulam os *zines* têm sido caracterizados por vários autores com o adjetivo de alternativo: *Alter*⁶, o outro, o segundo, o que muda; e *Native*⁷, o natural, hereditário, originário. A etimologia nos fornece uma imagem do alternativo como algo que tem uma origem distante ao local, como se fossem nascidos no estrangeiro, e por isso, de certa forma está condição forânea permite escapar ao controle das normas estéticas locais. O termo alternativo evidencia uma separação entre uma normativa institucionalizada e alguma coisa que age por fora da norma a partir de um sistema de valores, próprios. Assim, a ação instrumental hegemônica orienta as pessoas a consumir um tipo determinado de bem e não outros. Cabe agora perguntar: é possível demarcar cartesianamente os bens que pertencem a uma cultura mass-midiática daqueles que são catalogados como alternativos, independentes ou da cena *underground*?

Ao longo do levantamento de arquivos diretamente relacionado ao tema dos *zines*, foram aparecendo certas reiterações temporais na hora de abordar o objeto. A década entre 1980 e 1990 foi o período de alta produção e documentação sobre *zines* nos países latino-americanos. Uma das causas foi a globalização de estéticas

6. Disponível em: <<http://www.etymonline.com/index.php?term=alter>>. Acesso em julho de 2015.

7. Disponível em: <<http://www.etymonline.com/index.php?term=native>>. Acesso em julho de 2015.

orientadas ao público juvenil. No afã de se modernizarem, os jovens se apropriaram daquilo que aparecia como alternativo, não tradicional. O principal veículo usado pelos jovens para se diferenciar do popular e tradicional foi a música, em especial os gêneros rock, rap e punk (BARBERO; OCHOA, 2005, p. 192).

Tendo um ponto de vista diferente, Massimo Canevacci, afirma que a contracultura nasceu nos anos 1960 e morreu nos anos 1980, já que não há mais um *contra* com o qual lutar dentro de um ambiente capitalista que soube aproveitar qualquer tipo de contestação aos seus propósitos de mercantilização. A juventude era o tempo de transição entre o domínio familiar e o domínio laboral. Nesse breve lapso, era possível contrariar as estruturas da cultura tradicional dominante. Com a dissolução das ações contra-hegemônicas se apagaram as ideologias. “Inclusive o conceito de subcultura foi progressivamente se exaurindo” (CANEVACCI, 2005. p. 16). O prefixo *sub*, que já foi atribuído em algum momento a culturas inferiores, foi substituído pela noção de *identidades*, categoria que na modernidade homogeneiza a diferença, selecionando o uniforme antes do que o heterogêneo. Qualquer sintoma de mudança é estereotipado como uma tendência de consumo. Alternativo virou em uma etiqueta para despertar o desejo pelo consumo diferenciado.

Uma pista para continuar chamando algo de alternativo é seguir uma corrente que pressupõe um outro tipo de desejo, nadar contracorrente, quer dizer, se declarar alternativo ao sistema de

valores neoliberais. Uma forma de contestação está expressada aqui no próprio modelo de financiamento dos projetos editoriais:

Para que um *fanzine* possa se considerar como tal, tem de ser totalmente independente das instituições, autoproduzido e autofinanciado no 100%. O autofinanciamento ou inclusive a petição de ajuda aos próprios leitores é a forma mais comum de levar à frente a publicação. O preço de saída é sempre baixo, para cobrir os gastos, e em alguns casos, é gratuito pois o objetivo que leva a uma pessoa a editar um *zine* nunca é o econômico (MARTÍNEZ, 2008, p. 163. Tradução nossa).

Um outro ponto que coloca ao *zine* como um ator atípico em relação ao mercado editorial é que, enquanto a grande mídia estimula as pessoas a consumirem, os *zines* encorajam as pessoas a fazerem parte e produzirem algo por eles mesmos (SNO, 2015, p. 41). O convite que faz o *zine* a se manifestar ante o mundo por meio das palavras, imagens e a materialidade escultórica do papel é o atributo mais revolucionário que ele possui:

Dizer algo em nome próprio é muito curioso, pois não é um absoluto quando nos tomamos por um eu, por uma pessoa ou um sujeito que falamos em nosso nome. Ao contrário, um indivíduo adquire um verdadeiro nome próprio ao cabo do mais severo exercício de despersonalização, quando se abre às multiplicidades que o atravessam de ponta a ponta (DELEUZE, 1992, p. 15).

Dizemos que a construção da subjetividade é possível no exercício de colocar objetos no mundo que falem por nós. O *zine* é a transmutação do enunciador em um objeto. Não importa se o resultado da publicação não é similar aos livros ou revistas profissionais. No *zine* não existem limites de qualidade a quem responder, pois a filosofia do DIY - *Do it Yourself* – *Faça Você Mesmo*, remete à potência criadora de cada indivíduo.

O meio mercantilizado e estereotipado da cultura de massa se constitui de representações e figuras de um grande drama mítico com o qual as audiências se identificam, é mais uma experiência de fantasia do que de auto-reconhecimento (DELEUZE, 1992, p. 12).

O mercado dos objetos industrializados acostumou os consumidores a certo tipo de resolução, de acabamento, de experiência, de sentir, limitando as possibilidades de existência das coisas que habitam o mundo às gaiolas das vitrines. Nas palavras da *fanzineira* Andrea Díaz Cabezas “a precariedade técnica dos *zines*, é mais uma virtude do que um *handicap*. E é que fazer algo *lo-fi* ou com poucos meios, não significa nem deixar de fazer alguma coisa ou que seja má-feita”⁸. Logo a *fanzineira*, conclui que o *zine* é o meio de expressão “mais urgente, autêntico e poderoso do qual fomos dotados pelas sub-culturas”. *Lo-fi*, contração das palavras *low fidelity* – baixa fidelidade, é o correspondente

8. Entrevista no podcast *Tirando Bombitas*. Disponível em: <<http://bombasparadesayunar.blogspot.com.es>>. Acesso em julho de 2015.

musical ao *zine*, quer dizer, realizar algo com poucos recursos financeiros e técnicos. Resumindo, o alternativo é aquilo que luta contra a exploração capitalista das expressões do conhecimento.

A juventude e o *zine*

Tradicionalmente tem se imaginado os leitores e produtores de *zines* como pessoas jovens, que moram em grandes cidades e, segundo Martínez (2008) com um alto sentido reivindicativo. De fato, a pessoa que está envolvida no universo dos *zines* é uma minoria que trabalha colaborativamente, (comprando, distribuindo, vendendo, participando, assistindo, promovendo) as publicações e se sentindo “solidário com a mensagem”. Inclusive participa enviando notícias e mensagens para que apareçam nos seguintes números das revistas (MARTINEZ, 2008, p. 163).

Nos remetendo a Canevacci (2005, p. 29), a noção de juventude é uma categoria que “tenta homogeneizar ritual e estatisticamente aquele processo fluido de passagem da geração de adolescente para adulto”, lhe conferindo uma identidade fixa que permite ser circunscrita como algo apreensível, dominável. Em uma época de identidades transitórias, a ideia de juventude se desmancha porque “cada indivíduo pode perceber sua própria condição de jovem como não-determinada e inclusive como não terminável. (...) A juventude se dilata, morrem as faixas etárias, morre o corpo natural, desmorona-se a demografia, multiplicam-se as identidades móveis e nômades” (CANEVACCI, 2005, p. 29).

A juventude estendida passa a ser um imperativo social, prorrogando os ritos de passagem. O espírito aventureiro da juventude, que goza de certas liberdades confunde as suas vantagens de desapego com as incertezas de uma sociedade que não garante mais nenhum tipo de estabilidade. O eterno jovem investe no seu próprio entretenimento, se declara consumidor de bons momentos, de tempos felizes e duradouros. O lúdico, algo que décadas antes estava destinado principalmente as crianças, passou a ser um valor a ser experimentado ao longo da vida e obrigatório aos olhos da sociedade que demanda imperativamente a felicidade do outro.

Podemos fazer uma ponte entre o pensamento de Canevacci e o nosso objeto quando o autor formula que “a mutação antropológica da libertação do trabalho repetitivo e alienado – fundador do capitalismo primário –, pode permitir a difusão descentralizada e diferenciada de um trabalho outro: criativo, individual, temporário” (2005, p. 30). Quer dizer, esses três elementos (criativo, individual e temporário) são os mesmos que estão sendo colocados como principais atributos das publicações independentes.

O lúdico no *fanzine* é uma categoria que permeia o processo todo: a concepção, escrita ou desenho, diagramação, impressão, montagem e distribuição. “O lúdico aparece como um jeito de dizer as coisas, uma forma de perceber a vida como um jogo interminável” (ANALCO, 2007, p. 78). Nesse sentido, a “posição de exceção que corresponde ao jogo põe-se bem manifesto na facilidade com que se rodeia de mistério. Na esfera do jogo as leis e usos da vida ordinária não têm validade nenhuma. Nós somos

outra coisa e fazemos outras coisas” (HUIZINGA, 2000, p. 13). Nós nos desencanaixamos dos nossos papéis cotidianos e brincamos a elaborar algo que poderíamos chegar a ser: um escritor, quadrinista, um jornalista. O ato de criação serve para emular um possível projeto de vida.

O jogo, no seu aspecto formal, é uma ação livre executada “como si” e sentida como situada fora da vida corriqueira, mas que, apesar de tudo, pode absorver completamente o jogador, sem que tenha nele nenhum interesse material nem se obtenha dele algum aproveitamento, que se executa dentro de determinado tempo e num determinado espaço, que se desenvolve na ordem submetida às regras e que dá origem a associações que propendem a se disfarçar para se destacar do mundo habitual (HUIZINGA, 2000, p. 27).

O espaço que delimita o jogo carrega um conjunto de regras próprias, transformando o recinto ocupado num lugar temporário de culto. Desde um ponto de vista formal, não existe diferença entre a delimitação de um espaço para fins sagrados e a para fins de jogo (HUIZINGA, 2000, p. 18). A questão do espaço será desenvolvida quando formos problematizar a feira de *zines*.

Para pensar o sentido do jovem latino-americano como ator social, para Rosanna Reguillo (2012), é preciso discutir o embate com que o mundo adulto os assume: por uma parte, uma juventude inadequada, violenta, escassa de valores; por outro lado, uma juventude que é a reserva do futuro, a promessa das novas gerações. Sob essa contradição que “sataniza e exalta” o universo

do jovem, desde a invisibilidade macropolítica, eles geram estratégias micropolíticas de inserção e ordem num mundo incerto. E sobre a pergunta, qual a situação dos jovens hoje? A autora sugere que:

Entre los jóvenes, las utopías revolucionarias de los años setenta, el enojo y la frustración de los ochenta, el hedonismo y la estridencia de los noventa han mutado, en la primera década del siglo XXI, hacia formas de presencia, coexistencia y manifestación que parecen fundamentarse en un principio ético-político generoso: el reconocimiento explícito de no ser portadores de ninguna verdad absoluta en nombre de la cual podrían ejercer un poder excluyente (REGUILLO, 2012. p. 14).

O zine de hoje

Quando a internet se integrou ao cotidiano de consumo imagético das sociedades, principalmente nas grandes cidades no meio da década de 1990, emergiu um novo paradigma comunicativo a partir do qual teria que ser analisado o estado das mídias e as formas como elas são gerenciadas e apropriadas. Os circuitos globais do *zine* não foram imunes à digitalização da cultura. A nascente cibercultura transformou certos valores que constituíam as publicações independentes. O autor André Lemos nos informa que:

Essa nova configuração de comunicação instantânea e descentralizada é uma mudança estrutural inédita no processo de comunicação, chamada de estrutura “pós-

-massiva”. Pela primeira vez na história “qualquer indivíduo pode produzir e publicar informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, adicionar e colaborar em rede com outros, reconfigurando a indústria cultural (‘massiva’)” (LEMOS, 2007, p. 36).

Os *zines* impressos tiveram um tempo de crise transformadora quando as ferramentas de publicação online passaram a concorrer com o resto de expressões impressas, uma transformação com a qual ainda se lida no mercado editorial. Houve igualmente um movimento migratório do papel à tela tanto para a leitura quanto para a elaboração dos *zines*. Na elaboração do impresso, foram deslocadas as técnicas físicas pela diagramação digital. De certa forma, se globalizaram as ferramentas plásticas (BORGES, 2009, p. 5).

Para a pesquisadora e autora de *zines* da argentina Laura Caraballo, existem duas noções fundamentais a serem entendidas sobre os *weblogs* no campo tanto dos *fanzines* quanto dos quadrinhos:

A vinculação entre os sites a través do hiperlink numa grande rede que une os grupos e os autores individuais ao diálogo constante com o público posiciona o quadrinho contemporâneo no mundo das redes sociais. Também permite, por sua vez, observar uma ampla gama de propostas e estilos com uma forte tendência à experimentação, um olhar pessoal, a marca do autor (CARABALLO, 2010. p. 6. Tradução nossa).

As novas formas de sociabilidade trazidas pelas redes sociais digitais passaram a estar entre os principais marcos de referência

que compõe o repertório visual do artista. No nível das interações humanas, os produtores de *zines* construíram *weblogs*, *e-zines* e *photoblogs*, que permitiram o intercâmbio de conhecimento com uma rede global de *fanzineiros*. Trocou-se o encontro físico pelo encontro virtual, o sistema de correspondência via correio virou lista de e-mail. Essas mudanças ampliaram as possibilidades de interação numa escala global, enquanto tirava-se a atenção do local⁹.

Maria Margarida Cavalcanti, socióloga brasileira, discorre sobre as formas de “sociabilidades múltiplas” da contemporaneidade, descrevendo um jogo no qual, nas metrópoles se contrapõe a intensa privatização dos territórios urbanos e deterioro dos espaços públicos. Nesse panorama de fragmentação da cidade -e em certa medida da própria ideia de cidadania-, criam-se novas formas de “estar junto”, de estabelecer laços de sociabilidade baseados, não exclusivamente em categorias modernas como o trabalho ou a vizinhança ou o lugar de origem; mas na empatia das identidades das comunidades virtuais (CAVALCANTI, 2009, p. 69).

A autora aponta, conforme à referência de Zigmunt Bauman (2003 In: CAVALCANTI, 2009, p. 73), que as comunidades trazem a possibilidade de construção de referências indentitárias ligadas à segurança, como uma denominação nova para a busca do paraíso perdido em tempos de incerteza. Nessa perspectiva, para redefinir o significado de pertencimento precisa ser realizado “um salto imaginário a um mundo próprio, seguro e completo,

9. Aclaramos que nenhum dos efeitos aqui descritos pela inserção do digital pode ser assumido de forma totalizante e permanente.

apenas para os iniciados” (2009, p. 73), habitado por seres com visões de mundo confluentes.

O papel das tecnologias de informação e da comunicação em uma era de redes e hipertexto, de uma forma similar ao acontecido na década de 1970 e 80 com o auge do audiovisual, tem sido o de ajudar a recriar a geografia das culturas a partir dos interesses específicos de consumo de cada indivíduo.

A grande mutação tecnológica é dada com a emergência das técnicas da informação, as quais — ao contrário das técnicas das máquinas — são constitucionalmente divisíveis, flexíveis e dóceis, adaptáveis a todos os meios e culturas, ainda que seu uso perverso atual seja subordinado aos interesses dos grandes capitais. Mas, quando sua utilização for democratizada, essas técnicas doces estarão ao serviço do homem (SANTOS, 2000, p. 85).

A anterior citação tomada do documento de espírito emancipatório *Por uma outra globalização* de Milton Santos, é certa quando argumenta que estamos prestes a alcançar um nível de desenvolvimento tecnológico o suficiente para resolver a acelerada destruição do mundo natural e humano, enquanto os poderes capitais o permitam. Diferente da revolução industrial que transformava as matérias primas, a mutação tecnológica do mundo contemporâneo age essencialmente na dimensão do conhecimento. O parágrafo de Santos continua se perguntando sobre a hora em que a mudança não será somente a um nível técnico e

informação, mas filosófico, que atribua um novo sentido existencial à vida, a “um novo mundo possível” (SANTOS, 2000. p. 85).

A reflexão do filósofo baiano é um convite a pensar sobre as tecnologias da informação e comunicação sendo parte ativa da construção de novas formas de ser humano. É por isso que achamos inquietante o *zine*, porque nele se enxergam diversas vias de compreensão do mundo (lembrando os *perzines*). Ele é um resguardo para o consumo consciente da intimidade do outro, contestando ao consumo imagético – iconofágico - das telas em prol do papel. Há no mundo mais de 2,6 bilhões de aparelhos que possuem câmeras, Facebook faz o upload de seis bilhões de fotos cada mês. Em dois minutos são obturadas mais fotos que todas as fotos feitas no século XIX¹⁰. O excesso dessas imagens não pertence mais ao plano da comunicação interpessoal, então faz-se urgente se perguntar o sentido desse excesso.

A produção facilitada não apenas inflaciona o suporte no mundo atual, gerando grande quantidade de detritos [...] como inflaciona igualmente as próprias imagens que ocupam indiscriminadamente e irrestritamente todos os espaços da vida. Elas passam assim a fazer parte decisiva da vida, a serem habitantes do mundo, a dividir com os homens os espaços do mundo (Baitello, *apud* ANDRADE, 2010, p. 8).

10. Disponível em: <<http://www.theglobeandmail.com/life/humanity-takes-millions-of-photos-every-day-why-are-most-so-forgettable/article12754086/?page=all>>. Acesso em julho de 2015.

A pesquisadora em comunicação e consumo Rose de Melo Rocha (2009) também parte da concepção de Baitello para tentar enxergar, além do pessimismo da sobressaturação imagética, “novas politicidades e potencialidades expressivas”, no marco de uma sociedade na qual, a visualidade e a visibilidade, se tornaram um direito e uma exigência política.

Descrição de uma feira de zines

A reportagem de Jornal Brasiliense intitulada *Primeira feira de publicações independentes* elabora um rápido estado da arte do setor editorial mencionando que:

Um terço da receita das editoras brasileiras depende de compras governamentais, segundo dados da Câmara Brasileira do Livro (CBL). Nos dois terços restantes, grande parte do mercado editorial prefere investir em fórmulas que garantem rentabilidade e em apostas seguras que permitem a sobrevivência em tempos de recessão econômica. Alheios à essa lógica de mercado, publicações autorais independentes endossam a máxima de que, quando se é responsável pela própria obra, o lucro é apenas consequência, não um ideal a ser perseguido¹¹.

11. Postado no dia 6 de junho de 2015. Disponível em: <http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2015/06/06/interna_diversao_arte,485667/primeira-edicao-de-feira-independente-de-publicacoes-comeca-neste-sabado.shtml>. Acesso em julho de 2015.

Partindo dessa situação, observamos que os eventos relacionados à cultura do *zine* nos últimos cinco anos na cidade de São Paulo apresentam uma crescente onda de feiras nas quais são expostos projetos editoriais independentes em diversos espaços culturais da cidade, tanto públicos quanto privados. As principais três feiras da cidade, e que em certa medida são também as mais representativas do Brasil são: a feira Tijuana, que vai cumprir a sua oitava edição, tendo sido a primeira em 2009¹²; a *Feira Plana*, que acontecerá pela quinta vez no Museu da Imagem e do Som – MIS no mês de fevereiro de 2016¹³; e a feira *Ugra Zine Press* que comemorará a quarta edição em 2015¹⁴. Adicionalmente, outras feiras menores estão acontecendo com frequência ao longo da cidade, representando uma manifestação coletiva que articula espontaneamente artistas produtores e compradores.

A feira é um catalizador de interações sociais no qual existem comumente três atores principais: os expositores, os visitantes e os objetos de consumo aqui chamados de *zines*. O formato das feiras costuma ser desenhado a partir de linhas criadas pela disposição das mesas em que o material é exposto. De um lado da linha das mesas estão sentados os expositores e do outro vão caminhando os visitantes-compradores. Estes últimos vão percorrendo uma por uma as mesas, folhando os *zines*, sopesando a decisão de compra.

12. Disponível em: <<http://cargocollective.com/tijuana>>. Acesso em julho de 2015.

13. Disponível em: <<http://www.feiraplana.org/ABOUT-SOBRE>>. Acesso em julho de 2015.

14. Disponível em: <<http://ugrapress.com.br/uzf2014/index.php/sobre/>>. Acesso em julho de 2015.

Um fator determinante para a aquisição de um *zine* é a história de vida do criador que tem por trás do impresso. Essa história é expressada no contato direto com o artista, quem constantemente dialoga com os possíveis leitores, estabelecendo um vínculo afetivo passageiro, que está além da relação vendedor-cliente.

Porque uma obra autoral não está feita na esteira industrial editorial. Cada livro é uma experiência diferente, cada um é um texto a ser compreendido por separado. Deleuze (1992) examina a natureza do livro e chega a tipificar duas possíveis vias para aprendê-lo:

É que há duas maneiras de ler um livro. Podemos considerá-lo como uma caixa que remete a um dentro, e então vamos buscar seu significado, e aí, se formos ainda mais perversos ou corrompidos, partimos em busca do significante. E trataremos o livro seguinte como uma caixa contida na precedente, ou contendo-os por sua vez. E comentaremos, interpretaremos, pediremos explicações, escreveremos o livro do livro, ao infinito. Ou a outra maneira: consideramos um livro como uma pequena máquina a-significante; o único problema é: “isso não funciona, e como é que funciona?” Como isso funciona para você? Se não funciona, se nada se passa, pegue outro livro. Essa outra leitura é uma leitura em intensidade: algo passa ou não passa. Não há nada a explicar, nada a compreender, nada a interpretar” (DELEUZE, 1992, p. 16).

Dessa concepção que Deleuze faz sobre a leitura tomamos a segunda maneira que ele propõe para descrever algo próximo ao que acontece quando nos deparamos com um *zine*; cujas dobras,

cujo formato, conteúdo ou ordem de leitura, não estão codificados para serem evidentes, precisando de uma indução verbal por parte do artista para que vire significante. Esse é um dos motivos pelos quais na feira se vivencia um comportamento anômalo dentre os lugares dedicados à compra de bens. O convite da feira é à troca de experiências, ao crescimento coletivo. Nesse sentido, lembrando as palavras de Huizinga, podemos considerar a feira como um grande jogo colaborativo:

Todo jogo se processa e existe no interior de um campo previamente delimitado, de maneira material ou imaginária, deliberada ou espontânea. Tal como não há diferença formal entre o jogo e o culto, do mesmo modo o “lugar sagrado” não pode ser formalmente distinguido do terreno de jogo. A arena, a mesa de jogo, o círculo mágico, o templo, o palco, a tela, o campo de tênis, o tribunal etc., têm todos a forma e a função de terrenos de jogo, isto é, lugares proibidos, isolados, fechados, sagrados, em cujo interior se respeitam determinadas regras. Todos eles são mundos temporários dentro do mundo habitual, dedicados à prática de uma atividade especial (HUIZINGA, 2000, p. 11).

À maneira de conclusão parcial, assumimos a feira como um lugar de diálogo e consumo lúdico que promove a formação de comunidades, dentro do que Maffesoli (2006) descreveu como “o paradoxo constante que se estabelece entre a massificação crescente e o desenvolvimento dos microgrupos chamados de tribos”. Na tribo urbana, os indivíduos em intenção de comunhão se epifanizam em um “nós muito fortemente presente” sendo a base de tudo isso a situação de face a face. Além disso, “quer seja

pelo contato, pela percepção, ou pelo olhar, existe sempre algo de sensível na relação de sintonia. É esse sensível que é o substrato do reconhecimento e da experiência do outro” (MAFFESOLI, 2006, p. 129).

Considerações finais

No percurso da construção desse artigo foram aparecendo qualidades inesperadas do nosso objeto de estudo. Seu caráter alternativo, comunitário, subjetivista, o tornam um lugar fértil para a reflexão, que inclui também aquelas expressões culturais que dialogam diretamente com a filosofia do *DIY*. Nesse sentido concordamos com as palavras do pensador Néstor García Canclini, durante uma entrevista dada ao jornal *O Globo* intitulada *O precário é condição predominante na criação*, quando observa em quatro pontos principais, as características de todo processo criativo, sendo a primeira delas:

A inovação, que se refere a um processo de repetição que gera algo novo, que não existia. Uma segunda característica é a incerteza, porque a atividade criadora não transita por caminhos programados, de um início até um resultado previsível. Ela se desenvolve através de uma constante experimentação. Um terceiro aspecto é a precariedade, que designa a condição social de fragilidade e desproteção em que se desenvolvem, hoje, os processos criativos. E o último ponto (...) é pensar o processo criativo neste mundo globalizado e de interculturalidade, a relação entre o trabalho criador e a sociedade, mas a criação que não se

limita apenas a responder às condições de uma cidade ou de um país, mas a um horizonte muito mais amplo (CANCLINI, 2015).

Ao nosso ver, aquilo que Canclini chama de “um horizonte mais amplo”, é uma consciência global sobre o potencial criativo inato de cada um de nós. Estamos num mundo no qual a precariedade é a base econômica do cotidiano, e principalmente no mundo artístico cuja instabilidade exprime-se numa vida baseada nos projetos de curto prazo. Porém, é da fragilidade social que tem surgido práticas comunicativas mais humanas, mais horizontais, mais fraternais, vistas nos movimentos de protesto ao redor do mundo.

Assim, finalizamos esse breve percurso ao redor das práticas de produção e circulação que compõem o universo dos *zines* com as potentes palavras de Hardt e Negri (2014), que pedem ao leitor para parar de ser um ser midiaticado e assim quebrar com o feitiço hipnótico da sobre-exposição à informação. Através do diálogo direto é possível criar redes e trabalhar pelo “estar junto”, não somente “com o objetivo de descobrir uma verdade, mas, talvez assim, na convivência, construí-la” (HARDT; NEGRI, 2014, p.56). Às vezes parece que ficamos encantados com as telas e não conseguimos tirar os nossos olhos delas, acreditamos em tudo que vemos nos jornais, precisamos desprender nossa atenção da mídia. A chamada reivindicadora é a de produzir a verdade, ser criador da história, não um mero espectador.

Referências

ANALCO, A. Cuerpos en papel : la representación del cuerpo juvenil en el fanzine. *Revista Fuentes humanísticas*: imágenes corporales y cultura de masas. Dossier. Año 19, número 34. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Humanidades. 2007 p. 73–87.

ANDRADE, D. Stickers: inserção e visibilidade no espaço urbano. *Revista Cordis*, São Paulo, v. 4, n. 3, 2009-2010. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/cordis/issue/view/668>>. Acesso em julho de 2015

ANDRAUS, G; SANTOS NETO, E. Dos zines aos biograficines: Compartilhar narrativas de vida e formação com imagens, criatividade e autoria. In: RODRIGUEZ, C. (Org.), *Fanzines: Autoria, subjetividade e invenção de Si*. Fortaleza: Edições UFC, 2010, 139 p.

BARBERO, J. *Oficio de Cartógrafo*. Travesías latino-americanas de la comunicación en la cultura. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica. 2002, 484 p.

BARBERO, J; OCHOA, A. Políticas de multiculturalidad y desubicaciones de lo popular. In: MATO, D (Org.). *Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2005, p. 181–197.

BIEL, J; BRENT, B. *Make a Zine!*, When words and graphics collide! 2ª edição. Bloomington: Microcosm Publishing, 2008, 160 p.

BORGES, H. *Fanzines e as novas tecnologias*: Possíveis contribuições da internet para as publicações alternativas da década de 1980. 2009. Dissertação (Mestrado em Design da Imagem). Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto. Porto. 2009.

CANCLINI, N. O precário é condição predominante na criação: Entrevista (14 de abril de 2015). Rio de Janeiro: *Jornal O Globo*. Entrevista concedida a Luiz Felipe Reis. Disponível em <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/o-precario-condicao-predominante-na-criacao-diz-nestor-canclini-15862029.html>>. Acesso em: julho de 2015.

CANEVACCI, M. *Culturas eXtremas: Mutações juvenis nos corpos das metrópoles*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005, 200 p.

CARABALLO, L. Historieta argentina: Del fanzine al weblog. II Congreso Iberoamericano de Investigación Artística y Proyectual y V Jornada de Investigación en Disciplinas Artísticas y Proyectuales. La Plata, 2010.

CAVALCANTI, M. Cidades globais, cidades virtuais: a construção da identidade-lugar em tempos de incerteza. In: BORELLI, S; FREITA, R. (Org). *Comunicação, narrativas e culturas urbanas*. São Paulo: Educ, 2009, p. 63–78.

DELEUZE, G. *Conversações: 1972–1990*, São Paulo: Ed. 34, 1992, 232 p.

HARDT, M; NEGRI, A. *Declaração Isto não é um manifesto*. São Paulo: N-1 edições, 2014, p.144.

HUIZINGA, J. *Homo Ludens*. 4ª edição. São Paulo: Perspectiva, 2000, 256 p.

LEMOS, A. Cibercultura como território recombinante. In: MARTINS, C. (Org.). *Territórios recombinantes*. São Paulo: Fundação Sérgio Mota, 2007.

MAFFESOLI, M. *O tempo das tribos*. 4ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006, 297 p.

MAGALHÃES, H. *O que é fanzine*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

MARTÍNEZ, C. Fanzines, prensa alternativa y otras publicaciones underground de la Fundacion Sancho el Sabio. In: Sancho el Sabio: Revista de cultura e investigación vasca = euskal kultura eta ikerketa aldizkaria. No. 9, Vitoria-Gasteiz, 2008.

REGUILLO, R. *Culturas Juveniles: Formas políticas del desencanto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2012, 192 p.

ROCHA, R. É a partir de imagens que falamos de consumo. In: BACCEGA, M; CASTRO, G. (orgs.). *Comunicação e consumo nas culturas locais e global*. São Paulo: ESPM, 2009. p. 761. Disponível em <http://ppgcom.espm.br/images/docs/_ebook_cults_loc_glob.pdf> Acesso em julho de 2015.

SANTOS, M. *Por uma outra globalização*. 9ª edição. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2000, 176 p.

SNO, M. *O universo paralelo dos zines*, São Paulo: Timozin, 2015, 120 p.