



COMUNICON 2015

congresso internacional  
comunicação e consumo

5º ENCONTRO DE GTs  
1º ENCONTRO DE GTs DE GRADUAÇÃO  
2º ENCONTRO BINACIONAL

PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2015 (5 a 7 de outubro 2015)

## ATUALIZAÇÃO DA CONCEPÇÃO SOBRE AQUILO CHAMADO DE ZINE

### Uma revisão dos tópicos vinculados ao zine contemporâneo <sup>1</sup>

Omar Alejandro Sanchez Rico<sup>2</sup>

PPGCOM – ESPM. São Paulo.

#### Resumo

Será exposta uma pesquisa documental que fornece pistas sobre as características comumente atribuídas àquilo chamado de Zine. A partir desse levantamento será feita uma análise que localize o objeto dentro do campo dos estudos em Comunicação e Práticas de Consumo. A discussão se aproximará de quatro tópicos: uma revisão da noção de juventude, uma aproximação ao conceito do alternativo, a incidência das mutações tecnológicas no entendimento do zine na contemporaneidade e as práticas de convívio agenciada pelo movimento do zine dentro do espaço das feiras.

**Palavras-chave:** Comunicação e consumo, Alternativo, Zine.

#### Introdução

O seguinte texto propõe colocar dentro de um ambiente de discussão acadêmica a natureza do objeto comumente chamado de zine. Para conseguir tal diálogo, serão trazidos escritos que problematizam as características estéticas, sociais e comunicativas dessa forma de expressão impressa. Os convidados ao debate foram aquelas vozes que tem trabalhado recentemente o tema desde uma postura acadêmica. Para encontra-los, foi revisado o conteúdo disponível de livros, dissertações e artigos relacionados diretamente com a palavra “zine”. A partir desses documentos apareceram elementos recorrentes que compõem o universo dessa produção cultural. Posteriormente foi feito

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CONSUMO E NOVOS FLUXOS POLÍTICOS: ativismos, cosmopolitismos, práticas contrahegemônicas, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

<sup>2</sup> Formado em Design Gráfico na Universidad del Cauca – Colômbia, trabalhou em diversas áreas da produção visual como ilustração, design comunicacional, grafitti, animação e encadernação. Atualmente cursa o mestrado Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM.



um cruzamento da observação teórica de autores provenientes das diversas áreas que formam o estudo interdisciplinar da Comunicação e Consumo, como antropologia, sociologia e filosofia. O resultado desse processo de sobreposição foi um tecido, que formou uma rede mista de conhecimentos suficientes para descrever o objeto num contexto complexo e dinâmico.

Durante o cruzamento entre empiria e teoria, aparecem certas temáticas de nosso interesse. Uma delas é a de juventude. Ela é constante na caracterização dos produtores e consumidores de zines e foi discutida a partir de um olhar que questiona a relevância da estratificação geracional. O seguinte tópico trazido é a das mutações tecnológicas na comunicação e na informação das últimas décadas que modificaram as estratégias de interação humana nas cidades. Depois foi aproveitada a revisão bibliográfica para indagar a validade do conceito do alternativo. Finalmente, apresenta-se uma observação descritiva das feiras de zines, sendo entendidas como espaços de sociabilidade que possui uma lógica de valores particular.

### **O que é um zine?**

Para o pesquisador não acadêmico 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 Sno chama de veículo, o entendemos como uma publicação editada por uma pessoa ou coletivo, 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 é feito de um modo não industrializado, a confecção acontece na casa dos próprio autores, com técnicas de baixo custo, fazendo uso de fotocopadora, serigrafia, costura manual e grampeador.

Complementando essa definição, os zines “surgem da necessidade de expressão de grupos específicos e tornaram-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 tem 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 1930 (MAGALHAES, 1993), um aficionado por histórias de ficção científica quem formou em 1929 o *Science Correspondence Club*<sup>3</sup>: um grupo de correspondência integrado por entusiastas que trocavam cartas abordando assuntos relacionados à ficção, ficção científica e a ciência, com o desejo 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 as mensagens que os subscritores lhe enviavam. (BIEL; BRENT, 2008. p.17). Nesse momento aparecem simultaneamente os termos *fanfiction* e *fandom*.<sup>4</sup>

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 possui uma forte ligação com as produções 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 interferência direta da indústria do entretenimento midiático.

O formato do zine esteve presente na maioria dos movimentos culturais da segunda metade do século XX tendo como marco técnico o desenvolvimento de técnicas acessíveis 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*, entre os *Provos*, entre os *hippies* nos Estados Unidos e no movimento anti-nuclear na Rússia, do qual se destaca-se a autopublicação *Crônicas de eventos atuais*. (BIEL; BRENT, 2008 p.18)

<sup>3</sup> Disponível em: <[http://zinewiki.com/The\\_Comet](http://zinewiki.com/The_Comet)>. Acesso em jul. de 2015.

<sup>4</sup> Disponível em: <[http://www.sf-encyclopedia.com/entry/palmer\\_raymond\\_a](http://www.sf-encyclopedia.com/entry/palmer_raymond_a)>. Acesso em: jul. de 15



Encontramos até a década dos anos (19)80 três linhas editoriais importantes: os que divulgavam conteúdo de música independente, notícias sobre bandas, eventos, lançamentos, principalmente da cena punk e rock, os dedicados a divulgar histórias em quadrinhos autorais, e aqueles que possuem uma bandeira militante promovendo o pensamento crítico das estruturas políticas dominantes, tendo uma ligação constante com movimentos anarquistas, ambientalista, de gênero<sup>5</sup>, ou que manifesta algum tipo de reivindicação social.

Além dessas três vertentes, existem outras que tem ganho força nos últimos anos, que são a poesia, os relatos homoeróticos, os diários fotográficos, de desenho, e os autobiográficos que também são chamados de *biograficzines* ou *perzine* (contração de *personal zine*), no qual serão seus realizadores quem protagonizarão as narrativas, são eles colocados no primeiro plano, fazem-se visíveis e desde aí contam as suas histórias na primeira pessoa. (ANALCO, 2007, p.73).

Por não ter um objetivo de lucro, os zineiros não têm a responsabilidade de responder a exigências comerciais. Trata-se com outro tipo de valor que é paralelo ao incentivo do lucro. O valor está na experiência de ter conseguido realizá-lo. Assim, para os pesquisadores em *fanzinato*<sup>6</sup> brasileiro, Elydio dos Santos Neto e Gazy Andradus, o zine, e especialmente o acima citado *perzine*, tem aparecido nos últimos anos dentro dos 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* ANDRADUS; SANTOS, 2010, p.39).

Esteticamente, um dos recursos mais usados dentro dos zines é a elaboração de

---

<sup>5</sup> 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 Jul. de 2015.

<sup>6</sup> Ação de produzir zines.



colagens. Neles, a colagem se apresenta como 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. Jesús 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)

### O Alternativo

Os circuitos nos quais circulam os zines tem sido caracterizados por vários autores com o adjetivo de alternativo: *Alter*<sup>7</sup>, o outro, o segundo, o que muda; e *Native*,<sup>8</sup> o natural, hereditário, originário. O 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.

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 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 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

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

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://www.etymonline.com/index.php?term=native>>. Acesso em jul. de 2015



*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.

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 do zine é a se manifestar ante o mundo por meio de palavras e imagens na materialidade do papel. Esse 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, sem importar se o resultado da publicação não se aproxima aos livros e 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”<sup>9</sup>. Logo a zineira, 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*) 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”, conferindo-lhe uma identidade fixa que permite ser circunscrita em algo apreensível, dominável. Em uma época de identidades transitórias, a ideia de juventude se desmancha pois “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

---

<sup>9</sup> Entrevista no podcast *Tirando Bombitas*. Disponível em:  
<<http://bombasparadesayunar.blogspot.com.es>>. Acesso em jul. de 15



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, condição que décadas atrás estava destinado a crianças, passou a ser um valor a ser experimentado ao longo da vida se tornando algo obrigatório ao olhos da sociedade que demanda imperativamente a felicidade de si.

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 nas 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 rodeia-se de mistério. Na esfera do jogo as leis e usos da vida ordinária não tem validade nenhuma. Nós somos outra coisa e fazemos outras coisas” (HUIZINGA, 2000, p.13). Nós nos desencaixamos 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, a pesar 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 sometida 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, não existe diferença entre a delimitação de um espaço sagrado e o lugar de jogo. (HUIZINGA, 2000, p.18). A questão do espaço será desenvolvida quando problematizemos 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 os jovens, as utopias revolucionárias dos anos setenta, a raiva e a frustração dos oitenta, o hedonismo e a estridência dos noventa tem mudado, na primeira década do século XXI, para formas de presença, coexistência e manifestação que parecem se fundamentar em princípios ético-político generosos: o reconhecimento explícito de não serem portadores de nenhuma verdade absoluta no nome da qual poderiam exercer um poder excludente. (REGUILLO, 2012. p.14. Tradução nossa. )

### **O zine de hoje**

Quando a internet se integrou ao cotidiano de consumo imagético das sociedades, principalmente no final da década de 1980, 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. O circuito do zine não foi imune à digitalização da cultura. 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’ ” (LE MOS, 2007, p. 36)

Os zines impressos tiveram um tempo de crise transformadora quando as ferramentas de publicação online passaram a concorrer com as expressões impressas, uma transformação com a qual ainda lida o setor 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 de criação. (BORGES, 2009, p.5)

Para a pesquisadora e autora de zines Laura Caraballo, existem duas noções 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 formas de sociabilidade trazidas pelas redes sociais digitais passaram a estar entre os marcos de referência que compõe o repertório visual do artista. No nível das interações humanas, os produtores de zines construíram *weblogs*, *e-zines* e *fotologs*, que permitiram o intercâmbio de conhecimento com uma rede global de zineiros. Trocou-se o encontro físico pelo encontro virtual, o sistema de correspondência via correio virou lista de e-mail. Essas mudanças possibilitaram a interação numa escala global, enquanto tirava-se a atenção do local.

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 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, apenas para os iniciados”, (2009, p. 73) habitado por seres com visões de mundo confluentes. O papel das TICs em uma era de redes e hipertexto 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 de Milton Santos argumenta que, 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 mutação não será somente a um nível técnica 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 TICs sendo parte ativa da construção de novas formas de ser humano. É por isso que achamos oportuno 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. É contestatário ao consumo imagético – iconofágico - das telas em pro 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 XIX<sup>10</sup>. O excesso dessas imagens não pertencem 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)

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://www.theglobeandmail.com/life/humanity-takes-millions-of-photos-every-day-why-are-most-so-forgettable/article12754086/?page=all>>. Acesso em jul. de 15.



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**

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 públicos e privados da cidade. 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 2009<sup>11</sup>; a Feira Plana, que acontecerá pela quinta vez no Museu da Imagem e do Som – MIS no mês de fevereiro de 2016<sup>12</sup>; e a feira Ugra Zine Press que comemorará a quarta edição em 2015<sup>13</sup>. 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 linhas criadas pela disposição das mesas em que as publicações estão expostas. 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. 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 dialoga com os possíveis leitores, estabelecendo

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://cargocollective.com/tijuana>>. Acesso em jul. de 2015

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://www.feiraplana.org/ABOUT-SOBRE>>. Acesso em jul. de 2015

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://ugrapress.com.br/uzf2014/index.php/sobre/>>. Acesso em jul. de 2015



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 considera-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, formato, conteúdo ou ordem de leitura, não estão codificados para serem sempre evidentes, precisando de uma indução verbal por parte do criador para se tornar 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.

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. “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

O caráter alternativo, comunitário e subjetivista do zine o tornam um lugar fértil para a reflexão. Por isso apontamos as palavras de Canclini, durante uma entrevista 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.

Ao nosso ver, aquilo que Canclini chama de “um horizonte mais amplo”, é uma consciência global sobre o potencial criativo inato de cada indivíduo. Estamos em um mundo no qual a precariedade é a base econômica do cotidiano, agudizado no âmbito artístico. Porém, é da fragilidade social que tem surgido práticas comunicativas, mais horizontais, mais fraternais, vistas nos movimentos de protesto ao redor do mundo.

Finalizamos esse retrato do universo dos zines com as palavras de Hardt e Negri (2014), que pedem ao leitor para parar de ser um ser mediatizado e 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, tal vez assim, na convivência, construí-la”. (HARDT; NEGRI, 2014, p.56) Parece que ficamos encantados com as telas e não conseguimos tirar os nossos olhos delas, acreditamos em tudo que lemos 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

### Livros

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

#### **Artigos, dissertações e entrevistas**

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: jul. de 2015

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

ANALCO, A. Cuerpos en papel : la representación del cuerpo juvenil en el fanzine. In: **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.

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

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). São Paulo: *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: jul. de 2015.

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.

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

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.

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](http://ppgcom.espm.br/images/docs/_ebook_cults_loc_glob.pdf)> Acesso: Jul. 2015.