

## Fanzines e visualidade, após a influência dos computadores nas “Novas Mídias”

### *Fanzines and visuality, after the computers influence in “New Media”*

Ana BASAGLIA<sup>1</sup>

#### **Resumo**

Fanzines, publicações autorais produzidas de maneira artesanal e com baixo custo, são tradicionalmente celebrados por sua independência, tanto no aspecto comercial quanto relacionada à visualidade, pois permite ao seu editor misturar suas preferências pessoais a algumas regras de design. O presente artigo pretende descrever a influência dos computadores perante nossa cultura e, notadamente, na visualidade dos fanzines, a partir do conceito de “Novas Mídias” sugerido por Lev Manovich (2001), depois de apontarmos brevemente definições sobre cultura visual, alfabetismo visual e design gráfico, para uma compreensão mais ampla dessa proposta.

**Palavras-chave:** Fanzine. Mídia. Novas Mídias. Computador. Design gráfico.

#### **Abstract**

Fanzines, authored publications produced in a low-cost way, have traditionally been celebrated for their independence, both commercially and visually, because it allows their publisher to mix their personal preferences with some design rules. The present paper intends to describe the influence of computers in our culture and especially in the visuality of fanzines, based on the concept of “New Media” suggested by Lev Manovich (2001), after briefly pointing out some definitions about visual culture, visual literacy and graphic design, for a broader understanding of this proposal.

**Keywords:** Fanzine. Media. New Media. Computer. Graphic design.

#### **Introdução**

Nossa contemporaneidade delinea um contexto marcado, sobretudo, pelas imagens. Lev Manovich (2001), professor de Artes Visuais na Universidade de Nova

---

<sup>1</sup> Mestre em Design na Universidade Anhembi-Morumbi (UAM/SP). E-mail: ana.basaglia@gmail.com

York, aponta o que muitos já perceberam: estamos no meio de uma mudança de toda a nossa cultura perante as formas de produção, distribuição e comunicação intermediadas pelo computador. Essa revolução afeta todos os estágios da comunicação e atinge todos os tipos de mídias.

Esse artigo procura refletir sobre as relações existentes entre fanzine, imbricado com conceitos de cultura visual, alfabetismo visual, design gráfico, e as novas mídias, ainda que inicialmente pareça estranho relacionar um fazer tradicionalmente de caráter autoral e artesanal (provenientes da cultura *faça você mesmo*) com computadores.

## **Fanzine**

A definição mais comum de fanzine é a contração das palavras da língua inglesa *fanatic* (fã) com *magazine* (revista). Fanzine seria então a “revista de fã”. Registros apontam o fanzine sendo produzido nos anos 1930, mas o termo só surgiu em 1940, cunhado por Russell Chauvenet, em detrimento da expressão *fanmag* usada naquele momento, para nomear as publicações artesanais sobre ficção científica de baixa tiragem e distribuição pelo correio que começavam a pipocar nos Estados Unidos (Magalhães, 1993).

De um modo geral, o fanzine é entendido como uma revista ou jornal que tem sua linha editorial, conteúdo e distribuição independentes. A maioria dos fanzines é impressa ou xerocopiada em papel sulfite (por conta do seu baixo custo), e distribuída de mão em mão ou pelo correio; são publicações que demandam trabalho página a página e exigem múltiplas habilidades de seus editores.

O fanzine também pode ser observado como um objeto gráfico, cujas formas e processos *faça você mesmo* pelo qual é produzido fornecem uma parcela de compreensão da história do design e da cultura popular. O fanzine tem suas peculiaridades porque é produzido por um editor solitário (ou um grupo pequeno), que mistura suas preferências pessoais a regras de design. Isso permite algumas possibilidades de experimentação não apenas no sentido de uma escolha editorial do fanzine, como também no sentido da sensibilidade do designer, ambos desimpedidos de uma espécie de autocensura inerente ao

*mainstream*.<sup>2</sup> As linguagens visual e verbal que o editor usa para alcançar o leitor dizem muito a respeito da identidade tanto de um quanto do outro (Triggs, 2010).

Desde o final dos anos 1990, os fanzines também têm migrado para a internet (Triggs, 2010, p. 172), através dos *blogs*. O número de *e-zines* (como se costuma chamar o fanzine em sua versão eletrônica que surgiu nos últimos anos, aproveitando todas as facilidades do mundo digital) deve superar o de publicações independentes de qualquer outra época.

Alguns consideram essa migração boa, já que o conteúdo pode ser constantemente renovado e as notícias não ficam datadas; ainda assim, elementos visuais interessantes são perdidos e muitos ficam de fora, já que nem todos têm acesso à internet. De qualquer maneira, é inegável que a internet inaugurou um novo capítulo na história dos fanzines, aqui no Brasil e no resto do mundo também: os fanzineiros passam por cima dos correios, da cola, da tesoura e do custo, hoje podendo produzir um fanzine quase de graça.

Os puristas reclamam que a produção de *e-zines* é frequentemente apoiada em modelos de página com tipografia e *grid* predeterminados, o que faz com que a aparência desses zines fique menos distinta, sua cultura pareça mais amorfa (Triggs, 2010, p. 172, 175) e fazendo surgir um tipo de estética “sem graça”.

Talvez seja Duncombe (2008, p. 210-1) um dos críticos mais vorazes: segundo ele, o mundo dos zines não diz respeito apenas à autopublicação e à expressão individual, é uma cultura particular, com suas próprias listas de regras e valores, expectativas e restrições, com seus valores comunitários; já o mundo da autopublicação na internet, entretanto, não configura uma cultura alternativa, posto que não existem rituais ou regras a serem seguidas (sequer debatidas), apenas uma multiplicidade de vozes e valores. O autor reconhece, porém, que nós vivemos em uma era digital.

---

<sup>2</sup> *Mainstream* (em português, corrente principal) é um termo usado para definir o pensamento corrente da maioria das pessoas, relacionado com as artes em geral; essas manifestações artísticas estão repletas de clichês, análises pouco profundas e são fortemente influenciadas pela grande mídia.

## Cultura Visual

Estudiosos, educadores e artistas consideram a cultura visual como algo típico do nosso tempo, e boa parte das pesquisas sobre cultura visual é desenvolvida no campo dos Estudos Culturais, da Semiótica e da Arte-educação. Uma definição abrangente seria a que ressalta a diversidade do mundo de imagens, dos processos de visualização e de modelos de visualidade, destacando a importância dos modos de ver e da experiência visual como paradigma da nossa época e abordando as representações como práticas de significação. São imagens e mediações que tornam a sociedade possível. Uma definição mais restrita seria a que enfatiza a cultura de tempos recentes, marcados pela imagem digital e virtual, sob o domínio da tecnologia; marca também a centralidade do olhar na cultura ocidental, destacando o *ocularcentrismo*<sup>3</sup> como base do pensamento científico ocidental – a visualidade é tratada como uma ponte entre a representação e o poder cultural, na era da globalização.

A cultura visual destaca que os sentidos e os significados não estão investidos nos objetos, mas, sim, nas relações humanas. A cultura visual é uma produção social e o olhar, uma construção cultural. Há interesse nos processos e práticas cotidianas de olhar, de expor e de significar para além do estudo das imagens (produção, circulação, apropriação). Entende-se que a experiência visual não se realiza de modo isolado, e a representação visual é parte de um conjunto entrelaçado de práticas e discursos que envolvem outros sentidos da percepção.

Mirsoeff (2003) afirma que a cultura visual tem interesse pelos acontecimentos visuais em que o consumidor procura informação e significado (ou lazer), conectado a uma tecnologia visual (ele define *tecnologia visual* como sendo qualquer forma de artefato projetado, para observar ou aumentar a visão natural, de uma pintura a óleo até a TV ou a internet).

Hernández (2000) nos lembra que a cultura visual pode ser compreendida sob o

---

<sup>3</sup> Ideia centrada na superioridade da visão como forma de conhecer o mundo e estudá-lo.

enfoque de diferentes manifestações, não só dos objetos considerados canônicos, mas também dos que se produzem no presente e dos que fazem parte do passado; dos que se vinculam à própria cultura e também à cultura de outros povos (ambos na dimensão do simbólico); dos que estão nos museus e dos que aparecem nos cartazes publicitários e anúncios, nos videoclipes ou na internet; nos realizados pelos professores e também pelos próprios alunos. Segundo o autor, compreender a cultura visual significa, em primeiro lugar, reconhecer que vivemos inundados por uma extraordinária variedade de imagens (e imaginários) visuais. Em um segundo momento, também implica em aproximar-nos de todas as imagens, sem os limites de um gosto oficializado, e estudar a capacidade de todas as culturas para produzi-las, com a finalidade de conhecer seus significados e como elas afetam nossas visões sobre nós mesmos e sobre o universo visual em que estamos imersos.

Para Freedman (2003), a tecnologia tem feito com que a cultura visual seja muito mais acessível do que as formas literárias da cultura. Segundo ela, nossa percepção das imagens pode se dar como um todo, e é imediata (ou muito rápida) e mais fácil de memorizar do que os textos escritos. No âmbito da educação, nossos alunos aprendem cada vez mais a partir das formas visuais, rompendo as fronteiras tradicionais do ensino. A autora ressalta que um importante aspecto educativo da cultura visual é seu efeito sobre nossa identidade (a educação é um processo de formação da identidade, porque mudamos à medida que aprendemos).

As imagens e os artefatos da cultura visual se inter-relacionam constantemente, formando um novo conhecimento individual e grupal, dando forma ao nosso pensamento, conforme nossas representações acontecem através da esfera da cultura visual.

## **Alfabetismo visual**

Já a comunicação por meio de imagens e elementos visuais é denominada *comunicação visual*. A imagem se encontra presente na nossa vida desde a pré-história (precedendo, inclusive, todas as linguagens escritas): o homem sempre buscou se expressar através de imagens – símbolos, marcas ou desenhos. A esse propósito, Fuentes (2006) nos lembra que desenho, como entidade, em estado puro, não existe: o desenho é uma atividade exclusivamente humana, sem manifestação semelhante na natureza. Mas quantos

de nós realmente veem? Essa pergunta, formulada por Dondis (1991), em 1973, levanta uma série de outras questões: quantos conseguem perceber, compreender, contemplar, observar, descobrir, reconhecer, visualizar, examinar, ler, olhar, enfim, quantos de nós podem ser considerados indivíduos visualmente alfabetizados?

Define-se alfabetização visual como a maneira que as imagens são usadas e manipuladas para emitir mensagens precisas e/ou reunirem informação. Falando de maneira genérica, a alfabetização visual é a capacidade de distinguir o que está sendo mostrado em uma imagem. Entretanto, a alfabetização visual também pressupõe a compreensão da manipulação visual e a apreciação estética dos meios visuais e de comunicação.

Dentro do processo de aprendizagem pelo qual passa uma criança, a consciência tátil é sua primeira experiência; depois do tato, o reconhecimento do mundo passa pelo paladar, pela audição e pelo olfato: através deles, a criança interage com seu meio ambiente de uma forma intensa e fértil. Com a aquisição da capacidade de ver, reconhecer e compreender, visualmente, as forças ambientais e emocionais que a cerca, os outros sentidos acabam sendo superados, e ela passa a organizar suas necessidades e prazeres baseados naquilo que vê.

Esse processo nos parece tão natural e simples que poucos reconhecem a necessidade de desenvolver nossa capacidade de ver/visualizar, aceitando essa função como natural e inerente ao ser humano. Entretanto, o alfabetismo visual traz em si uma promessa de uma compreensão mais ampla e culta das informações e experiências que nos rodeiam, ampliando seu significado, nos transformando em observadores menos passivos diante dos modismos que se impõem aqui e ali. Alfabetismo visual significa inteligência visual (Dondis, 1991).

A necessidade de alfabetização visual vem confirmando a importância do papel da Arte na Escola. A leitura do discurso visual, que não se resume apenas à análise de forma, cor, linha, volume, equilíbrio, movimento, ritmo, mas principalmente é centrada na significação que esses atributos, em diferentes contextos, conferem à imagem é um imperativo da contemporaneidade. [...] A leitura das imagens fixas e móveis da Publicidade e da Arte na escola nos ajuda a exercitar a consciência acerca daquilo que aprendemos por meio de imagem. (BARBOSA, 2008, p. 18)

Assim, saber interpretar e organizar as informações presentes em uma imagem é fundamental para a compreensão e para a apreensão das mensagens visuais que nos cercam: a alfabetização/educação visual se faz necessária desde a primeira infância. Na escola, o professor de Arte pode estimular o aprendizado de seus alunos, preparando-os para que consigam interpretar seu mundo cheio de mensagens visuais, mas essa tarefa não cabe só a ele, especificamente. A cultura vivida pelo estudante, hoje, se caracteriza pela saturação de imagens; a maioria das informações que chega até ele se dá através delas em seus inúmeros veículos: televisão, cinema, campanhas publicitárias, revistas, jornais e internet.

Toda imagem é eloquente, afinal. Formas, cores e texturas se articulam, veiculando significados que, muitas vezes, ficam impressos na consciência de quem vê de uma maneira até mais profunda do que os textos verbais.

## **Design gráfico**

Fazer uma síntese sobre o significado do termo *design gráfico* (considerando design gráfico como uma especialidade da área do design) é sempre um exercício de escolha, visto que o design não tem uma definição única, nem pode ser considerado um evento de evolução linear na história da humanidade.

Cardoso (2010) observa que o estudo da história do design é relativamente recente – os primeiros ensaios datam da década de 1920, mas ressalta que a existência de atividades ligadas ao design é muito anterior a essa data. Ele aponta que o design é fruto de três grandes processos históricos que ocorreram de maneira interligada e simultaneamente, entre os séculos XIX e XX, a saber: a industrialização, a urbanização e a globalização.

A Associação dos Designers Gráficos (ADG), entidade brasileira que reúne os profissionais que atuam na área, define design gráfico como “um processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, ideias e conceitos, com objetivos comerciais ou de fundo social”.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> ADG BRASIL. Disponível em: <<http://www.adg.org.br/institucional/apresentacao>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

Hollis (2001) sustenta que, ao longo do tempo, as três funções básicas do design gráfico sofreram poucas alterações. A primeira função é *identificar*: dizer o que é determinada coisa, ou de onde ela veio (logotipos de empresas, rótulos de embalagens). Sua segunda função é *informar e instruir*, indicando a relação de uma coisa com outra quanto à direção, posição e escala (mapas, diagramas, sinais de direção). A terceira função é *apresentar e promover* alguma mensagem (por meio de pôsteres, anúncios publicitários etc.), e o objetivo principal é prender a atenção e torná-la inesquecível.

Mais recentemente, o termo *design gráfico pós-moderno* foi empregado para nomear o design que se vê (e que se faz) no mundo contemporâneo; essa definição, entretanto, não é aceita de maneira ampla entre os estudiosos, designers e comentaristas. As últimas décadas presenciaram mudanças radicais na área da comunicação visual, e o design gráfico hoje engloba uma expressiva variedade de opções, de estilos informais referenciados no vernacular a formas virtuosas de criação de imagens digitais que levam a tecnologia gráfica ao limite. A designação *pós-modernismo* é um termo escorregadio para muitos, ainda que seja possível argumentar que o design gráfico como é praticado hoje é um exemplo perfeito de meio de expressão popular e acessível que exhibe sintomas de pós-modernismo, com suas características de fragmentação, impureza da forma, ausência de profundidade, indeterminação, intertextualidade, pluralismo, ecletismo, retorno ao vernacular (Poynor, 2010).

Pós-moderno ou não, o design gráfico contemporâneo enfrenta um futuro incerto, pois novas tecnologias tornaram a produção e a expressão gráficas acessíveis para um número muito maior de pessoas. Os designers gráficos estão profundamente envolvidos em uma cultura de consumo que utiliza o design, de maneira cada vez mais engenhosa, como um modelo de identidade e como “arma de sedução”. Ao mesmo tempo, eles estão mais livres do que nunca para questionar, discordar e reescrever o papel que o design poderá desempenhar no futuro.



## Design gráfico e Fanzine

Com relação ao fanzine, as características gráficas que mais frequentemente se destacaram foram o uso de textos datilografados e corrigidos à mão, dispostos de maneira não convencional na página, recortes de letras ou palavras, caligrafias intencionalmente grosseiras, imagens em alto contraste ou com granulação evidente (advinda dos repetidos processos de fotocopiagem), em uma estética em que todo tipo de “erro” era (e ainda é) bem-vindo, desejável e, às vezes, propositadamente simulado.

O acesso às novas tecnologias, a partir dos anos 1980, fez com que muitos fanzines perdessem seu aspecto caótico e experimental, ainda que o “caos tipográfico” sugerido por eles tenha sido incorporado, aos poucos, ao design gráfico.<sup>5</sup> Os atuais *softwares* de edição gráfica são ferramentas que pressupõem criar certa ordem dentro de um produto gráfico – e não a confusão do processo *faça você mesmo* típico dos fanzines.

Refletindo sobre a profissão do designer gráfico, os debates em torno da autoria gráfica começaram a vir à tona inicialmente nos Estados Unidos em meados dos anos 1990, concentrando-se na sua maior parte sobre a prática do designer e o processo de publicação autoral, reavaliando o papel que o profissional pode desempenhar na mediação entre forma e conteúdo e legitimando sua voz como igual ao das outras formas privilegiadas de autoria (Triggs, 2010, p. 13).

Em artigo publicado no *The New York Times* em 2011, Steven Heller ouviu a designer e professora inglesa Teal Triggs dizer que “fanzines são objetos gráficos pessoais”.<sup>6</sup> Ele nos lembra que os fanzines foram, antes dos sites e *blogs*, um tipo de “ponte” entre as revistas tradicionais (do *mainstream*) e os boletins pessoais/autorais, um veículo em que qualquer pessoa que tivesse vontade de publicar algo poderia fazê-lo sob um custo mínimo. Visto sob a ótica digital dos dias de hoje, Heller considerava os fanzines a última parada no caminho da extinção decretada dos impressos.

---

<sup>5</sup> Escolas de design, como as norte-americanas Cranbrook Academy of Art, e CCAC – California College of Arts and Crafts; designers, como Barney Bubbles, Terry Jones, Katherine McCoy, Neville Brody e David Carson; e publicações importantes, como a *Émigré*, notadamente beberam nessa fonte (Hollis, 2001, p. 203-31, *passim*).

<sup>6</sup> Cf. artigo publicado no site do *The New York Times*, em 18 fev. 2011 e, posteriormente, impresso no jornal em 20 fev. 2011.

Apesar do pessimismo de Heller, conceituado designer e produtivo autor norte-americano de livros sobre design, as recentes feiras de zines, editoras independentes e cultura alternativa que proliferam no Brasil parecem negar a morte dos impressos.

São Paulo concentra boa parte desses eventos, como o UgraFest (a última edição do festival acabou de ocorrer na cidade), a Feira Plana (desde 2012) e a tradicional Tijuana (desde 2009). A Gibiteca Municipal Marcel Rodrigues Paes, na cidade paulista de Santos, possui uma coleção de zines em seu espaço e promove palestras, oficinas, rodas de conversa, homenagens e encontros relacionados aos fanzines; alguns museus e espaços de cultura mantidos pelos órgãos públicos estão começando a recolher zines para seu acervo.

Outras cidades também cultuam feiras, espaços independentes e projetos de zines dos mais variados tipos: no Rio de Janeiro, a Pão de Forma se apresenta como uma feira de arte impressa, de livros, zines e “múltiplos gostosos” e independentes; Belo Horizonte tem o Festival Internacional de Quadrinhos (FIQ); em Curitiba há a GibiCon – Convenção Internacional de Quadrinhos, que reúne artistas nacionais e internacionais e organiza palestras, oficinas e exposição.

Law Tissot, professor de artes visuais e ilustrador, criou um espaço para a cultura alternativa chamado *Fanzinoteca Mutação*,<sup>7</sup> a partir de uma parceria com o Ponto de Cultura ArtEstação e um prêmio recebido da Funarte,<sup>8</sup> em 2009, na cidade de Rio Grande, no Sul do país. O espaço começou com a doação do próprio acervo de fanzines de Tissot, e hoje recebe fanzines doados do Brasil todo. Em Fortaleza o grupo Zinco, depois que a *fanzineira* Fernanda Meirelles conheceu a *zineteca*<sup>9</sup> francesa Fanzinothèque de Poitiers para sua pesquisa de Mestrado, organizou em 2010 uma das primeiras *zinetecas* brasileiras.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> “Mutação” é o nome do fanzine que Tissot produz desde 1984, ao lado de alguns amigos. Para saber mais, visite o site <<http://fanzinotecamutacao.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

<sup>8</sup> A Fundação Nacional de Artes – Funarte é o órgão responsável, no âmbito do Governo Federal, pelo desenvolvimento de políticas públicas de fomento às artes visuais, à música, ao teatro, à dança e ao circo. Para saber mais, visite o site <<http://www.funarte.gov.br/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

<sup>9</sup> Assim como “biblioteca” pode significar uma coleção de livros, pública ou privada, classificados segundo algum critério, com o objetivo de conservá-los e de facilitar a consulta e o estudo, “zineteca” ou “fanzinoteca” seria uma coleção de fanzines, classificados segundo critérios predefinidos, para conservação e consulta posterior. A palavra não está dicionarizada, mas é regularmente citada e compreendida pelas pessoas que estudam, colecionam e promovem fanzines.

<sup>10</sup> ESPUTINIQUE’S. Disponível em: <<https://esputinique.wordpress.com/category/zineteca/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

## Mídias, novas mídias

Chamamos de “mídia” os meios de comunicação de massa, em que livro, jornal, revista, rádio, cinema, televisão e internet são considerados os mais comuns. Todos eles têm como principal função comunicar, educar e entreter de diferentes formas, com conteúdos selecionados e desenvolvidos para seus determinados públicos. Mídia, no Brasil, está relacionada com a pronúncia inglesa para a palavra latina *media* (meios), originada da expressão *mass media* que os ingleses extraíram da locução *media communication* (meios de comunicação).

Também costumamos nos referir à mídia de acordo com sua origem ou maneira de atuação: a *mídia impressa* é proveniente de material impresso (palpável e estático), como jornal ou revista; a *mídia eletrônica* abarca televisão, cinema, rádio e internet, onde som, imagem e transmissão de informações em um equipamento são alimentados por algum tipo de energia (no caso do rádio, somente o som); *mídia alternativa* é a veiculação de conteúdo comunicativo fora dos meios tradicionais e do circuito “oficial” de exposição das mensagens; *multimídia* é a combinação, controlada por computador, de pelo menos um tipo de mídia estática (ou discreta), como texto, fotografia e gráfico, com pelo menos um tipo de mídia dinâmica (ou contínua), como vídeo, áudio e animação.

Todas essas mídias podem ser entendidas como um grupo de “mídias modernas”, em contraponto ao conceito de “novas mídias”. Atualmente estamos no meio de uma mudança de toda a nossa cultura perante as formas de produção, distribuição e comunicação intermediadas pelo computador, afetando todos os estágios da comunicação. O computador alcançou praticamente todas as formas de mídia: textos, imagens estáticas, imagens em movimento, sons e construção de novos espaços. Hoje, ele faz parte das etapas de acesso à comunicação de uma forma geral, já que é capaz de participar também da aquisição, manipulação, arquivamento e distribuição de conteúdos. Assim, mídia e computador têm se tornado um só – todas as mídias existentes foram convertidas em dados numéricos acessíveis por computador: gráficos, imagens estáticas, imagens em

movimento, sons, formas, espaços e texto se tornaram computáveis, ou seja, as mídias se tornaram as “novas mídias”, e o computador se tornou um processador de mídias, mudando drasticamente a identidade dessa mídia.

Manovich (2001) sustenta que existem diferenças entre a “velha” e a “nova” mídia, e organizou uma lista dessas diferenças em uma certa ordem lógica de cinco princípios (representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação), nos quais os três últimos são dependentes dos dois primeiros. Nem todo objeto de mídia obedece a esses princípios, que devem ser considerados não como leis absolutas, mas como tendências gerais de uma cultura que está passando pelo processo de computadorização.

Posteriormente, Manovich (2005) nos lembra que a cada ano que passa, a definição de “novas mídias” precisa ser revista, já que mais alguma parte da cultura se vale da computação para sua distribuição. Assim, é possível supor que vai chegar um momento em que a maioria das formas de cultura irá usar a distribuição por computador, fazendo com que essa definição perca sua especificidade. E se pouco se fala a respeito da *estética* do que está sendo distribuído pelos computadores, ele questiona: sites, jogos de computador, realidade virtual, isso tudo possui algo em comum pelo fato de serem expressos por meio de um computador? Se sim, vale a pena usar a expressão “nova mídia” como uma categoria teórica; do contrário, essa expressão cairá em desuso – afinal, uma hora *tudo será nova mídia*.

## **A influência dos computadores sobre os fanzines**

Pode parecer estranho à primeira vista relacionar computadores e fanzines, uma vez que estes são feitos tradicionalmente de maneira artesanal (de maneira rústica, com pouca sofisticação ou acabamento), mas a influência do computador é cada vez mais perceptível; apresentamos a seguir alguns fanzines digitalizados do livro “Fanzines”, uma compilação com mais de 750 imagens da pesquisadora Teal Triggs (2010), que contribuem para corroborar essa afirmação.

As Figuras 1 e 2 são do fanzine “Sniffin’ Glue”<sup>11</sup> (op. Cit., p. 50-1), editado entre 1976 e 1977 e considerado o primeiro fanzine *punk* inglês. De estética agressiva, o fanzine teve 14 edições e era composto por textos datilografados e manuscritos, *cartoons* e colagens com fotografias. Sua primeira edição era identificada como uma publicação que falava de música e assuntos dirigidos “para *punks*”, com tiragem de 50 exemplares, mas as edições subsequentes tiveram pretensões de público mais abrangente (“para garotas”, “para a *new wave*”, “para um grupo de idiotas sangrentos”, “para tolos e surfistas” etc.), chegando a distribuir 15.000 exemplares. As capas desse fanzine possuíam diagramação semelhante: um cabeçalho manuscrito com o título e algumas palavras provocativas (sobre o público-alvo ou sobre o objetivo editorial da edição), uma imagem com algumas interferências gráficas centralizada ocupando quase toda a página, e outra chamada manuscrita na parte inferior. É certo que o uso do computador pouco influenciou a estética desse fanzine, mesmo porque seu uso massivo como editor pessoal só foi possível alguns anos depois, após o lançamento dos computadores Apple na década de 1980.

---

<sup>11</sup> *Cheirando cola*, em tradução livre.



Fig. 1: reprodução do fanzine "Sniffin' glue"      Fig. 2: reprodução do fanzine "Sniffin' glue"

O fanzine da Figura 3 (op. cit., p. 60) também é inglês, publicado no final dos anos 1970, e comparava o movimento *punk* ao movimento Dadá.<sup>12</sup> Podemos observar nessa imagem a influência do *layout* dos jornais, pela disposição dos textos em colunas, e uma sensação de “escola de arte” provocada pelas intervenções desenhadas. Ainda que a elaboração desse fanzine seja artesanal, é possível perceber certa influência gráfico-visual advinda do uso (ou da influência do uso) da tecnologia disponível na época, mas não do uso do computador em si.

<sup>12</sup> O movimento Dadá foi um movimento artístico da chamada “vanguarda artística moderna”. Iniciado na Suíça, em 1916, era formado por um grupo de escritores, poetas e artistas plásticos. Embora a palavra dada em francês signifique “cavalo de madeira”, sua utilização marca o *nonsense* ou falta de sentido que pode ter a linguagem (como na fala de um bebê). Para reforçar esta ideia, estabeleceu-se o mito de que o nome foi escolhido aleatoriamente, abrindo-se uma página de um dicionário e inserindo um estilete sobre ela, de forma a simbolizar o caráter antirracional do movimento, claramente contrário à Primeira Guerra Mundial e aos padrões da arte estabelecida na época. Em poucos anos o movimento alcançou, além de Zurique, outras cidades europeias e norte-americanas.



Fig. 3: reprodução de fanzine inglês

A Figura 4 mostra o fanzine “Rockgrl” (ibid., p. 119), que circulou de 1995 a 2005 e foi dedicado às mulheres na música, independente de subcategorias. Ele começou como um fanzine fotocopiado em preto e branco, e passou a circular no formato colorido após quatro anos de existência. Criado e produzido por uma editora norte-americana, sua tiragem alcançou 20.000 exemplares em 2002 e chegou a ser distribuído fora dos Estados Unidos. Aqui podemos perceber nitidamente a influência do computador na confecção do fanzine: na disposição alinhada e reta das chamadas, no uso dos tipos (que são, em última análise, *oferecidos* prontos pelos computadores, e não *desenhados* pelo criador do fanzine), na ilustração de traços limpos e sem excessos.

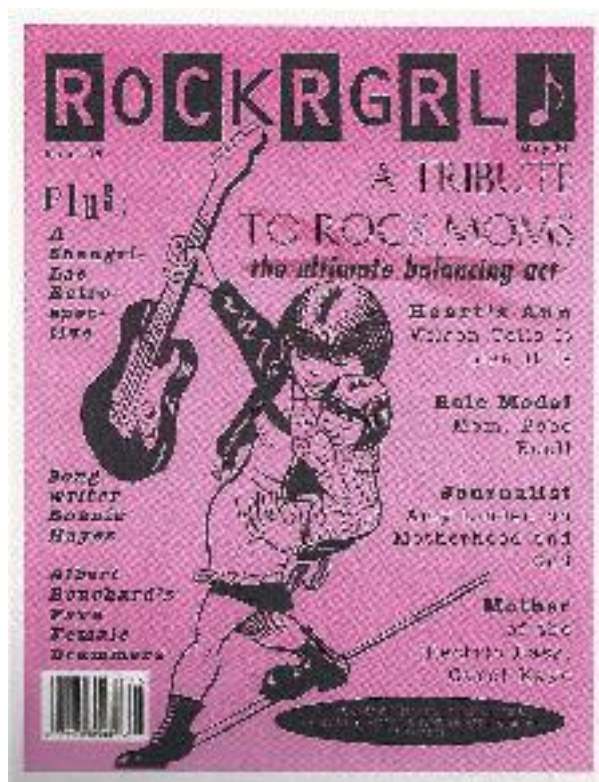


Fig. 4: reprodução do fanzine "Rockgrl"

Ainda que não tenhamos dados disponíveis, é legítimo deduzir que esse fanzine tenha sido todo produzido com o uso de programas de editoração (como o Adobe PageMaker ou o QuarkXPress, programas muito populares nessa época) e certamente sofreu influências e limitações impostas por essa opção.

As Figuras 5 e 6 são de um fanzine chamado “Ladyfriend” (op. cit., 2010, p. 197), que celebrava o universo feminino segundo sua editora, uma artista visual norte-americana, e circulou de 1999 a 2007. Esse fanzine teve 10 edições iniciais no papel (Figura 5), mas depois migrou para a internet. Na comparação das imagens lado a lado, é possível observar a enorme influência do uso do computador na confecção do “Ladyfriend” em sua versão digital (Figura 6): o fanzine precisa se adaptar às ferramentas disponíveis para a publicação de um *blog*.





digitais, eis aqui o ponto que nos interessa: fazer fanzine – e por analogia, fazer outras manifestações culturais/visuais – sem questionar a influência dos computadores está produzindo exemplares maçantes, amorfos, empastelados, a maioria com características visuais semelhantes.

O fanzine sempre foi um espaço de crítica e resistência aos padrões estabelecidos, mas aparentemente essa nova estética apresentada pelos zines contemporâneos não têm condição de manter sua independência, autoria e experimentação gráfica, características tão caras a esse universo, a menos que as pessoas que os fazem exercitem seu olhar crítico, mantenham certa distância da padronização vista nos produtos culturais computadorizados, e mantenham sua produção, ou parte dela, de maneira artesanal.

Finalizamos esse texto retomando Duncombe (2008, p. 208): existe algo a respeito da *materialidade* do zine – você pode tocá-lo, guardá-lo no bolso da calça, lê-lo em um parque, mantê-lo no banheiro, distribuí-lo em um show – e muitos de nós ainda relutam em abrir mão disso.

## Referências

BARBOSA, A. M. (Org.). **Inquietações e mudanças no ensino da arte**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2008. 184p.

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2010. 276p.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991. 240p.

DUNCOMBE, S. *Notes from underground*: zines and the politics of alternative culture. Portland: Microcosm Publishing, 2008. 256p.

FREEDMAN, K. *Enseñar la cultura visual*: curriculum, estética y la vida social del arte. Barcelona: Octaedro, 2003. 224p.

FUENTES, R. **A prática do design gráfico**: uma metodologia criativa. São Paulo: Rosari, 2006. 144p.

HELLER, S. Irreverence you can almost touch. *The New York Times*, Nova York, 18 fev. 2011. Sunday Book Review: Visuals. Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2011/02/20/books/review/Heller-t.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2011/02/20/books/review/Heller-t.html?_r=0)>. Acesso em: 10 jul. 2017.

HERNÁNDEZ, F. **Cultura visual, mudança educativa e projeto de trabalho**. Porto Alegre: Artmed Editora, 2000. 264p.

HOLLIS, R. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 250p.

MAGALHÃES, H. **O que é fanzine**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993. 80p.

MANOVICH, L. What is new media? In: MANOVICH, L. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2001.

\_\_\_\_\_. Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. In: LEÃO, L. (Org.). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: Senac, 2005.

MIRSOEFF, N. *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Piadós, 2003.

POYNOR, R. **Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo**. Porto Alegre: Bookman, 2010. 192p.

TRIGGS, T. **Fanzines**. United Kingdom: Thames & Hudson, 2010. 256p.