



FANZINES DE PAPEL.

SEGUNDA EDIÇÃO
REVISTA E AMPLIADA

Márcio Sno

2007

FANZINES DE PAPEL

O resgate do estranho sentimento que movia os fanzineiros do século passado (Edição revista e ampliada - 2007)

"Nada substitui o zine impresso, algo impresso é eterno". A frase publicada na primeira edição desse *Fanzines de Papel*, dita por Sandro Santos (*fanzine Herculóides*), pode resumir o motivo que leva uma pessoa em tempos de internet a começar ou continuar editando um fanzine em formato de papel.

Em 2005, quando fui convidado pelo Xan para dar uma oficina de zines no Sesc Barra Mansa, resolvi elaborar uma espécie de cartilha para os participantes da oficina. Daí veio o título: "Fanzines de Papel - O resgate do estranho sentimento que movia os fanzineiros do século passado", pois era exatamente esse "tal sentimento" que me perseguia quando produzia fanzines.

O mais curioso é que para os antigos fanzineiros para quem mandei uma cópia, o "estranho sentimento" foi tanto que recebi várias respostas de gente dizendo que queria voltar a fazer, que não sabia da importância de seu zine e tudo mais. Enfim, objetivo conquistado! Por conta disso tudo é que resolvi pesquisar mais profundamente o assunto, colhi mais depoimentos e fiz essa edição revista e ampliada. Para mim, definitiva.

A pesquisa, apesar de cansativa, foi muito prazerosa, pois pude reencontrar um monte de amigos que não tinha contato há muito tempo, reler vários textos, exercitar meu inglês (já que são poucos os livros publicados sobre o assunto no Brasil), mas o principal foi que o "estranho sentimento" permanece mais vivo do que nunca.

De uma forma um pouco tardia (mas não com menos intensidade), essa publicação é dedicada a uma das pessoas que muito me influenciou na produção de zines e desenhos e sempre colaborou nos meus zines: JOACY JAMYS. É dele a frase sobre a primeira edição dessa cartilha: "o teu zine sobre zines é lindo. pena que não participei,. fiquei triste. o pessoal aqui adorou." Não Jamys, você participou sim e sabe muito bem como. Nos vemos!



Márcio Sno

Produziu nos anos 90 os fanzines *Aaah!!*, *Don't Worry!!*, *Lady Die!*, *Pleasure*, além de participar dos coletivos *Bodega*, *Medonhol!*, *Os Mardito*; ser colaborador do *Under* e *Prophetical* (ambos de Portugal), *O Chabarato do Rato* (Espanha) e de diversos fanzines brasileiros. Seus trabalhos foram representados em diversas mostras e exposições por todo o Brasil e exterior. Nesse período também atuou como ilustrador de capas de fanzines, demo-tapes, CDs, flyers, matérias, camisetas, adesivos e logotipos para bandas e fanzines. Fez parte das cooperativas de fanzines *Tilt! Corp*, *Sociedade de Zineiros Anônimos* e *Cooperation Not Competition*. Hoje é jornalista e edita o zine *Arreia!*

Rua Brasília Roschel Gottsfritz, 78 - 04809-090 - São Paulo/SP
marciosno@hotmail.com

DEUS DOS FANZINES

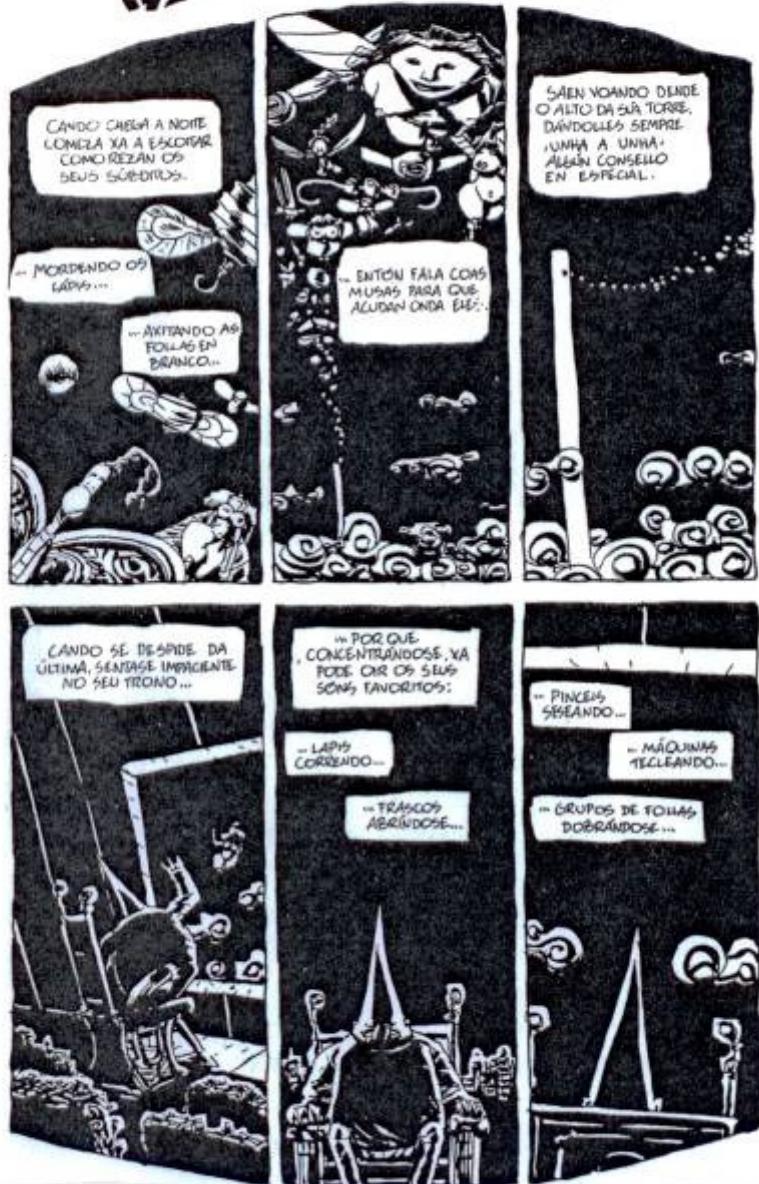


ilustración de Miguel A. Robledo publicado em *O fanzine das Xornadas Revista das VII Xornadas de B.D. de Ourense*. Espanha, 1995

O que é fanzine?

Antes de tudo, fanzine é um importante meio de comunicação e o seu principal objetivo é juntar e aumentar o círculo de amizades entre pessoas com idéias e gostos em comum, além de divulgar cultura. É uma produção independente que divulga trabalhos de seu editor ou de artistas que não têm acesso à grande mídia.

À grosso modo, seria uma revista alternativa que tem sua linha editorial, conteúdo e distribuição independentes. É o espaço onde o editor, inconformado com a mesmice ou cansado de não ver aquilo que interessa nas "revistas de verdade", coloca suas idéias e/ou expõe um ponto de vista de um assunto diferente do que se vê na grande mídia. Ao contrário das publicações mais profissionais, os fanzines têm mais liberdade para expor uma opinião, pois não depende ou tem "rabo preso" com ninguém. Logo, as opiniões expostas (embora nem sempre representem a verdade, ou se transformem após algum tempo) são sinceras.

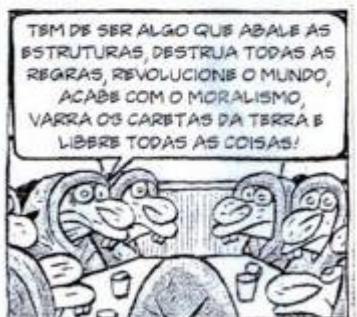
Também serve como alternativa para quem produz alguma arte (histórias em quadrinhos, contos, poesias etc.) e não tem onde publicar. "Fazer zine é contribuir, de alguma forma, para a democratização da comunicação, considerando que a comunicação não é constituída apenas pelos grandes meios".¹

A produção de um fanzine é totalmente artesanal, tendo a tesoura e a cola como ferramentas com o mesmo nível de importância de um programa de edição de texto. Em sua maioria, são impressos em papel sulfite, geralmente xerocopiados e distribuídos de mão-em-mão ou pelo correio. Não há preocupação com grandes tiragens (que giram em torno de 50 a 100 exemplares por edição) ou lucro. Os zines, como também são conhecidos, são publicações editadas e produzidas, na maioria das vezes, por uma única pessoa. Destinam-se a um público dirigido e abordam quase sempre um único tema.

O dicionário Aurélio define fanzine como "publicação alternativa, fora dos padrões convencionais, dedicada a assuntos de música popular".² No decorrer desse texto, veremos que não é apenas para isso. Então,

¹ Joanne Oyama Siqueira. O fanzine como fator de identificação cultural. Fortaleza: 2003

² Aurélio Buarque de Holanda Ferreira. Dicionário Aurélio Séc. XXI. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999





fica claro o quanto faltam publicações que tratem o tema com mais carinho.

-x-

De onde vêm os fanzines?

Os fanzines surgiram na década de 1950, nos Estados Unidos, com publicações de ficção científica. Mas a denominação fanzine (neologismo formado pela contração dos termos ingleses "fanatic" e "magazines", ou seja, "revista do fã") só foi criada em 1941 por Russ Chauvenet. O primeiro fanzine de que se tem notícia chamava-se *The Comet*, que era voltado para a ficção científica. A partir de então espalhou-se pelo mundo.³

Em 1976, foi editado na Inglaterra o fanzine *Sniffing Glue*, o primeiro zine punk de que se tem notícia, editado por Marky Perry, na época jovem um bancário que ouviu um disco dos Ramones, assistiu a uma apresentação grupo e resolveu escrever uma crítica a respeito e distribuir aos seus amigos. Com o tempo, o zine cresceu e se tornou o porta-voz do movimento, chegando a atingir uma tiragem de 8.000 cópias em offset. No quinto número, Perry incitava a todos leitores a escreverem seus próprios zines, com a frase "*do it yourself*" (faça você mesmo) que, até hoje, é usada constantemente.

-x-

No Brasil...

O primeiro zine brasileiro surgiu em 1965: *Ficção*, de Piracicaba (SP), editado por Edson Rontani, mas o termo fanzine só foi usado no Brasil na década de 1970. Antes era chamado de "boletim".⁴ A propagação dos zines no país ganhou força principalmente por conta da expansão do movimento punk, na segunda metade dos anos 70.

³ Gazy Andraus. Gênese, história e importância das publicações independentes do Brasil e do mundo: os fanzines e as revistas alternativas. São Paulo: USP, sem data.

⁴ Henrique Magalhães. O que é fanzine. São Paulo: Brasiliense, 1995.

Apesar de não serem rotulados como fanzines, os "catecismos" (revistas impressas em off-set, em A5 colorido, com histórias em quadrinhos eróticas) de Carlos Zéfiro (1921-1992) tinham circulação parecida com as dos zines: eram distribuídas quase clandestinamente, em bancas de jornal (não ficavam expostas, eram solicitadas ao jornaleiro, que as mantinha em segredo), de mão-em-mão e em diversos pontos alternativos. Era época da ditadura militar (década de 1960 – período do surgimento do polêmico tablóide *O Pasquim*, quando só o fato de pensar já era motivo de prisão, as produções de Zéfiro eram mais que uma provocação). Suas revistinhas tinham grande circulação e um público fiel. Com isso, pode-se, até dizer, que Alcides Aguiar Caminha (seu verdadeiro nome) foi um dos precursores dos fanzines no Brasil.

Os primeiros fanzines eram feitos em mimeógrafos (a óleo ou a álcool) e, aos poucos, foram evoluindo, passando pelo xerox e o off-set, até chegar às copiadoras a laser.

-x-

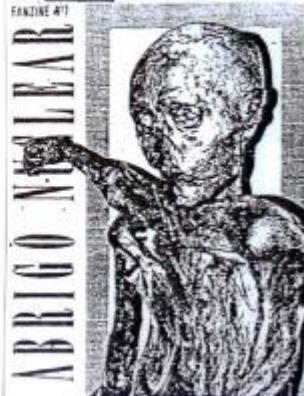
Característica do fanzine.

É fácil identificar um fanzine logo de cara: primeiro por serem, em sua maioria, impressos em xerox, com aspecto amador (apesar de haver vários zines mais profissionais – os prozines).

A linguagem é próxima ao coloquial, usando gírias e "dialeto do meio underground" ou dentro do tema escolhido, por exemplo, se for na linha GLS, várias gírias desse seguimento rechearão o seu conteúdo e para quem é leigo no assunto pode estranhar termos como *alibam*, *picumam* e *amapá*.

Pelo fato de o editor do fanzine ser amigo do artista divulgado, as matérias dificilmente são depreciativas; pelo contrário, quando o trabalho apresenta problemas, são dadas dicas para melhorar ou suprir o problema, num clima de "camaradagem". Mas isso também não quer dizer que o senso crítico deve ser deixado de lado. O importante é saber separar as coisas.

Não existe fim lucrativo. O valor cobrado por um exemplar é para cobrir os gastos com cópias e postagens. Na verdade, o editor sempre tem prejuízo financeiro (principal motivo que leva um fanzine à extinção). O





verdadeiro lucro que se tem é divulgar o trabalho e seu conteúdo. Ter um fanzine circulando e, consequentemente, sendo lido já é um bom e grande retorno para o editor.

A periodicidade sempre é irregular. São raríssimos os zines que conseguem fazer lançamentos dentro do prazo. Alguns chegam a ter intervalo anual (mesmo sem querer).

-x-

Temas: o que colocar num fanzine?

Olhe uma banca de jornal. Perceba o grande leque de tipos de revista que tem. Os fanzines seguem a mesma linha: tem pra tudo que é gosto. "Você gosta de um assunto, quer dividir essa paixão com outras pessoas e edita um zine"⁵, diria João Veloso Jr., que editou o *Definite Choice* e o *Killer's*.

É inegável que a maioria dos zines tenha como temática música (que será aprofundado um pouco mais adiante) e histórias em quadrinhos, mas também existem infinitos temas a fazerem uma pessoa editar um fanzine.

Para ilustrar, já existiram zines de poesia, sexo, GLS, punk, político, terror, RPG, comunitário, games, fã-clube, futebol etc.

Enfim, não há limites para temas. Basta ter uma idéia que ela vira tema.

-x-

Formatos e tamanhos

Existem muitos formatos de fanzines, mas os mais utilizados são os formatos A5 (folhas A4 dobrada ao meio) e A6 (uma folha com duas dobradas) por questões estéticas e, principalmente, econômicas. Também têm os formatos fora do convencional, como o *World Lost Tape Zine*, que era uma fita cassete que se assemelhava com um programa de rádio. Lógico que, por causa do custo, durou pouco. José Nogueira e José Salles juntos lançaram o

⁵ João Veloso Jr. *Depoimentos Fanzines de Papel*. São Paulo: 2005

Anquivo Geral Video Zine, em formato VHS. Voltamos ao formato impresso.

Houve uma época em que foi muito usado o formato ofício (formatão), com uma folha inteira, sem dobras, mas, para facilitar a distribuição, aos poucos os outros formatos citados ganharam mais popularidade entre os editores.

Mas há alguns editores que adotam formatos fora do convencional. Um exemplo curioso veio da Espanha: o *Ghamabato do Rato*, de Miguel Harguindeguy Vidal, que tem 6 cm altura e 27 cm largura e vem enrolado dentro de um pote de iogurte. Portanto, não há limites para formatos de zines e não existe um padrão.

Para conseguir controlar a periodicidade de um fanzine, é recomendada pouca página. É bom controlar a ansiedade de lançar um monte de coisa numa só edição, pois essa atitude resulta em um zine de difícil manuseio (montagem) e, consequentemente, mais caro (mais cópias e mais pesado). Tendo mais gastos, menos exemplares o editor conseguirá distribuir.

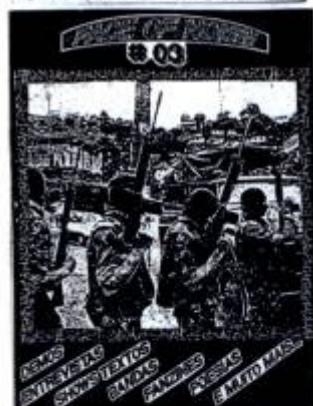
Um contra-exemplo foi o fanzine *Aaaa!*, deste autor, que em sua primeira edição contou com 24 páginas em A4; a segunda, 42; já em A5, a terceira veio com 72; a quarta com 120 páginas. Apesar de ter distribuição razoável, se os zines tivessem menos páginas, mais pessoas teriam acesso às informações.

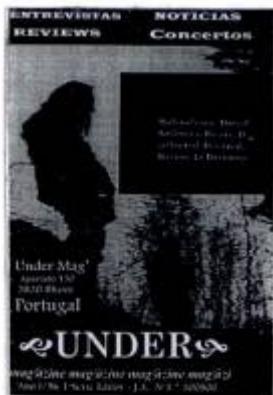
O mais indicado é que um zine tenha, no máximo, 20 páginas em A5.

Os tamanhos mais utilizados são definidos da seguinte forma: tablóide (280x330mm), A3 (297x410mm), ofício (216x315mm), ofício 2 (216x330mm), A4 (210x297mm), carta (216x297mm), magazine (215x275mm), americano (170x260mm), A5 (149x210mm), 1/2 ofício 2 (165x216mm), 1/2 ofício (157x149mm), A6 (105x149mm) e 1/4 ofício 2 (108x165mm).⁶



⁶ Edgard Guimarães. *Edições Independentes*. QI, nº 77. Brasópolis, MG: 2005





Vantagens do fanzine.

Apesar da "concorrência desleal" promovida pelos e-zines, blogs e páginas pessoais, os fanzines impressos têm algumas vantagens sobre a modernidade.

A principal é que pode ser lido em qualquer lugar, como no ônibus, no banheiro, em filas e, até mesmo andando. Além, é claro, que não é necessário ter computador, muito menos Internet. E como no Brasil apenas 8% da população possui computador e, em cada 100 brasileiros apenas 12 tem acesso à rede mundial de computadores⁷, a vantagem do fanzine em papel sobre o virtual é grande, como ressalta o editor do fanzine *Brujeria*, Bruno Privatti: "moramos em um país onde a internet é luxo, dai a necessidade de fazer zines, para atingir essas pessoas".⁸ Karol Rosa, do zine *Demo Rock*, conclui: "o zine de papel chega pra todo mundo, não importa as condições financeiras".⁹

Os textos publicados na internet além de não serem muito agradáveis para ser lidos, obrigam o editor a sintetizar mais sua produção. Por ser um veículo de comunicação instantâneo, as matérias acabam tendo de ser rápidas para segurar o leitor e, não cansá-lo. "Do mesmo modo impaciente como zapeamos a tevê em busca de canais que possam nos agradar, o usuário de computador não consegue se manter muito paciente frente ao monitor".¹⁰

A produção *on-line* causa também vícios no editor que, acaba perdendo a prática por textos mais elaborados e mais detalhados. Com o tempo, seus textos ficam mais curtos e objetivos, ocultando detalhes que podem fazer diferença no resultado final do trabalho.

Ao contrário do que acontece com as revistas, jornais e textos eletrônicos em geral, o leitor de fanzines lê todo o seu conteúdo, desde o editorial até a terceira contra-capa. Ou seja, nenhuma informação é desperdiçada.

-X-

⁷ Jamil Chade, *Brasil tem a 10 maior população de internautas do mundo*. Estadão.com.br. São Paulo: 10 de novembro de 2005

⁸ Bruno Privatti. *Depoimentos Fanzines de Papel*. São Paulo: 2005

⁹ Karol Rosa. Idem.

¹⁰ Daniel Silva Lima, João Carlos Perdigão, Karl Von Hollermann e Rodrigo Cesar da Costa. *O fanzine, como mídia alternativa*. Belo Horizonte: 2004

Quem faz fanzine? Perfil do fanzineiro

Não dá pra deixar de ser "levemente romântico" ao definir um fanzineiro. Nas palavras de Edgar Franco, "os fanzineiros são os novos alquimistas, eles são criadores, editores, artistas, unem funções em seu trabalho laborioso e apaixonado. (...) São os novos e solidários heróis da cultura."¹¹ Já Marcel Garcia é mais pé no chão: "o zineiro é, antes de tudo, um apaixonado e assume o prejuízo a fim de divulgar seu trabalho."¹²

Geralmente o que leva uma pessoa a editar um fanzine é fazer parte do outro lado da notícia: passar de receptor para emissor. Quase sempre essa pessoa quer escrever algo que não encontra em revistas e jornais (ou com um ponto de vista que prefere ou concorda), publicar algum material sobre seu estilo musical favorito, os desenhos que tem em sua gaveta, as poesias que nunca teve onde publicar.

O espaço do zine pode ser aproveitado para expor suas próprias idéias e ideais. A vontade de dizer, questionar, reclamar e elogiar geralmente está presente nos fanzines. Com isso, eles desenvolvem um dos papéis fundamentais do meio de comunicação: conhecer e aproximar pessoas com gostos e idéias em comum.

Aos poucos, começa a sentir o peso da responsabilidade de divulgar os trabalhos de seus colegas e passa a pensar como um produtor de cultura. "O que move o editor de fanzine é o desejo de compartilhar com outras pessoas todo tipo de material a que teve acesso e que considera importante a divulgação a outros interessados."¹³

O editor também responde por apurador, repórter, diagramador, desenhista, editor de arte, divulgador, distribuidor... Enfim, é o faz-tudo dentro do fanzine. Em alguns casos, o fanzine é feito com a ajuda de colaboradores ou em conjunto com outro editor (que geralmente ajuda a bancar os custos de impressão e distribuição).



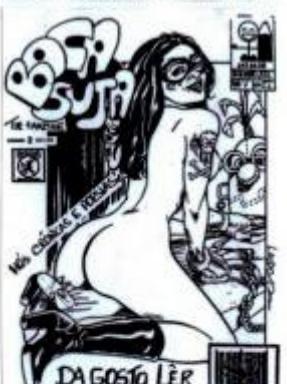
¹¹ Edgar Franco. *Entrevista*. Araraquazine, Araraquara, SP: 1999.

¹² Marcel Garcia. *Suplemento Urbano* n.º 4. Bifa, n.º 2, Santos, SP: 1994.

¹³ Edgard Guimarães. *Fanzine*, Brasópolis, MG: 2000.



OTRA OPORTUNIDAD



AND
CHIMARRÃO
FOR ALL



É também um processo natural que todo fanzineiro se torne colaborador de outros fanzines, seja com textos, resenhas, ilustrações ou mesmo *scene reports* (panorama do movimento de um determinado estado, região ou país, mostrando o que há naquela região: um importante espaço para a divulgação de artistas locais). Talvez por isso geralmente, fanzineiros e ex-fanzineiros optem por cursos na área de Comunicação Social, como Jornalismo, Publicidade, Propaganda, Relações Públicas.

No editorial da primeira edição do *Global Communication*, Fred resumiu o motivo que o levou ao mundo dos fanzines: "Quando tive a idéia de fazer um zine, me perguntei, sem obter uma resposta convincente: pra que servem estas revistinhas de xerox? O que leva pessoas (como eu) a trabalhar horas e horas, fazendo colagens, escrevendo, queimando a cuca e botando as idéias pra funcionar...? Talvez um desejo incontrolável de querer se comunicar, passar informações; enfim, exercer algumas qualidades típicas do ser humano, que o levam a ser e agir de uma maneira (racional?), diferente (?) dos outros animais. Bem, isso não vem muito ao caso, o que me importa mesmo é tentar ajudar a nossa cena, inverter esta acomodação que eu sinto estar presente na mentalidade de vários, no comportamento de muitos".¹⁴

Quem passa pela experiência de editar um fanzine, além de contribuir para a divulgação da arte alternativa, também sai ganhando. O editor do extinto *And chimarrão for all*, Marlos Alves assume: "aprendi muitas coisas com outros fanzines. Eu vivia em outro mundo quando fanzinava e me acostumei a escrever pra muitos amigos, conhecer novos costumes mesmo que fosse por carta".¹⁵ Hugo Leta do *Alta Tensão*, arremata: "A experiência com zines colaborou na minha filosofia e estilo de vida: uma outra forma de ver o mundo, humildade, conheci pessoas pelo Brasil e mundo, profissionalmente ajudou a ter atitudes de não esperar acontecer e sim Fazer; tenho amigos de zines até hoje... Isso não tem preço".¹⁶

-x-

¹⁴ Fred. Editorial *Global Communication*. Juiz de Fora, MG: 1995

¹⁵ Marlos Alves. *Depoimentos: Fanzines de Papel*. São Paulo: 2005

¹⁶ Hugo Leta. *Depoimentos: Fanzines de Papel*. São Paulo: 2005

Por que um fanzine acaba?

Quem começa a fazer um fanzine tem a convicção e a certeza de que sua publicação existirá até que a "morte os separe". Essa idéia povoia a cabeça de 100% dos editores. Mas quando a vida pessoal do editor começa a bater de frente com a realidade, aos poucos o fanzine vai ficando em segundo plano e, por fim, desaparece.

Os principais motivos são: dinheiro e tempo. E vice-versa.

O problema de dinheiro está intimamente ligado com a falta de tempo. Pois o editor começa a ter que dar mais atenção ao emprego, estudos, religião e responsabilidades familiares, principalmente para quem opta em casar e/ou ter filhos. Logo, aquilo que não dá lucro financeiro ou não enche barriga fica estacionado.

A preocupação com a extinção dos fanzines de papel ficou registrada por Laerçon Santos: "Sem dúvida alguma a cena zineira não passa por uma fase muito boa, se antes havia uma quantidade enorme de fanzines abordando diversos assuntos, hoje a realidade é outra, o que notamos é o desaparecimento de muitas publicações underground devido a crise financeira que sempre deixou pairar sua sombra sobre esse nobre trabalho. Fazer fanzines sempre foi uma atividade que nunca deu ou dá lucro para o editor, e esse é o ponto mortal da atividade. Só com muita vontade é que continuaremos a batalha contra esse problema que sempre fez parte da cena alternativa".¹⁷

Muito se questiona se a internet vai acabar com o zines. Quando começou a ficar mais conhecida no final dos anos de 1990, muitos apostavam no fim da produção em papel. Apesar de ter diminuído sensivelmente, os títulos nesse formato, ainda vai demorar muito para isso acontecer. Se, acontecer, levando em consideração o aparecimento da televisão nos anos de 1950 (quando se decretou o fim do rádio e, no entanto, ele continua ativo até hoje), o mesmo pode se dizer sobre o impresso x virtual. Reiterando: no Brasil, a internet ainda é muito restrita, de acordo com pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, 68% da população



¹⁷ Laerçon Santos. Editorial. Bestagem, nº 12. São Paulo: 2003.



brasileira nunca utilizou internet¹⁸, portanto, por enquanto, ela não oferece riscos. Ainda mais porque "infelizmente os bons e velhos fanzines de xerox não têm um representante a altura na internet".¹⁹

A internet ao invés de vilã pode ser vista como uma importante aliada para pesquisas e contatos, facilitando a produção de um fanzine impresso. Se esse fator for observado, juntando com o amadurecido por parte dos editores, há grande chance do formato impresso ao invés de ser algo obsoleto, seja também um complemento ao formato digital.

-x-

Underground: o que tem nesse meio?

Ao contrário das revistas e jornais que circulam em bancas de jornal, megastores e supermercados, os fanzines têm seu próprio meio de circulação: o *underground*.

Mas o que é esse *underground*? Nada mais do que um circuito onde se localiza a cultura alternativa, formada por bandas, desenhistas, poetas, organizadores de eventos, artistas plásticos e tudo mais. O responsável por divulgar todo esse povo é o fanzine, como ressalta o editor do histórico *Protectors of Noise*, Fellipe CDC, "os fanzines são a espinha dorsal do movimento *underground*, bem como qualquer outro movimento de contracultura".²⁰

Esse circuito segue paralelamente ao que acontece na grande mídia, não dependendo dela para manter-se ativo.

É um meio que se formou por conta dos vários artistas alternativos e seus admiradores que acabam formando um elo mais próximo (o relacionamento do artista com o admirador - evita-se o termo "fã" - é bem próximo, não existindo idolatria). Praticamente, não existe competição no meio: a união entre os artistas para mostrarem e divulgarem seu trabalho é fundamental para manter o *underground* respirando.

¹⁸ Comitê Gestor da Internet no Brasil. *CGLbr divulga indicadores inéditos sobre a internet no país*. São Paulo: 24 de novembro de 2005

¹⁹ Marlos Alves. *Depoimentos. Fanzines de Papel*. São Paulo: 2005

²⁰ Fellipe CDC. *Depoimentos. Fanzines de Papel*. São Paulo: 2005

Para Thais Aragão, "o meio *underground* só existe, como negação à uma sociedade repressora, assim como a imprensa alternativa, em geral, só existe para servir de uma segunda opção a determinados segmentos quando os principais meios de comunicação falham na tarefa de entreter, informar e debater."²¹

Por não depender de grandes veículos para divulgação acaba-se criando um círculo de pessoas, o que ajuda a formar o tal circuito que pode ser regional, nacional ou internacional. A ligação entre essas pessoas é feita por meio de correio e internet.

Nas palavras de Adolfo Sá e Rafael Jr, o "*underground* é o lugar onde você está e ninguém sabe. Mas é um lugar tão legal que não dá vontade de sair. Aqui dentro do nosso mundinho todo mundo se conhece, tudo é divino e maravilhoso. Muitas vezes, a farra é tão boa que faz a gente se esquecer do senso crítico. (...) E, antes de tudo, essa é a nossa diversão. Aqui dentro do inferninho a festa continua, e está cada vez melhor".²²

-X-

Os anos 90

"A metade da década de 1980 foi o momento em que os fanzines de quadrinhos atingiram seu auge, com uma intensa troca de correspondências e informações e alguns atingindo qualidade editorial comparável às publicações profissionais. A partir de 1986, teve início a crise da produção, sugestivamente denominada por José Carlos Ribeiro Crise nos Infinitos Fanzines".²³

Assim como a década de 80, a que a sucedeu também pode ser classificada como paradoxal, pois em ambas na primeira metade se produziu muito fanzine e na segunda teve o declínio.

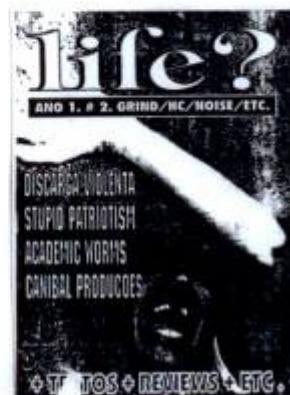
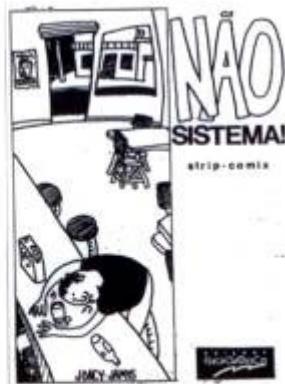
Mas desde o aparecimento dos fanzines, talvez seja a década de 90 a que mais se produziu. Foram milhares de títulos de variados temas.

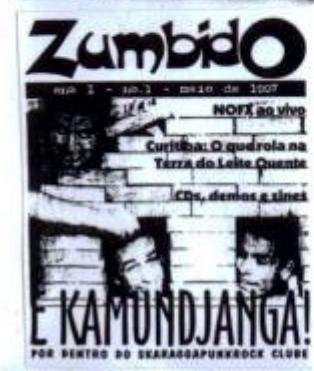
Como se não bastasse, boa parte dos fanzineiros tinha atividades paralelas dentro do *underground*, como bandas, movimentos (geralmente anarquistas),

²¹ Thais Aragão. *Os indies do Brasil*. Fortaleza: 1999.

²² Adolfo Sá e Rafael Jr. Editorial. *O cabrunco*, nº 8. Aracaju: 1997.

²³ Henrique Magalhães. *O que é fanzine*. São Paulo: Brasiliense, 1995.





organização de eventos (exposições, shows etc.), selos e distribuidoras independentes. Tudo isso com os mesmos objetivos dos zines. Haja amor! Esse acúmulo de atividades sempre foi desculpa dos editores para justificar atrasos em respostas de cartas e e-mails e para lançamentos de edições. Com o tempo, o que era um problema, acabou se tornando uma característica de um fanzineiro: sempre muito ocupado.

A maioria dos fanzines produzidos nesta época não existe mais, por inúmeros motivos. "Com um pouco mais de preparo, muitos destes fanzines ainda poderiam existir", afirma João Veloso Jr., que, além de ter editado o *Killer's* e o *Definite Choice*, tocou nas bandas Abuso Sonoro e White Frogs, além de produzir vários shows em sua cidade, Santos (SP).

Nessa época, surgiu em Galicia, Espanha, a *Exposición Internacional de Fanzines e Proazines de BD*, que a princípio era dedicada apenas a fanzines com temática de histórias em quadrinhos. Na sexta edição, de 1995, começou a ocorrer algo curioso: o número de fanzines vindos do Brasil e com temática de música cresceu de tal modo que no anuário lançado pelos organizadores foi aberto uma seção só com fanzines com temática alheia à de HQs.

Com o começo da popularização do computador, os fanzineiros mais sortudos começaram a produzir toda a parte de texto em programas de computador. Empolgado com os vários tipos de letras disponíveis nesse equipamento, vários editores abusaram no uso de variadas fontes, causando de inicio grande poluição visual nos fanzines. A partir daí foi só ir lapidando...

-x-

Fanzines de música

Uma parte dos artistas que hoje aparecem nos grandes meios de comunicação tem sua passagem pelo underground. Pessoas como o poeta Glauco Mattoso, o cartunista Marcatti, músicos como Los Hermanos (o guitarrista Marcelo Camelo editou junto com Alex Verner o zine *Doastraw*), Pato Fu, Marcelo D2 e Pitty, já passaram por esse meio e, com a ajuda dos fanzines foram sendo conhecidos e, aos poucos, conquistando outros mares.

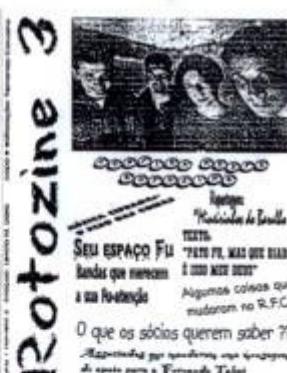
Os fanzines foram os porta-vozes de todos esses artistas, pois ajudam a formar um público fiel. Exemplo disso é a banda Dead Fish, que, antes de ser reconhecida como "revelação" pela MTV em 2004, já lotava todas as casas de shows por onde passava. Isso tudo sem contar com a ajuda de um veículo de comunicação, digamos, grande.

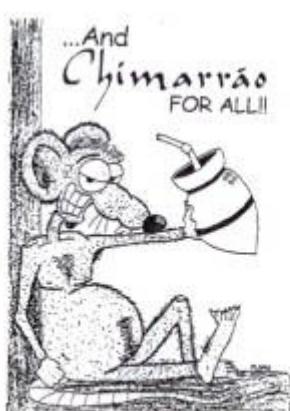
Muitos fãs-clube também lançam os seus fanzines para trazer aos associados informações que não saem na mídia do seu artista favorito, além de fotos, letras de músicas, cifras etc.

Algumas bandas se encarregam de fazer esse papel, informando em primeira mão e de fonte confiável (ou seja: elas mesmas) o que acontece e o que pode acontecer. Os cariocas da Gangrena Gasosa publicaram o *Ampuração*, que além de notícias da banda ainda tinha seções como Testemunhos, Letras Traduzidas, Garota Gasosa, Contos de Fadas, além de agenda e merchandising. Outras como Cortina de Ferro e Anarchy Solid Sound também fizeram algo parecido.

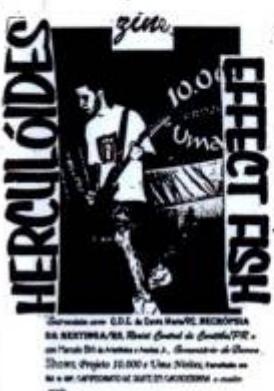
Não é possível falar de fanzines especializados em música sem citar o polêmico estadunidense *Maximumrocknroll*, que existe desde 1982. Acusado de ser "radical, negativo e intolerante", chegou até a ser tema da música "1944" da banda hardcore Down By Law. Apesar de não perdoar as bandas punk que assinavam contratos com multinacionais, o fanzine teve papel importante, principalmente, por adotar qualidade profissional em sua diagramação que acabou influenciando vários outros fanzines com adotaram a música punk como temática. É notável essa influência principalmente em fanzines direcionado ao público *straight edge* (movimento oriundo do punk que seus integrantes tem como principal bandeira o não uso de drogas e do sexo sem amor) e nos de música da Argentina, como o *Otra Oportunidad*, editado por Pablo Barbera.

Outros estilos musicais (sempre derivados do rock) também tiveram seus zines. Os mais comuns eram os de *hardcore* (*Ponto de Vista Positiva* de Fernando Ruivo e Silvio Shina), *death metal* (*Cruel Death* de Fernando Mandibola), *white metal* (*Confinement* de Ary Frühalf), *heavy metal* (*Bomber* de Daniel), *rapcore* (*4Fun* de Álvaro Souza). Dificilmente os estilos se misturavam em um único zine, pois alguns seguimentos adotaram o radicalismo (adotado principalmente pelos zines com





Gandula



temática *black metal*, chegando ao ponto de declararem que só quem teria acesso às publicações os leitores considerados "reais") e se limitavam a divulgar uma única ideologia, ignorando conhecer ou divulgar outras posturas.

Falando sobre revistas culturais (mas sua afirmação também pode ser dirigida aos fanzines), o jornalista e escritor José Castello alerta que adotar um único estilo pode acarretar que essas publicações se transformem em guetos. "Guetos promovem, quase sempre, a discriminação e a segregação, apostam no confinamento e na repetição. Nada pode ser mais nocivo para a arte".²⁴ Dos poucos fanzines que promoviam alguma mistura de estilos, podemos destacar: *Sonidos, Ruidos y Ideas* de Jean Marim, *Aaah!* deste autor, *Putrid* de Paulo Rogério, *Drowned* de Bruno Furnari, *Mensageiro* de Danúbio Aguiar e ...*And Chimarrão for ALL!* de Marlos Alves.

Alguns editores ainda arriscaram em lançar seus fanzines em formatos pouco convencionais e que tiveram vida curta, como os demo-zines, que era uma espécie de programa de rádio gravado e distribuído em fita cassete, como o já citado *World Lost*.

Outros fanzines que se dedicaram à música foram mais além. É o caso do *Midsummer Madness* do carioca Rodrigo Lariú, que começou lançando fitas demo de bandas como Drivellers e até hoje lança títulos em CD. O que era um fanzine, hoje é um selo independente. Seguiu o mesmo exemplo o fanzine *Rottheness* de Nelson dos Santos.

-X-

Algo a mais

Alguns editores, não se contentando só com o seu fanzine, lançam outros produtos igualmente sem fins lucrativos.

Nos anos 90 vários fanzines que divulgavam música lançaram coletâneas em fitas cassetes com as bandas divulgadas em suas páginas. Geralmente eram montadas e produzidas em casa mesmo, no velho sistema duplo-deck. Mas alguns se superaram tanto na qualidade quanto na

²⁴ José Castello. *Revistas, no plural*. Revista E, agosto de 2006. São Paulo: Sesc SP, 2006.

originalidade. Foi o caso de *Lototol*, coletânea produzida pelo fanzine *Papakapika* de Curitiba: a fita vinha em embalagem parecida com caixa de remédio e ainda continha uma bula registrando os dados das bandas e informações adicionais. Um clássico! Algum tempo depois foi lançado o segundo volume (ou "segunda dosagem", como queiram) em formato de CD.

O processo inverso fez Cientista dono do selo Laboratorium Recs., que a cada lançamento da série de coletâneas *Hardcore Scene*, encartava um fanzine com informações das bandas participantes, além de diversos endereços de fanzines, distribuidoras, bandas etc. A banda paulista *No Violence* juntou com a sua demo *Neyer Give It Up!* um fanzine, com as letras e versões traduzidas. O mesmo fez a mineira Better Day Society com a primeira e derradeira *Saturn's Self Destruction*. Os portugueses da *No Opression*, além das letras das músicas publicaram também textos e fotos com mensagens anarco libertárias.

Outros editores lançaram, encartados nas edições, pôsteres de bandas e ilustrações de desenhistas "famosos" do underground. O *Escarro Napalm* do Adelvan Barbosa de Aracaju foi um dos que adotou o brinde. Junto com a edição número quatro do *Aaah!*, de 1994, veio um pôster com participação de desenhistas como Maria e Henry Jaepelt, Hugo Leta, Bruno Furnari, Sylvio Ayala, entre outros: cada um colaborava com uma parte e passava para o outro, resultando num trabalho muito bacana.

-x-

O sonho de virar revista

O sonho de nove entre dez fanzineiros é que seu fanzine se transforme em revista. Mas a idéia principal não é ficar rico com isso, mas sim divulgar o seu trabalho e o de amigos para um público maior. A emoção nesse momento fala mais alto que a razão, pois quase sempre não se tem a dimensão do trabalho que dá e das responsabilidades para abrir e manter uma revista.

Alguns conseguiram como é o caso de *Historietta* em 1978, *Panacea* nos anos 90, *Rock Brigade* nos anos 80 e *Rock Press*, nos anos 90, que, antes de se tornar revista, circulava em formato tablóide. Só as duas últimas sobrevivem.

Lototol®
COLETÂNEA

Tape / Normal Box 120 ou 80

Contém 31 faixas



PLACARINHO RECORDS



PANACEA



ROCK





A revista *Underguide* foi referência nos anos 90 e, como o nome sugere, tratava-se de um catálogo de endereços de bandas, fanzines, estúdios, selos etc. Foi um importante aliado não só para bandas, mas para todo underground brasileiro.

Hoje temos como referência o fanzine carioca *Feira Moderna* de Rafael A. e Rodolfo Caravana e as revistas de bolso *Galpão do Rock* de Recife, editada por Guilherme Moura, e a paulista *Musicall*, de Ricardo Tibiu, que têm perfil parecido com a *Underguide*.

Bruno Furnari, que editou o *Drowned*, em 1994, decretou: "revista é revista, tem seu público; zine é zine, não pode forçar a barra dos zineiros para se tornarem revistas. (...) Sempre vai existir zine honesto e revista sanguessuga, é um equilíbrio intensamente proporcional"²⁵. Portanto, não precisa sonhar muito alto quando se edita um fanzine.

-x-

Coletivo de fanzines

Um coletivo de fanzines nada mais é do que a junção de alguns editores com idéias em comum ou de fanzines com temáticas ou linha editorial parecidas. O objetivo principal é a maior divulgação dos fanzines envolvidos e organização de eventos (exposições, shows etc.). O grande objetivo do grupo é ter um equipamento (como copiadora) próprio.

Se esses eventos forem bem organizados, a renda pode ser direcionada para tirar cópias dos fanzines afiliados, garantindo a gratuidade total ou parcial na distribuição dos títulos. Para isso, os membros devem ser comprometidos com a proposta e agir com profissionalismo e maturidade.

A dificuldade maior de manter uma cooperativa em atividade é a disponibilidade dos membros para reuniões, já que a grande maioria edita fanzines para ocupar o tempo livre, sem maiores pretensões.

Na década de 1990 algumas das cooperativas eram: Tilt! Corp., Cooperation Not Competition, Sociedade dos

²⁵ Bruno Furnari. *Zines x revistas - Virar ou não revista? O lema dos zineiros*. Mensageiro, nº 4. São João do Meriti, RJ: 1994.

Zineiros Anônimos, Coletivo Altruista e Juventude Libertária.

No Maranhão vários fanzineiros se juntaram e formaram o Grupo de Risco, capitaneado por Joacy Jamys, que publicou o fanzine *Singular-Plural*. Em Santos, Flávio Calazans organizou a Cooperativa Barata que juntou vários quadrinistas e publicou por mais de vinte anos a revista *Barata*. No Rio de Janeiro foi organizado por Leonardo Panço o *Bodega* que, contou com a participação de vários ex-fanzineiros, mas ao contrário dos outros exemplos, cada colaborador utilizava uma ou duas páginas com qualquer tipo de temática, sem obedecer uma linha editorial.

-x-

O fanzine visto com outros olhos

A mídia impressa geralmente não dá muita importância quando o assunto é fanzine. A revista *Veja* já chegou a inclui-lo em uma matéria de capa, intitulada *O culto ao lixo*.²⁶ Mas alguns veículos despeem-se desse preconceito e acabam dando espaço importante.

Nos anos de 1980, várias revistas deram espaço para a divulgação de fanzines, como era o caso de *Piratas do Tietê*, *Niquei Náusea*, *Rock Brigade*, os cadernos jovens de grandes jornais: *Folhateen* (*Folha de S. Paulo*) e *Zap!* (*O Estado de S. Paulo*), entre outros. A revista *Animal*, especializada em histórias em quadrinhos lançou encartado o suplemento *Mau* (que tinha o slogan feio, sujo e formal), com aparência bem parecida de um fanzine, e, além de divulgar zines na polêmica coluna de Fábio Zimbres, *Maudito Fanzine*, tinha notícias de bandas punk, textos, tudo num clima *underground*. A *Chiclete com Banana* também lançou algo parecido: o caderno *Jam*, que conseguia ser mais polêmico que a própria *Chiclete*. Atualmente, a revista *MTV* tem o *Sub*, um jornal de garagem, que também com cara de fanzine dá notícias da cena independente.

²⁶ *O culto ao lixo*. *Veja*. São Paulo: Editora Abril, 20 de setembro de 1995.





Desde que a primeira dissertação sobre o tema foi apresentado por Henrique Magalhães no mestrado de Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, em 1990, o meio acadêmico brasileiro começou a perceber o importante papel dos fanzines na comunicação. A partir daí, vários universitários da área de comunicação adotaram o tema para defender seus trabalhos de conclusão de curso (TCCs).

Apesar dos vários TCCs, no Brasil só existem cinco publicações especializadas no tema, sendo uma de Edgard Guimarães, *Fanzine*, relançado pelo Marca de Fantasia e as outras foram publicadas por Henrique Magalhães: *O que é fanzine*, lançado pela Brasiliense na Coleção Primeiros Passos; *O rebuliço apaixonante dos fanzines*, *A nova onda dos fanzines* e *A mutação radical dos fanzines*, todos pela editora do autor, Marca de Fantasia. Segundo Magalhães, "as editoras comerciais ainda não perceberam a potencialidade dos fanzines como objeto de estudo. (...) Um investimento em algumas áreas ou temas incomuns pode ser uma boa semente para se construir uma história editorial. Se eles não o fazem, fazemo-nos nós".²⁷

Ao contrário da situação brasileira, no exterior algumas editoras já lançaram títulos sobre o tema. Como é o caso da Paperback que já publicou pelo menos 10 livros que abordam o fanzine. O grande problema para quem quer pesquisar sobre o assunto é que o preço dessas publicações são em dólar, que acaba construindo um grande obstáculo para quem vive numa economia problemática como a nossa.

Para amenizar esse problema, alguns sites se preocupam em abrir espaço para a divulgação de fanzines, publicar textos alojar monografias e, até publicações em pdf a respeito do tema. Em língua portuguesa temos o Liga Zine, o Zinco, o Cidade Desconhecida e, em inglês, uma boa referência é o ZineBook.

Vários eventos são realizados pelo país que além de shows, debates e palestras, realizam exposições e mostras de fanzines. Na Paraíba é realizada a Mostra de Cultura Independente de João Pessoa, que desde o final dos anos 90 é organizada por Jesuino André. Em São

²⁷ Henrique Magalhães. *Entrevistão - A referência*. Arxial, n.º 1. São Paulo: 2005.

Paulo, acontece anualmente o Prêmio Ângelo Agostini, realizado pela Associação dos Quadrinistas e Caricaturistas do Estado de São Paulo, organizado por Worney Almeida de Souza. O evento, além de premiar os destaques das histórias em quadrinhos do Brasil, elege o "Melhor Fanzine do Ano".

Em Fortaleza, desde dezembro de 2004, existe a organização não-governamental (ONG) Zinco, que se dedica a pesquisar, catalogar, organizar eventos e seu principal objetivo é viabilizar uma zineteca. Em novembro de 2005 organizou o "Seminário Cabeças de Papel - Zines e Protagonismo", que contou com oficinas, palestras, debates, exibição de filmes e documentários ligados aos fanzines. Dirigida pelas incansáveis Thais Aragão e Fernanda Meireles, a Zinco faz história por, além de ser a organização que mais atua pela mídia alternativa, é a primeira ONG no Brasil a dedicar-se aos fanzines.

-x-

O fanzine na sala de aula

O que, antes poderia ser considerado um trabalho marginal, hoje pode ser utilizado como recurso pedagógico em sala de aulas e, em ONGs. O fanzine, atravessou fronteiras e é um importante aliado de professores e educadores na formação de jovens.

O "jornalzinho" geralmente organizado por grêmios estudantis são, na verdade, fanzines! Geralmente não se tem noção disso por parte dos alunos e docentes, mas se pensarmos na forma em que é produzido e distribuído, percebe-se a semelhança.

A ONG baiana Cipó - Comunicação Interativa desenvolve vários projetos na área de comunicação, capacitando educadores para utilizarem a comunicação escrita para auxiliar no aprendizado de seus alunos, fazendo com que eles se interessem pelo o que acontece em sua região e até estimulando para serem multiplicadores da arte de publicar.

A "Educação pela Comunicação" adotada pela ONG trabalha os quatro pilares de aprendizagens da educação: Ser, Fazer, Conviver e Conhecer, e inclui mais um: Aprender a Aprender, que estimula o educando a "pesquisar, selecionar, processar e sistematizar".



FERIDAS



ABERTAS





informações sobre os temas com os quais decidem trabalhar.²⁸

Em 2000, na Escola Estadual Godofredo Furtado, de São Paulo, os alunos tomaram o comando do laboratório de informática e ensinaram a professores e alunos a produzirem fanzines. Na época, "quatro alunos do Ensino Médio que haviam feito um estágio na organização não-governamental Projeto Aprendiz procuraram a diretora do colégio e pediram para assumir o espaço".²⁹ Fundaram, então, o grupo Inconformática que lançou os fanzines *Recriação*, *Fala professor!* e *Ahn?*. As iniciativas renderam ao grupo novos computadores à escola, além scanner, impressoras e internet rápida.

-X-X-X-X-X-

COMEÇANDO A PRODUZIR

Processo de produção

Depois que se já se leu muito sobre o que é um fanzine, agora é colocar a mão na massa!

Apesar de haver muitos tipos de fanzines, o processo de produção é praticamente o mesmo para todos. Para o professor doutor e editor do *Lendário Barata*, Flávio Calazans, "todo o processo de fazer um zine é um verdadeiro processo alquímico"³⁰, pois, segundo ele, a produção de um zine é parecida como um ritual. O que não dá pra discordar.

Primeira coisa é definir sobre o que vai abordar: qual tema que vai desenvolver em seu fanzine. Qual será o tamanho e formato também pode ser pensado nesse momento.

Na seqüência, contatar pessoas que tem alguma ligação com aquilo que vai trabalhar. Com a proposta

²⁸ *Educação pela Comunicação: Conhecimento, cultura e cidadania através das tecnologias*. Cipó - Comunicação Interativa. Salvador: 2005.

²⁹ Ricardo Falzetta. *A revolução dos inconformados*. Nova Escola. São Paulo: Editora Abril, 2002

³⁰ Flávio Calazans. *A alquimia dos fanzine*. Calazans Mensagem Subliminar. <http://www.calazans.ppg.br>.

pronta, já dá pra escolher o nome, que geralmente tem tudo a ver com o que se vai colocar no zine. Ao mesmo tempo, se define o tamanho e formato. Importante, a partir daí fazer um boneco que é uma prévia daquilo que será o zine, uma espécie de rascunho.

Segue, um exemplo para se divulgar uma banda de música em um fanzine.

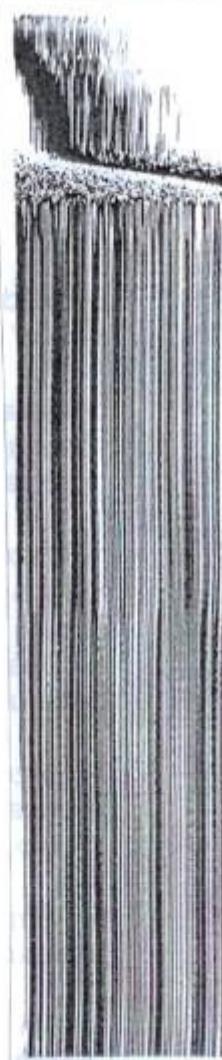
Primeiro o contato com o artista: endereços podem ser encontrados em revistas especializadas, na internet ou em outros fanzines. No primeiro contato é importante informar onde você conseguiu o endereço, por dois motivos: primeiro para controle da pessoa (para saber onde seu trabalho foi divulgado) e, segundo para demonstrar credibilidade. Por exemplo: cite quem o indicou, pois, apesar de o *underground* não visar a lucros, assim como em outros seguimentos há muitas pessoas mal intencionadas que solicitam materiais de bandas e desaparecem (conhecidos como *rip-offs*). Nesse mesmo contato, solicite material da banda (release, demo-tape ou CD-demo, foto, logotipo) e cogite a intenção de uma entrevista.

Caso as respostas sejam positivas, ouça com bastante cuidado o material, veja o release e elabore as questões. Tome muito cuidado para não ficar usando em excesso as "perguntas prontas" que geralmente todo fanzineiro faz ("quando surgiu a banda", "as principais dificuldades", "quem são os membros" etc). Faça uma resenha do material sonoro.

Quando chegam as respostas (caso sinta necessidade de formular mais questões, não hesite em fazer — melhor atrasar no lançamento da edição do que ter uma entrevista incompleta e que não lhe satisfaça), digite ou datilografe tudo.

Procure fundos (caso for utilizar) que causem um contraste interessante e que tenham a ver com o teor da matéria ou reportagem (não combina uma matéria com uma banda de *heavy metal* com fundo de ursinhos e corações!). Impressões erradas, desfocadas e distorcidas de copiadoras e impressoras dão efeitos de fundo interessantes.

Com tudo isso em mãos, pegue tesoura e cola e monte suas páginas da maneira que mais lhe agradar. Cuidado para não colocar letras próximas dos cantos (de preferência, use uma "margem de segurança" de pelo menos 5mm).



Dentro da impressora é só ligar o computador e imprimir para fundo de página.



Caso for trabalhar com ilustrações ou histórias em quadrinhos, combine com o artista antes de encomendar a colaboração o número de páginas ou espaço na matéria. Importante, utilizar sempre cópias ou escanear os originais. De preferência, depois de copiados, devolver os originais para o artista que produziu.

Importante: estipule, antes de tudo o formato e o número de páginas que seu fanzine terá para ir recortando e montando de acordo com o tamanho da página e controlando o conteúdo da edição.

-x-

O que não pode faltar.

Às vezes, na empolgação de botar o fanzine na rua, o editor acaba esquecendo de alguns itens importantes.

O editorial é indispensável, pois é a partir dele que se tem a idéia da proposta do fanzine, aproximando ainda mais o editor do leitor.

Endereço para contato. Acredite, ou não, vários fanzines não trazem o endereço para contato. Se uma pessoa encontra o fanzine, em algum lugar e tem interesse em se comunicar com o editor, tudo se perde se não há o endereço. Logo, o canal para ligar pessoas (um dos principais objetivos do fanzine) perde o sentido.

Dar créditos (se possível com endereço de contato) se o texto for de algum colaborador ou retirado de um outro veículo.

Uma seção de cartas também pode ser um espaço interessante, desde que o fanzine tenha uma periodicidade próxima do normal. Torna-se um importante espaço para exposição de idéias, como ocorre na seção "Fórum" do *QI* de Edgard Guimarães. Lá, se discute a situação da HQ nacional além de problemas clássicos como distribuição de materiais.

Datar e numerar a edição também é muito importante. Vale, como "prazo de validade" do material contido naquela edição e, até para ajudar em futuras pesquisas. "Cada fanzine lançado é um documento, por mais simples que ele seja."³¹

-x-

³¹ Henrique Magalhães. *O que é fanzine*, São Paulo: Brasiliense, 1995.

Copiando

Depois de montado, o próximo passo é tirar cópias. Fácil, né? Não mesmo!

Geralmente, é ai que maioria dos fanzines termina (literalmente falando). Os custos com cópias geralmente é a parte mais complicada da produção. Mas existem copiadoras que, dependendo da quantidade, fazem um preço camarada.

Alguns têm acesso à máquina copiadora do serviço e, ai tudo fica mais fácil. Esse era o caso do brasiliense *Tupanzine*. O seu editor, Ricardo Tubá, num cargo de funcionário público, tirava as cópias gratuitamente e, acrescentava a pérola: "se você paga impostos está colaborando indiretamente nas cópias do *Tupanzine*".³²

Leonardo Panço, que editou *Gnomos da Tasmaniânia*, *Disabilios Biblos* e *Bodega*, ressalta que a maior dificuldade que tinha era fazer cópias (por conta do dinheiro) e "fazer cópias decentes", acrescenta. Geralmente, o diretor de arte (leia-se editor, também!) planeja fundos das páginas, um contraste legal e, quando pega o pacote com suas cópias, leva um susto: as partes mais escuras ficam esbranquiçadas, a página é copiada torta ou faltando pedaço, o tonner sai do papel quando tocado e por aí vai.

Manter as margens de 5mm é uma boa precaução. Evitar fundos muito escuros é outra, mas se a idéia é fazer um zine com fundo escuro, tem que usar o recurso que talvez dê mais certo: conversar com o operador da máquina copiadora, explicar exatamente como se quer. Não precisa ser chato, é só chamar num canto e o convencer de que a qualidade final do trabalho depende exclusivamente dele. Vale até prometer (e cumprir!) de colocar o nome dele nos agradecimentos da próxima edição. Fanzineiro geralmente consegue muitas coisas na base da conversa.

Uma estratégia usada para diminuir os gastos é conseguir patrocinadores ou anunciantes em seu fanzine. Geralmente, lojas ligadas à temática do zine possam se interessar em bancar parte da impressão. É um processo árduo, mas pode ajudar bastante.

³² Thais Aragão. *Oz indies do Brasil*. Fortaleza: 1999.





Depois é só grampear e começar a distribuir! Não esquecer também de enviar uma cópia para quem colaborou na edição e para os artistas divulgados.

E agora? Que preço cobrar pelo zine? "Não tenho a resposta verdadeira aqui na manga, mas sou da opinião de que depende das condições conseguidas pelo zineiro. Existem cidades no Brasil onde o xerox é caro pra cacete, outras onde até uma gráfica é viável. Cada um tem seus próprios custos. Tem até quem sequestre office-boy para conseguir xerox na faixa, tem selo lavado (N.A.: reaproveitado) etc. Tudo é válido para cortar custos com objetivo de conseguir manter o preço da publicação o mais baixo possível (quem sabe, até nulo). A maioria dos zineiros cobra o suficiente para não ficar no prejuízo, mas como fazer todos entenderem isso? O que responder àqueles que, escrevem em um minúsculo papel manda um zine?"³³

-x-

Divulgação

Como toda sua produção, a divulgação dos fanzines também é feita de forma amadora: entre amigos do serviço, escola, rua, família... Acumulando mais uma função para o editor.

Em São Paulo, alguns fixam pequenos cartazes nos murais da Galeria do Rock e lojas que abrem espaço para esse tipo de anúncio (geralmente lojas de artigos de skate, livrarias, espaços culturais etc.). Pontos de ônibus, portas de banheiros também são usados.

Um método que funciona bem é mandar cópias para revistas (de acordo com o seguimento do fanzine), cadernos jovens de jornais, programas de rádio e TV e rádios comunitárias. Outros fanzines também podem divulgar o seu. Para isso, proponha uma permuta com outros editores, mas é bom lembrar que trocar um zine de A6 por um A5 com 36 páginas não é muito bacana (por conta dos custos com cópias e postagem).

Talvez o mais eficiente meio de divulgação seja mesmo o *flyer*. Trata-se de uma espécie de cartão de visitas onde consta o nome do fanzine, endereço e alguma informação adicional, com ou sem ilustração.

³³ Marcel Pauluk. *Editorial Papakapika*, nº 3. Curitiba: 1996.

Como funciona: monta-se uma base numa folha e tiram-se muitas cópias. Quanto mais, melhor. Quando mandar correspondência, enviar alguns *flyers* junto. Esse correspondente passa os *flyers* para outros amigos e assim vai. Aos poucos, recebem-se cartas de várias pessoas. Chega uma época em que o editor não faz mais contato com ninguém: à medida que os *flyers* vão se espalhando, pessoas dos lugares mais distintos do mundo entram em contato. Só para ilustrar, quando esse autor produziu fanzines nos anos 90, chegou a receber cartas do Alasca, Singapura, Japão e de outros locais por conta dos milhões de *flyers* que distribuiu.

-x-

Distribuição

Não pense em achar fanzines em bancas de jornal. Nem em megastores. Muito menos em supermercados.

A circulação é feita da maneira mais alternativa possível: de mão-em-mão (geralmente na escola, faculdade, por meio de amigos), pelo correio, lojas (de discos, *skate*, etc.), bibliotecas, centros culturais, shows, saraus e eventos.

Ainda se tem o empecilho das taxas cobradas nas postagens de correio. Por conta das trocas com outros editores e o compromisso de enviar cópias aos artistas divulgados e também para enviar cópias para divulgação requer uma reserva de dinheiro. Por conta disso, é quase inevitável cobrar uma taxa simbólica aos interessados, para suprir parte dos gastos.

"Como fazer as informações correrem rápido se a maioria dos zines fica encalhada, demorando meses para escorrer sua tiragem? Sem uma boa distribuição não tem como. Não importa se a tiragem do zine é de 100 ou de 5000, importa que as edições cheguem até onde tem gente interessada em adquiri-los."³⁴ Essa reclamação de Marcel Pauluk pode também ser observada na distribuição de outros produtos independentes, como discos. Daí a importância de uma boa rede de contatos e o investimento em divulgação.

-x-

³⁴ Marcel Pauluk. Editorial Papakapika, nº 3. Curitiba: 1996.



acima, alguns modelos de flyers





Toques

Toda crítica construtiva é bem-vinda, ela ajuda a melhorar a publicação. Saber recebê-la também é fundamental. Mas comentários tipo "desiste que isso não dá em nada" ou que "fanzine é cultura trash" devem ser ignorados. O importante é que este editor não se deixe intimidar por comentários depreciativos e continue a publicar seu fanzine. "Nada é motivo suficientemente forte para que uma pessoa abandone seu meio de expressão, de comunicação."³⁵

O editor tem que acreditar no seu trabalho, amar o que faz. Fazer um fanzine por embalo ou para se sentir "mais que alguém" não leva a nada. Cooperação, no universo dos fanzines, não rima com competição. Como afirmou o desenhista Henry Jaepelt: "gosto dos zines, dos profissionais conscientes que se preocupam em ser pessoais e não sensacionalistas/modistas. O que ninguém gosta é de ver desperdiçado tempo e grana com coisas consumistas, os joguinhos".³⁶

E esse amor é o que move quem lê e produz um fanzine. Esse veículo que, sofre para nascer e sobreviver, mas sempre dá o seu recado.



³⁵ Edgard Guimarães. Fanzine, Brasópolis, MG: 2000

³⁶ Henry Jaepelt. Entrevista. Drowned, nº 1. São Paulo: 1994

Endereços importantes

Associação dos Quadrinistas e Caricaturistas do Estado de São Paulo. Worney Almeida de Souza. Caixa Postal 675, São Paulo/SP, 01059-970

Boca Suja. Laerçon Santos. Rua Maciel Aranha, 238, São Paulo/SP, 08340-290

Delírio Cotidiano. José Nogueira. Caixa Postal 14411, São Paulo/SP, 02199-970

Editora Marca de Fantasia. Henrique Magalhães. Rua Antônio Lira, 970/303, João Pessoa/PB, 58045-030 - contato@marcadelfantasia.com.br - www.marcadelfantasia.com.br

Eduardo Manzano. Rua Edmundo de Amicis, 354, São Paulo/SP, 05632-070

Expo Fanzines Cidade Desconhecida. Nuno Pereira. Apartado 1045, Viriato, 3551 Viseu (Beira Alta), Portugal. <http://cidadedesconhecida.com.sapo.pt>

Flávio Calazans. <http://www.calazans.ppg.br>

Feira Moderna. Caixa Postal 105003, Niterói/RJ, 24230-970 - www.feiramodernazine.com

Fez fanzine? O que faz agora? <http://www.orkut.com/community.ashx?cmn=251434>

Galpão do Rock. galpao@reciferoock.com.br - <http://galpao.reciferoock.com.br>

Joacy Jamys. <http://www.joacyjamys.com.br>

José Salles. Caixa Postal 95, Jaú/SP, 17201-970

Liga Fanzine. Magno Soares. Rua Sagauiru, 438, São Paulo/SP, 02514-000 - <http://www.ligazine.com.br>

Maximumrocknroll. www.maximumrocknroll.com

Mostra de Cultura Independente de João Pessoa. Jesuíno André. Caixa Postal 4002, Torre, 58040-020, João Pessoa/PB - jesuino@yf.com.br

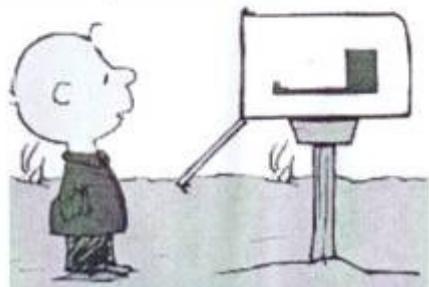
MusiCall. Ricardo Tibiu. Rua Teodoro Sampaio, 417, conjunto 42, São Paulo/SP, 05405-000 - redacao@musicall.com.br

QI. Edgard Guimarães. Rua Capitão Gomes, 168, Brasópolis, MG, 37530-000

Velho Rabugento. José Edilson de Melo Ramos. Rua Rui Barbosa, 163, São José do Egito/PE, 56700-000 - velhorabugento@gmail.com - [www.velhorabugentozine.blogspot.com](http://velhorabugentozine.blogspot.com)

Zinco Centro de Estudos, Pesquisa e Produção em Mídia Alternativa. Caixa Postal 52869, Fortaleza/CE - zzzinco@gmail.com - <http://zinco.oktiva.net>

Zinebook. <http://www.zinebook.com>



Referências

Publicações

- ARAGÃO, Thais. *Os indies do Brasil*. Fortaleza: 1999.
- Educação pela Comunicação: conhecimento, cultura e cidadania através das tecnologias. Cipó Comunicação Interativa. <http://www.cipo.org.br>. Salvador, 2005.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Dicionário Aurélio Sécculo XXI*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.
- GUIMARÃES, Edgard. *Fanzine*. Brasópolis, MG: 2000.
- GUNDERLOY, Mike. *How to publish a fanzine*. Washington, EUA: Loompanics Unlimited, 1988.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Edusp, 2003.
- LIMA, Daniel Silva; PERDIGÃO, João Carlos; HOLLERMANN, Karl Von; COSTA, Rodrigo César da. *O fanzine como mídia alternativa*. Belo Horizonte: 2004.
- MAGALHÃES, Henrique. *A mutação radical dos fanzines*. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2005
- _____. *A nova onda dos fanzines*. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2004.
- _____. *O que é fanzine*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- _____. *O rebuliço apaixonante dos fanzines*. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2003.
- SIQUEIRA, Joanne Gyama. *O fanzine como fator de identificação cultural*. Fortaleza: 2003.
- SNO, Márcio. *Fanzines de Papel*. São Paulo: 2005

Artigos

- ANDRAUS, Gazy. *Gênese, história e importância das publicações independentes do Brasil e do mundo: os fanzines e as revistas alternativas*. *Midia Brasileira: 2 Séculos de História*. São Paulo: USP, sem data.
- ARAÚJO, Felipe. *O fanzine na sala de aula: exercício de cidadania*. Zinco. <http://www.zinco.oktiva.net>, acessado em 12 dez. 2005.
- BRITO, Rui. *Essa palavra fanzine*. SergeiCartoons.blog. <http://sergeicartoons.blogs.sapo.pt/arquivo/178321.html> acessado em 06 dez. 2005.
- CALAZANS, Flávio. *A alquimia dos fanzines*. Calazans - Mensagem Subliminar. <http://www.calazans.ppg.br>, acessado em 02 jan. 2006.
- CARDOSO, Jair. *O que é fanzine*. Liga Zine. http://www.ligazine.com.br/zine_mais_zine/materiais/o_que_fanzine.htm, acessado em 21 jan. 2005.
- CASTELLO, José. *Revistas, no plural*. Revista E, agosto de 2006. São Paulo: Sesc SP, 2006.
- CGI.br divulga indicadores inéditos sobre a internet no país. Comitê Gestor da Internet no Brasil. <http://www.cgi.br/releases/2005/r1-2005-07.pdf>, acessado em 03 jan. 2006.
- CHADE, Jamil. *Brasil tem a 10ª maior população de internautas do mundo*. Estadão.com.br. <http://www.estadao.com.br/tecnologia/internet/2005/nov/10/133.htm>, acessado em 02/01/2005.
- EBERT, Aline. *Jovens criam projeto independente para noticiar e incentivar a literatura do fanzine*. Dissonância.com. <http://www.dissonancia.com.br/2005/53-05.htm>, acessado em 14 out. 2005.
- FALZETTA, Ricardo. *A revolução dos inconformáticos*. Revista Nova Escola, nº 149. São Paulo: Fevereiro de 2002.
- LIMA, Leo. *Fanzine – Rotulando o in-rotulável Mood*. <http://www.mood.com.br/3A01/zine.asp>, acessado em 14 out. 2005.
- MARCUS, Jeann. *A arte sacra de Carlos Zéfira Curta Metragem*, nº 3. Maceió: 1998
- REIS, Denilson Rosa dos. *O que é fanzine*. Joacy Jamys. http://www.joacyjamys.com.br/noticias_0208b.htm, acessado em 14 out. 2005.
- TARANGER, Liv. *Um meio de se comunicar*. Alkaline. http://www.alkaline.com.br/clipping2004-07-25_valeviver.htm, acessado em 14 out. 2005.

COMO PRODUZIR UM FANZINE

(por exemplo: de 8 páginas, em papel ofício amarelo)



Material retirado da revista "Piratas do Tietê", nº 9