



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Universidade Federal da Bahia
Faculdade de Comunicação
Curso de Pós Graduação em Comunicação e Cultura
Aluna: Jan Alyne Barbosa e Silva
Orientador: Maurício Tavares

DOS FANZINES AOS BLOGS: UMA ANÁLISE SOBRE AS SEMELHANÇAS E DIFEERENÇAS ENTRE OS DOIS SUPORTES¹

¹ Trabalho apresentado no NP08 – Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Abril/ 2002

Resumo: O presente ensaio procura descrever e analisar semelhanças e diferenças, continuidades e rupturas entre os fanzines impressos e os weblogs. Parte-se do pressuposto que os weblogs são o suporte eletrônico que mais se aproxima das práticas de produção do fanzine impresso: ambos priorizam a comunicação e a expressão individual ou em grupos e utilizam recursos “low-tech” de publicação, cada um com suas particularidades. A prática de produção amadora, a formação de comunidades virtuais, a “celebração” da expressão individual ou entre comunidades, o modo de produção e consumo de bens culturais e a interatividade são aspectos considerados como ponto de partida para analisar as semelhanças e diferenças entre os dois suportes.

Palavras – chave: Fanzine – Cibercultura – Weblog

Stephen Duncombe explica que os fanzines ¹ são "pequenas revistas de circulação não comerciais, não profissionais que são produzidas, publicadas e distribuídas pelos seus próprios criadores". Em outras palavras, são publicações impressas e amadoras voltadas para a discussão de um ou mais gêneros culturais. A variedade das publicações é vasta e, segundo Duncombe, muito difícil de ser classificada em estilos. Entretanto, o autor vislumbra algumas categorias, entre elas, ficção científica, música, fanzines pessoais, fanzines de uma cena local (novidades e pontos de vista sobre uma cena musical ou literária), metazines (resenhas sobre outros fanzines), quadrinhos, poesia, prosa, contos, fotografia, arte, etc.

¹ DUNCOMBE, Stephen. Notes From The Underground. Zines and The Politics Of Alternative Culture. 1997, Verso, New York. "Zines are noncommercial, nonprofessional, small circulation magazines which their creators produce, publish and distribute by themselves."



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O que identifica um fanzine impresso? Duncombe² descreve um fanzine típico:

"A typical zine - although 'typical' is a problematic term in this context - might start with a high personalised editorial, move into a couple of opinionated essays or 'rants', criticising describing, extolling something or other, and then concluding with reviews of other zines, bands, books, and so forth. Spread throughout this would be poems, a story, reprints from the mass press (some for informal value, others as ironic commentary) and a few hand drawn illustrations or comics."

Foi graças ao acesso ao mimeógrafo (ocorrida na década de 70) e à popularização da fotocópia (ocorrida na década de 80) que a produção e circulação dos fanzines impressos cresceu. Desde então, muitos catálogos e espécies de guias mostrando como produzir uma publicação independente³ foram lançados na intenção de popularizar a produção. De fato, muitos historiadores atribuem um crescimento do número de publicações a partir dos anos 80 por causa da presença das máquinas fotocopadoras, fato que permitiu a possibilidade de uma publicação mais barata.

O livro *How to Publish a Fanzine*⁴ descreve todos os passos necessários para a publicação de um fanzine impresso. Entre eles, o porquê de se publicar, o processo de produção (desenhos, ilustrações, textos escritos à mão ou digitados no computador, etc) impressão (geralmente é fotocopiado) e postagem através dos serviços do correio e divulgação através de mala direta.

² DUNCOMBE, Stephen, *Notes From the Underground. Zines And The Politics of Alternative Culture*. 1997. Verso. New York. p.110. Traduzindo: "Um zine típico - embora típico é um termo problemático dentro desse contexto - pode começar com um editorial altamente personalizado, movendo para alguns artigos ou discursos opinativos, criticando, descrevendo, exaltando e então concluindo com resumos de outros zines, bandas, livros e por aí vai. Espalhados por toda parte, haveria poemas, uma estória, escritos impressos da grande imprensa (alguns como valor informal, outros como um comentário irônico) e umas poucas ilustrações ou quadrinhos desenhados à mão."

³ Independente aqui no sentido que burla regras comerciais e profissionais de editoração.

⁴ GUNDERLOY, Mike. 1988. *Loompanics Unlimited*. USA.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Além da produção, circulação e distribuição que lhe é peculiar, os fanzines sempre foram pensados como veículos de sub-culturas e de pequenos grupos desde o seu surgimento⁵. Do formato impresso ao digital, a lógica das publicações impressas - geralmente de caráter amador⁶ e produzidas através de fotocópias - sofre uma transformação sem precedentes na história da imprensa alternativa. Nunca o fanzine e grupos independentes de produção cultural estiveram tão próximos dos meios de produção antes acessíveis à produção cultural em larga escala e destinada ao grande público.

Geralmente fotocopiado no Brasil, o fanzine impresso pode ser considerado como um dos primeiros veículos a adotar a dinâmica da comunicação e produção cultural característica do ciberespaço mesmo antes da criação de computadores, principalmente por causa da sua essência interativa, presente nas comunidades que se formam em torno de interesses específicos e pela redução entre as distâncias entre consumidores e produtores.

Na verdade, não é nenhuma surpresa que, neste caso específico, a internet seja o “sucessor” do papel. Ambos não podem ser estranhos uns aos outros, já que faneditores regularmente usam computadores para criar suas publicações. Além disso, o universo dos fanzines é marcado por grupos que ocupam uma área de interesse mais ou menos definida, formando assim uma comunidade não geográfica.

Entre as discussões que sempre permearam o universo dos fanzines estão a filosofia do "Faça-Você-Mesmo", a busca de canais bidirecionais de comunicação, de acesso mais democrático aos meios para experimentação estética sem comprometimento comercial e de ambientes para a

⁵ Por volta de 1909, um jovem imigrante de Luxemburgo, Hugo Gernsback, começou uma revista para aficionados em rádios amadores chamada *Modern Electronics*. Três anos depois, ele estava publicando histórias em sua revista que ele chamava de "ficção científica". Essas histórias eram tão populares que em 1926, Gernsback lançou '*Amazing Stories*', a primeira revista de ficção científica (Nota do autor: Informação retirada do livro de Duncombe, 1997, p: 107). Gernsback começou a publicar as cartas que traziam opiniões e historietas dos seus leitores, informando o endereço de cada um e abrindo espaço para correspondência. No final dos anos 20, a primeira organização de fãs de ficção científica, *The Science Correspondence Club* foi fundada em maio de 1930. Ray Palmer, um dos membros, publicou o que é reconhecido por muitos como o primeiro fanzine, *The Comet*. A partir daí, a produção de fanzines se disseminou por todo o mundo.

⁶ Nós tendemos a pensar em amador como não profissional. Uma palavra relativa, ligeiramente mais pejorativa, é "diletante" - alguém que tenha uma atividade ou estuda um campo na qual não é reconhecida profissionalmente. Mas a raiz etimológica dessas palavras conta uma história diferente. Amadores o fazem por amor (do latim *amare*), enquanto que os diletantes o fazem por completo deleite (do italiano *dilletare* que vá vem do latim *delectare*). Paixão pelo trabalho é uma qualidade que profissionais freqüentemente não têm. A produção amadora dos fanzines aqui pode estar associada aos dois significados.



formação de comunidades virtuais, etc. Todos esses problemas sempre estiveram no cerne das questões levantadas pela "ideologia" de produção, circulação, distribuição e de conteúdo dos fanzines de uma maneira geral. Com a potencialização de tais características proporcionadas pelos recursos e pela lógica que permeia o ciberespaço, pensaríamos então que o fanzine, ao migrar para a web, perderia sua característica, já que seu esquema low-tech de distribuição, produção e circulação estaria superado.

A proposta deste ensaio não é questionar a existência dos fanzines impressos na rede. Os webzines são publicações, cuja definição é muito vaga. Se tomarmos como base a definição de fanzines proposta por Duncombe, teremos uma gama infinita de publicações digitais que correspondem a essa definição. Teria como outra alternativa agrupar os webzines nas publicações voltadas para a divulgação de cultura alternativa ou underground em oposição ao mainstream (como é geralmente concebida nas listas brasileiras de discussão). Entretanto, esses termos não são tão bem definidos no ciberespaço, tendo em vista que a circulação da maioria dos bens culturais (linha que perpassa as duas instâncias) está disponível para todos os seus usuários. Experimentação estética (que alguns teóricos defendem como uma característica da cultura alternativa), comprometimento comercial da obra também são conceitos “subjetivos” quando transferidos para o ciberespaço.

Ao invés disso, a produção, distribuição e discurso que fazem parte da prática dos fanzines impressos serão usados para exemplificar e enfatizar os tipos de mudanças associadas às novas práticas de publicação digital amadora e individual, em particular os *weblogs* ou simplesmente *blogs*. Para identificá-las, precisamos analisar todo o processo pelo qual os fanzines passam e em quais implicações particulares de suas práticas o computador e as redes telemáticas interferem e, conseqüentemente, transformam.

Será que, ao analisamos pontos em comum e as diferenças entre as duas formas de publicação, estaríamos falando simplesmente da transferência dos fanzines impressos para o ciberespaço? Ou estaríamos assistindo ao nascimento de um novo veículo de expressão, que absorveu algumas influências das publicações impressas, mas que se revestem de características próprias? Seria o fim do fanzine na rede?



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Como essa migração de mídia afetaria as publicações? A partir de uma nova apropriação tecnológica (aqui no caso das ferramentas que são utilizadas na internet para criação de weblogs), as relações que se estabeleceriam entre a produção das publicações e a comunidade de faneditores (produtores de fanzines) se modificariam, transformando então o próprio veículo.

O que é um weblog ?

Um weblog ou simplesmente blog é uma página na web feita a partir de *posts* (mensagens instantâneas para a web) curtos, atualizados e arrumados cronologicamente. Assim como os fanzines fotocopiados, suas ferramentas de produção são muito fáceis de serem utilizadas, seu conteúdo e propósitos variam – de links e comentários sobre websites em geral⁷ a notícias sobre uma empresa/pessoa/idéia aos diários, fotos, poesias, pequenos ensaios, atualizações de projetos e até mesmo ficção científica.

Como nos fanzines impressos, o surgimento do weblog⁸ demonstra a celebração do amadorismo através da expressão individual. Com a variedade de conteúdo dos weblogs se

⁷ www.memepool.com

⁸ Em 1998 havia um punhado de sites identificados como weblogs (chamado por Jorn Barger em dezembro de 1997). Jesse James Garret (...) começou a compilar uma lista de “outros sítios como o dele” quando ele os encontrava na rede.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

expandindo rapidamente, o que era antes uma lista de viagens do autor pelo ciberespaço, transformou-se em anotações dos mais variados interesses. As ferramentas disponibilizadas na rede⁹ fizeram com que a criação e a atualização de um weblog se tornasse mais fácil. Cada uma delas veio com suas próprias peculiaridades (alguns exigiam que o usuário hospedasse seu site no servidor deles, outros atualizavam sites remotos), mas todos eles permitiam que os usuários, em qualquer lugar que estivessem, atualizassem seus weblogs rápida e facilmente qualquer lugar que eles estivessem.

Mais especificamente, ao invés de utilizar códigos “complexos” para a página e atualizar sua versão, seus *posts* aparecem imediatamente no seu website, com seu próprio desenho. Não são necessários muitos conhecimentos específicos para a publicação de um weblog. O suporte é mais dinâmico que home pages convencionais, mais permanentes que *posts* numa lista de discussão. São mais privados e pessoais que o jornalismo tradicional e mais público que diários.

Os sites que permitem a criação de weblogs permitem, através de ferramentas de publicação simples e gratuitas, que seus usuários publiquem rápida e facilmente sem a necessidade de instalação de qualquer tipo de script ou software específico. Mas ainda assim, permite que o blogueiro possua total controle sobre os arquivos, a configuração do layout e dos templates, o conteúdo e a localização do seu blog, assim como os faneditores possuem total controle sobre a sua publicação, que vai desde a elaboração dos conteúdos até a distribuição feita através dos correios.

Em novembro daquele ano, ele mandou a lista para Cameron Barrett. Cameron publicou a lista em seu site (<http://www.camworld.com/>) e outros, mantendo sites parecidos, começaram a mandar suas URLs para que ele os incluíssem na lista. Sua “página somente para weblogs” (<http://www.jjg.net/portal/tpowl.html>) lista as 23 páginas conhecidas como sendo as primeiras no início de 1999. A partir daí mais e mais pessoas começaram a produzir seus próprios weblogs. Esse rápido crescimento continuou a crescer firmemente até julho de 1999, quando Pitas (<http://www.pitas.com/>), a primeira ferramenta para a construção de um weblog apareceu. Para saber mais sobre a história dos weblogs, leia o artigo Weblogs: a history and perspective, de Rebecca Blood em http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html

⁹ www.greymatter.com, www.blogger.com, www.manilasites.com, www.slashdot.org, www.groksoup.com, www.blug.ig.com.br, entre outros.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

As ferramentas para a criação de weblogs oferecem basicamente duas categorias de publicação: o privado (somente o criador do blog pode enviar posts) e o de grupo (mais de uma pessoa pode *postar* mensagens. O criador do blog controla quem participa. Esse modelo permite que múltiplos autores participem da manutenção do mesmo site, motivados por interesses em comum.)¹⁰.

Networks:

Se a formação de comunidades pressupõe o interesse em comum por determinados assuntos, é provável que a divulgação desses conteúdos ou de publicações seja uma prática comum para que as networks se estabeleçam e partilhem os mesmos valores. Aqui se faz uma analogia entre a difusão de informações entre faneditores e blogueiros. Uma das maneiras para se entender a divulgação ou recomendação de outros weblogs é compreendendo a maneira de como os fanzines impressos são divulgados em outras publicações. Muitos faneditores reservam boa parte das páginas de sua publicação para comentar outras publicações. No caso dos weblogs, a recomendação se dá através de links ou de *posts*. Mas a maior vantagem em relação às publicações impressas é que, além da audiência global, o weblog está geralmente em constante atualização. Já os fanzines impressos geralmente levam muito tempo para serem produzidos e distribuídos.

Mas os fanzines e weblogs formam comunidades? Não é certamente um tipo usual de comunidade física. Enquanto os faneditores estão dispersos geograficamente¹¹, construindo suas redes de interesses, “o ciberespaço em si mesmo não está situado no quadro fiscalista do mundo”.¹² Mas todos formam parte de uma comunidade virtual porque seus participantes, além de estarem em consonância com um desejo latente, têm as ferramentas para tornarem públicas suas opiniões, formando assim uma relação íntima entre eles ao longo do tempo.

¹⁰ O Blog oferece uma outra opção em que qualquer pessoa pode postar mensagens. Mas a página é gerenciada pela equipe do site.

¹¹ Com exceção aqueles faneditores que produzem uma publicação sobre uma cena cultural local.

¹² WERTHEIM, M. Uma História do espaço de Dante à Internet. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2001, p. 29.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A formação de comunidades virtuais é uma das características mais perceptíveis e importantes dentro do ciberespaço, como explica Fidler¹³:

“(...)It is the relationship among people that have shaped the medium . What has mattered most to Internet users is the free exchange of ideas and discussion of values. Over the years this rather anarchistic networks of networks has become a haven for uncensored, free-wheeling discussions from sexual fantasies to religious teachings”.

Embora essa característica faça parte do ciberespaço como um todo, existem formatos, publicações ou suportes que se aplicam melhor a determinados propósitos. Os weblogs, através de suas ferramentas, são um dos suportes mais eficazes para que *indivíduos* se expressem e se encontrem. No final das contas, tudo tem a ver com compartilhar informação dentro de uma comunidade.

Em ambos os suportes, as informações institucionalizadas são substituídas pela energia individual - expressão e comunicação. O formato idiossincrático dos fanzines e a facilidade com que um weblog é criado e mantido permitem que pessoas falem diretamente uns com os outros sem a mediação de qualquer instituição que vise lucro.

These tools are exciting because they point to the future of online community – a future where everyone has a home of their own, a place where they have control, a private space in an ever-more-complicated virtual community sphere¹⁴.

Como os fanzines impressos, muitos weblogs são pessoais, “o que se passa na minha cabeça”¹⁵. Outros são esforços de colaboração baseados num tema específico ou numa área de

¹³ FIDLER, Roger F. *Mediamorphosis: understanding new media*, 1997, Pine Forge Press p.103. Traduzindo: “É a relação entre as pessoas que tem moldado o meio. O que mais importa para os usuários da internet é a troca livre de idéias e discussão de valores. Ao longo dos anos, essas anárquicas redes de redes se transformaram num paraíso para livres discussões que vão desde fantasias sexuais até ensinamentos religiosos”.

¹⁴ POWAZEK, Derek M. <http://designforcommunity.com/display.cgi/200202182129>, em 15.03.2002. Traduzindo: “Estas ferramentas são empolgantes porque elas apontam para o futuro de uma comunidade on line – um futuro onde todos têm a sua própria casa, um lugar onde eles têm controle, um espaço privado dentro de uma esfera de comunidade virtual ainda mais complicada”.

¹⁵ Espaço Virtual. www.ricardosaboia.blogspot.com, www.leitura_do_dia.blogspot.com.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

interesse em comum¹⁶. São ferramentas que ajudam na comunicação entre pequenos grupos, tenham eles propósitos lúdicos ou não. E embora muitos jornalistas e acadêmicos critiquem o fenômeno enfocando a intimidade, o egocentrismo e o voyeurismo da idéia, esse tipo de abordagem é limitada. É mais ou menos a mesma coisa que taxar o suporte por conta deste ou daquele *post*. Os blogs também funcionam como uma intranet permitindo que seus membros enviem links, arquivos ou comentários promovendo uma cultura de grupo, ou “*an informal ‘voice’ of a project or department to outsiders*”¹⁷.

Zines e blogs falam sobre o que está acontecendo na vida das pessoas, o que eles vêem ao redor deles, o que está acontecendo com os amigos deles, a sua comunidade e seu futuro. E isso é uma distinção importante, particularmente numa sociedade treinada para ver política como um trabalho institucional.

Existem milhares de tipos de weblogs: os orientados de acordo com um tópico específico, os pontos de vista alternativos, os pequenos “jornais”, os irreverentes e outras formas livres de anotações. Muitos funcionam como um serviço de filtro, fornecendo ferramentas para uma avaliação crítica da informação disponível na rede. É o que Rodolfo Filho chama de “gatekeeper voluntário”:

“Sem a preocupação em manter o visitante num site ou servir a uma determinada ‘instituição’, os blogs oferecem um outro modo de lidar com o crescimento do volume de informações: eles oferecem um quadro de referências pronto e partilhado”.¹⁸

Blogs, assim como fanzines impressos, são uma deflagração da auto-expressão. Cada um deles é uma evidência de uma vertiginosa mudança de um tempo marcado pela difusão de informações controladas por autoridades, artistas e corporações sancionadas para uma oportunidade sem precedentes de expressão individual numa escala planetária. Cada weblog dá poder aos seus

¹⁶ www.tudopalhaço.furninha.net,

¹⁷ POWAZEK, Derek M. <http://designforcommunity.com/display.cgi/200202182129>, em 15.03.2002. Traduzindo: “Uma voz informal de um projeto, departamento para intrusos”.

¹⁸ FILHO, Rodolfo in www.leitura_do_dia.blogspot.com em 15.10.2001.



indivíduos de muitas maneiras e níveis. É a “personificação” do que Pierre Levy¹⁹ chama de ecologia cognitiva: a questão da máquina versus seres humanos hoje não se coloca mais porque existe uma relação tão profunda dos sujeitos com este novo ambiente que cria novas formas de subjetivação. Citando Sibony ele diz que "... A imensa maquinaria do ‘fazer’ contemporâneo encontrava-se impregnada de desejo e subjetividade”.

Trazendo discussões em outras direções, ambos os veículos se afastam da política institucional em direção a comunidades "de consenso". E isso pode ser percebido até no modo como são produzidos, desde o seu surgimento, o que reflete uma profunda e sensível diferença. Mas dentro do ciberespaço, essa distinção é diluída porque está na gênese do próprio ambiente.

Assim, quando os indivíduos começam a se reconhecer dentro de um lugar e se posicionar dentro de uma discussão, ao invés de meramente consumir o que é simplesmente colocado em sua frente, eles estão recuperando uma função que sempre foi idealizada no mundo impresso: comunicar. E tal função sempre foi política. Fazer um fanzine, um weblog, publicar qualquer coisa, na esfera coletiva ou individual, significa colocar para o mundo o que você pensa e o que é importante para você. E este objetivo está na essência tanto dos weblogs quanto dos fanzines impressos, estejam seus editores e leitores conscientes disso ou não.

Não se defende aqui que exista uma comunidade de blogueiros e faneditores coesa, definida e fechada. Há muitos grupos, clubes e cliques dentro do espaço dos weblogs. Assim como os fanzines impressos, qualquer weblog pode se tornar uma comunidade a partir de um indivíduo, atraindo um pequeno grupo de pessoas que estão interessados suficientemente em participar, enviando seus comentários. E se cada um desses leitores também produzem um weblog, acaba culminando numa grande comunidade interconectada, compartilhando valores gregários.

Onde esse modelo diverge das comunidades que se formam em torno de um único site? Na sua variedade de sites separados. E é essa variedade que dá ao weblog a sua força. Porque cada usuário tem o controle sobre sua comunidade. Eles têm um poderoso sentimento de propriedade do seu

¹⁹ LEVY, P. Tecnologias da Inteligência, São Paulo, Ed. 34, 1994.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

espaço que falta em sites mais abrangentes e “profissionais”. Neste sentido, é como um vizinho na vida real. Cada participante tem seu próprio espaço, sendo sua “casa” parte de uma grande comunidade, de uma vizinhança.

Embora as práticas de publicação e produção sejam completamente diferentes, a essência dos weblogs e dos fanzines impressos é a mesma. A função primária de ambos (comunicar) e seus ideais em torno expressão individual começou a tomar corpo a partir da década de 70 (em especial com o surgimento do movimento punk na Inglaterra). A produção e circulação geralmente precárias e experimentais das publicações daquela época nunca estiveram tão “materializadas”, já que a rede oferece inúmeras possibilidades para que isso seja possível e com a possibilidade de audiência jamais alcançada anteriormente.

Em consequência disso, o novo ambiente faz com que percebamos mudanças e novas influências nos padrões de sociabilidade e nos comportamentos por eles suscitados. A principal delas é na formação do caráter discursivo em torno dos fanzines impressos: um veículo de livre expressão que ainda resiste à hegemonia cultural. Essa visão teve a sua lógica numa época em que o acesso aos bens culturais e aos meios de produção dos mesmos bens se concentrava na mão de poucos. Os que celebram e pertencem às sub-culturas, seja ela de que natureza for, devem superar essa questão já que é questionável pensar manifestações culturais como opostas a uma única formação discursiva dominante dentro do ciberespaço. Até porque são instâncias completamente distintas.

No seu livro *Media Vírus*, Douglas Rushkoff cita o autor Greg Ruggiero que diz:

*"Media is a corporate possession...You cannot participate in the media. Bringing that into the foreground is the first step. The second step is to define the difference between public and audience. An audience is passive; a public is participatory. We need a definition of media that is public in its orientation."*²⁰

²⁰ Traduzindo: “Mídia é uma possessão corporativa... Você não pode participar da mídia. Trazer isso para o primeiro plano é o primeiro passo. O segundo passo é definir a diferença entre público e audiência. Uma audiência é passiva; um público é participatório. Nós precisamos de uma definição de mídia que é pública nessa orientação”.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Assim, ao invés de lutar contra grandes veículos de comunicação ou outras corporações, pensa-se que podemos conseguir o mesmo efeito, quando nós mesmos criamos algo e assim mudamos as regras do jogo. Essa idéia tem muito a ver com o que André Lemos²¹ cita a respeito dos ciber-rebeldes:

"Não existe mais uma rebelião possível, mas rebeliões efêmeras, estéticas, lúdicas, presas ao 'aqui e agora'. Assim, os ciber-rebeldes não podem buscar 'A' revolução, mas revoluções pontuais. A esquiva, o descaso e a maleabilidade é aqui mais importante que um ataque frontal. Como disse muito bem um zippie inglês: 'ao invés de brigar com o sistema, nós o estamos ignorando. Esta é a última revolução'. Afinal, se não existem mais ideologias, certezas ou esperanças, contra quem, com que objetivo, poderia haver uma revolução?"

Apropriação tecnológica

Uma das características peculiares à prática de produção dos fanzines impressos é a apropriação de conteúdo (conseqüentemente, de propriedades intelectuais) de outras publicações, sejam elas independentes, produzidas por outros faneditores ou sejam elas vindas de uma publicação comercial. Os faneditores foram um dos precursores a "sabotarem" direitos autorais através de suas publicações ao realizar qualquer transferência de dados que não sejam de sua autoria.

André Lemos²² explica que:

"Pela apropriação, está em jogo um certo esvaziamento do totalitarismo do objeto. Sabemos que o uso de um objeto tecnológico, do mais simples aos mais complexos, nunca está dado, sendo, também, determinado por suas utilizações. A cibercultura estaria, dessa forma, marcada pelas tecnologias da simulação, proporcionando o sentimento de descolamento do aqui e agora, do espaço e do tempo. (...) Sendo assim,

²¹ <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/cibersoc.html> em (04.07.00)

²² LEMOS. A, Cultura Cyberpunk, in textos 29, Facom/UFBa, 1993.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

ao analisar os usuários, devemos superar a perspectiva do uso correto ou não das máquinas de comunicação, marcados para sempre pelo estigma do consumidor passivo e envolvido por uma rede de estratégias dos produtores. Devemos vê-lo como agente. Hoje, se observarmos a dinâmica social da Internet, poderemos identificar, na evolução do uso das máquinas de comunicar, uma certa busca de taticidade, reforçando ainda mais a apropriação social destas”.

Os weblogs também recuperam essa prática do “*copy-and-paste*”, já que dentro do ciberespaço é possível apropriar-se de diversos conteúdos, fotos, gravuras, arquivos disponíveis na rede. Entretanto, o caráter anteriormente mais explícito de apropriação ilegal nas publicações impressas parece desaparecer já que as relações de propriedade intelectual se modificam, como afirma Pierre Levy ²³:

“Na época da economia da informação e do conhecimento, em vez de abandonar os direitos de propriedade sobre todas as formas de bens de software, o que equivaleria a uma espoliação descarada dos produtores de base, dos novos proletários que são trabalhadores intelectuais, a tendência parece se orientar no sentido de uma sofisticação do direito autoral. Esse aperfeiçoamento se desenvolve em duas direções: passagem de um direito territorial a um direito de fluxo e passagem de valor de troca ao valor de uso”.

Esse valor de uso proporciona novas condições que fazem da apropriação intelectual uma estratégia aceitável para a produção de textos:

*“Numa sociedade dominada por explosão de ‘conhecimentos’, explorar novas possibilidades de significado naquilo que já existe é mais premente do que acrescentar informações redundantes”.*²⁴

²³ LEVY, P. O Que É O Virtual? Rio de Janeiro. Ed. 34, 1996. P: 64

²⁴ Distúrbio Eletrônico/ Critical Art Ensemble; tradução de Leila de Souza Mendes. São Paulo. Conrad, 2001 - (Coleção Baderna). P. 84



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Filosoficamente, esses textos pressupõem que nenhuma estrutura dentro de um determinado texto dê um significado universal e necessário:

"O texto em si é fluído - embora o jogo de linguagem da ideologia posa dar a ilusão da estabilidade, criando um bloqueio ao manipularas pressuposições da vida quotidiana. Conseqüentemente, um dos principais objetivos do plagiador é restaurar o fluxo dinâmico e instável do significado, apropriando-se de fragmentos da cultura e os recombinando".²⁵

Sendo assim, textos recombinantes na internet fecham lacunas entre a produção e consumo e abrem espaço para aqueles que não são celebridades literárias.

Nós temos a nossa disposição uma grande quantidade de informação e se não criarmos tempo e espaço para a reflexão, seremos deixados de lado com as nossas próprias convicções. Weblogs e fanzines impressos têm o poder de transformar ambos escritores e leitores de “audiência” em “público”, de “consumidor” em “criador”. E embora eles não sejam o remédio para todos os males dos efeitos paralizantes da cultura saturada difundida pela mídia, são eficientes nos seus propósitos.

²⁵ Idem, p. 86



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Bibliografia:

BLOOD, Rebecca, http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html

DUNCOMBE, Stephen. Notes From The Underground. Zines and The Politics Of Alternative Culture. 1997, Verso, New York.

ENSEMBLE, Critical Art. Distúrbio Eletrônico; tradução de Leila de Souza Mendes. São Paulo. Conrad, 2001 - (Coleção Baderna).

FIDLER, Roger F. Mediamorphosis: understanding new media, 1997, Pine Forge Press p.103.

GUNDERLOY, Mike. 1988. Loompanics Unlimited. USA.

FILHO, Rodolfo in www.leitura_do_dia.blogspot.com em 15.10.2001.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

LEMOS, A, Cultura Cyberpunk, in textos 29, Facom/UFBA, 1993.

----- <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/cibersoc.html>

LEVY, P. O Que É O Virtual? Rio de Janeiro. Ed. 34, 1996. P: 64

----- Tecnologias da Inteligência, São Paulo, Ed. 34, 1994.

RUSHKOFF, D. Media Virus! : Hidden Agendas in Popular Culture

POWAZEK, Derek M. <http://designforcommunity.com/display.cgi/200202182129>¹

WERTHEIM, M. Uma História do espaço de Dante à Internet. Tradução: Maria Luiza X. de A.

Borges. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2001, p. 29.

Sites disponíveis para a criação de weblogs:

www.greymatter.com, www.blogger.com, www.manilasites.com, www.slashdot.org,

www.groksoup.com, www.blig.ig.com.br