

Caféasneiras: Blog e Fanzine¹

Eliaquim MAIA²

Márcio MONTEIRO³

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

Caféasneiras é um blog pessoal de publicação de poesias que já existia, mas a respeito do qual se sentiu a necessidade de ampliação de público. A partir de um processo conjunto de pesquisa e criação, definiu-se a melhor opção enquanto nova mídia, o fanzine, por se tratar de uma mídia física que pode ser considerada como extensão do blog e vice-versa. Criou-se, assim, um canal paralelo e independente de exposição. Nesse processo, reformulou-se toda a conjuntura do blog e se elaborou experimentalmente um fanzine.

PALAVRAS-CHAVE: blog; poesia; fanzine.

1 INTRODUÇÃO

Como pensar em produção poética na contemporaneidade? No tempo de Baudelaire, trocava-se cartas com os amigos para palpites. Buscando reconhecimento, a produção precisava ser publicada. Poucos eram os que tinham o privilégio de escrever, e estes poucos sabiam que seus livros, pouco também seriam lidos em função do alto índice de analfabetismo do século XIX.

Hoje, o comércio de editoras é quase inacessível para a grande quantidade de novos autores. No entanto, a exposição de novos trabalhos já pode ter uma maior visibilidade com o advento do ciberespaço. De acordo com Lévy (1998, p. 11), este processo consiste em se reconhecer dois fatos:

Em primeiro lugar, que o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento interacional de jovens ávidos para experimentar coletivamente formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, cultural e humano.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade produção multimídia.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo; email: eliaquim.maia@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social. E-mail: themarcmont@hotmail.com.

Esse novo espaço de comunicação que o autor cita é chamado Ciberespaço, “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVI, 1998, p. 92). E nele a alternativa mais utilizada é o blog, que “é a contração da expressão inglesa weblog. Log significa diário, como o diário de um capitão de navio. Weblog, portanto, é uma espécie de diário na internet mantido por um ou mais autores.” (HEWITT, 2007, p.9). No caso, o blog desse trabalho, é um “diário” de poesias mantidas por um só autor.

Em maio de 2010, iniciava-se o <<cafeasneiras.blogspot.com>> que tinha pretensão somente expositiva. Com o acúmulo de postagens seguidamente divulgadas na rede social *Twitter*, percebeu-se certo acréscimo na quantidade de acessos por mês, que variavam de 70 a 140 visitas.

Em novembro de 2011, foi produzido, em formato digital, um fanzine que, de acordo com Muniz (2011, p. 1), são “publicações de leitores de revistas de ficção que, não podendo participar do mercado profissional, criavam, editavam e distribuíam por conta própria suas próprias histórias”. Nesse caso, o fanzine tem como conteúdo uma seleção de poesias já publicadas no blog.

Na perspectiva de Audraus (2005): “Embora haja uma distinção entre fanzine e revista alternativa, convencionou-se denominar de fanzine qualquer publicação independente, mesmo que em cada estejam contidas apenas HQs, poesias ou textos” (ANDRAUS, 2005, p. 67). O produto gerado aproxima-se da idéia de revista alternativa, mas, convencionalmente, pode ser chamado de fanzine.

O fanzine não foi publicado. Em formato experimental, pensava-se em como expandir o público do blog, criando uma extensão do mesmo, e expondo melhor o conteúdo.

2 OBJETIVO

O fanzine tem o objetivo de ampliar a exposição do conteúdo do blog <<cafeasneiras.blogspot.com>>. Pensa-se o mesmo enquanto uma forma de contracultura, que distribui o conteúdo gratuitamente, e vai contra os parâmetros mercadológicos das editoras, atingindo diferentes públicos.

Pretendeu-se reformular o blog e desenvolver o conteúdo também em uma nova mídia, ou seja, elaborar um fanzine que atue em paralelo ao blog, de forma que seja uma mídia física enquanto extensão da mídia digital e vice-versa.

3 JUSTIFICATIVA

Na história específica desse blog, desde o início, ele não recebia visitas expressivas, com exceção dos conhecidos do autor, que divulgava novas postagens nas redes de relacionamento *Facebook* e *Twitter*, na conta pessoal, criando um público cativo que somente visitava quando tinha conhecimento de novas postagens. Assim como explica Heiwitt (2005, p. 119): “Um acontecimento ou uma idéia interessa a um indivíduo, que deseja que outras pessoas saibam do acontecimento ou da idéia. Então aquele indivíduo conta a outros indivíduos, pessoalmente ou utilizando algum meio de comunicação”.

Para que “outras pessoas soubessem”, pensou-se na utilização de duas mídias que pudessem trocar a visibilidade, de forma paralela, como sugere Cardoso (2007):

[...] o surgimento da internet permitiu numa primeira fase para a migração para o online digital de meios de comunicação de massa tradicional, criando pontes necessárias entre a velha e a nova mídia. Numa segunda fase, a mesma internet (e em parte celulares e SMS) induziu o estabelecimento de um número cada vez maior de interligações entre todas as mídias, fossem digitais ou analógicas (CARDOSO, 2007, p. 16).

Cria-se uma ponte e constrói-se interligações, como afirma o autor acima, no entanto, a migração é reversa: o blog já existia, e depois se criou o fanzine experimental.

No mínimo, esse aumento de visibilidade e acessibilidade ao conteúdo em dois suportes, faz supor que poderia instigar as pessoas que lessem a procura por novas leituras, não só do mesmo autor, como também de outros e quem sabe até suscitar o interesse pela escrita.

Nas palavras de Andraus (2005, p. 67): “Até hoje, os fanzineiros buscam movimentar o pop alternativo, a fim de combater a cultura padronizada, informar as pessoas de seus ideários, projetar suas idéias em forma de texto, poemas, ilustrações e HQs”. Por esse pensamento lógico que é remetido ao fanzine, que se escolheu essa mídia enquanto segundo suporte.

Para a construção de um blog, o criador nem sempre está ciente do que alerta Pierre Lévy (1999): “Posso não apenas ler um livro, navegar em um hipertexto, olhar uma série de

imagens, ver um vídeo, interagir com uma simulação, ouvir música gravada em uma memória distante, mas também alimentar essa memória com textos, imagens e etc.” (LÉVY, 1999, Pg.94). Nesse trabalho, pretende-se praticar um banco de dados memorial, gratuito, expositivo no espaço virtual, e com o fanzine, o mesmo em “espaço físico”. Sem deixar de levar em conta o seguinte: “[...] interessa por que os blogueiros blogam. Duas razões: para convencer e deixar um registro” (HEWITT, 2007, p.137). Esses foram os mesmos dois motivos de escolha do formato fanzine. Para Campos (2009):

Os fanzines são uma mistura de veículo de comunicação e obra literária, possuem um caráter socialmente agregador, já que buscam a troca entre os produtores. São também um registro espontâneo da história recente, um recorte que reflete a realidade social contemporânea, uma transmissão de informações e produção de cultura (CAMPOS, 2009, online).

A partir dessa proposição funcional de fanzine, feita acima, busca-se o caráter socialmente agregador. Dessa forma, o material vai comprovar fisicamente, quase que como um documento, a autenticidade do blog, caso um dia ele não exista mais online.

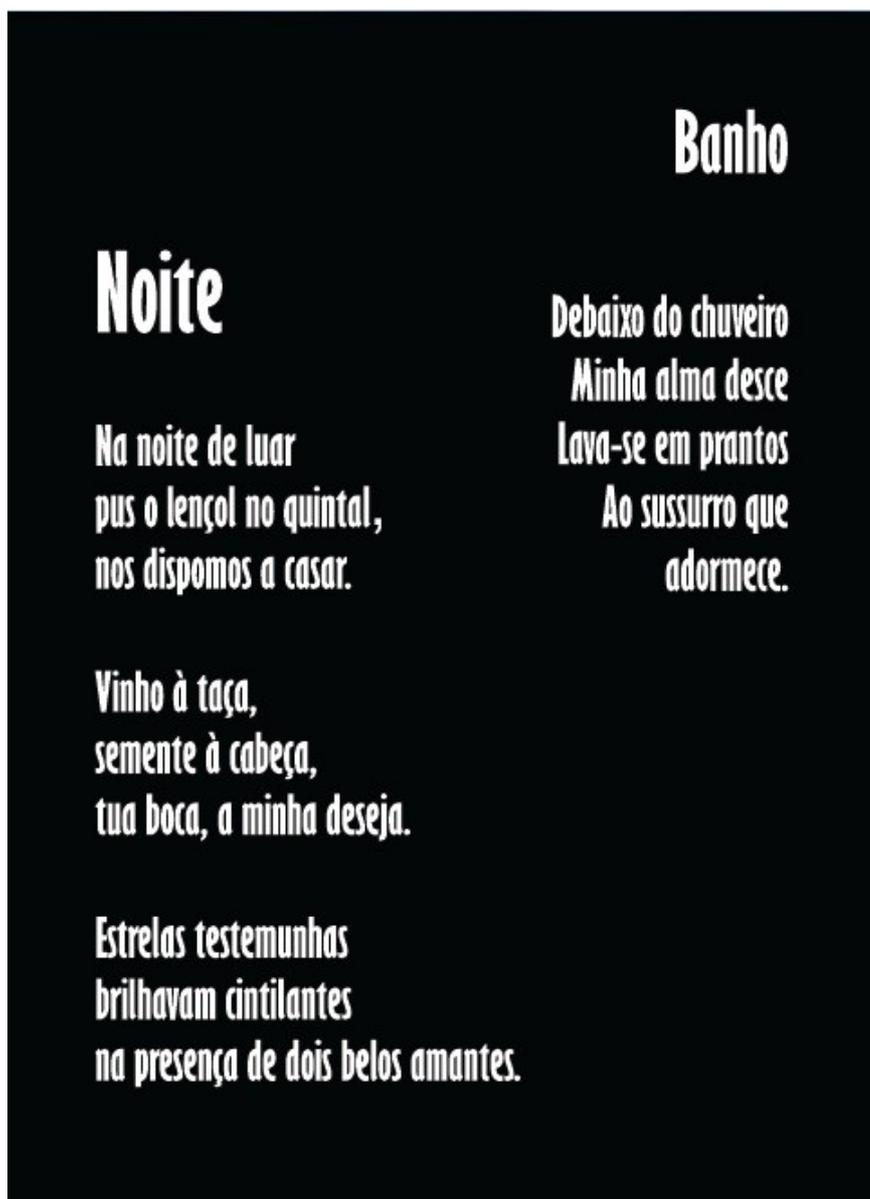
4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

No processo de desenvolvimento do fanzine, utilizou-se técnicas aprendidas nas disciplinas Produção Textual e Design da Notícia. O blog foi criado com tecnologia e design da Blogger, empresa da Google que fornece ferramenta de criação e servidor gratuito. O layout antigo não possuía logotipo, nem símbolo. O design do *blogger* utilizado antes, e que continuou, é o “simples”. As fontes estilizadas já faziam parte, e foi escolhido continuarem pela representação estilizada, fazendo menção à característica de contracultura do blog e fanzine.



Para a construção do logotipo que servisse tanto para o blog, quanto para o fanzine, pensou-se em letras fortes e bem visíveis, contrastando o preto, branco, e vermelho, as cores das listas da bandeira maranhense, por agregação de valor de identidade. O símbolo é um asno, fazendo referência ao nome asneiras, que não passa de uma ironia por ser um veículo de poesias satíricas, e o café que também tem sua referência no símbolo fazendo menção à identidade dos poetas do século XIX, que se encontravam em cafeterias.

Para desenhar o logotipo, o símbolo, e diagramar o fanzine foi utilizado o programa CorelDRAWN X5. As poesias foram copiadas diretamente do blog pra serem formatadas de acordo com o layout, procurando sempre dividir uma página para duas poesias de pouco espaço. “Com os programas gráficos cheios de recursos, os fanzines com sua estética tradicional de recortes e colagens vieram dar lugar a um projeto gráfico mais limpo, aproximando-se da estética das revistas do mercado” (MAGALHAES, 2003, p.3).



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O fundo preto faz alusão à cor do café. Na construção do logotipo, pensou-se no contraste do nome café em branco, com o fundo preto. Na construção do símbolo, pensou-se na simplicidade. O blog, com seu layout, tenta incorporar aspectos de um visual irônico, de forma que pudesse agradar leitores que já visitavam o site, e também novos conhecedores. Nesse trabalho, pensava-se em como aliar de forma que realmente cada mídia fosse extensão da outra, criando uma forte identidade tanto para o blog, quanto para o fanzine.

Nas duas mídias, a seleção de poesias é feita a partir do critério de tamanho; quanto menor e sintética for, melhor, “devido à fadiga que a leitura na tela provoca, os textos têm que ser curtos, sintéticos e apresentados em blocos pequenos e com informações esquematizadas” (MAGALHÃES, 2003, p. 7). Por se tratar de um espaço digital, e o fanzine geralmente ser um material de rápida leitura, as pessoas não costumam prender a atenção em textos muito grandes, agregando as vantagens de serem lidos rapidamente, emprestada por alguns minutos, guardada e tempos depois serem relidos rapidamente.

O autor possui influências do autor Paulo Leminski, que por isso é citado na contracapa do fanzine. De acordo com a lei de direitos autorais, pelo motivo do fanzine não ser de caráter lucrativo, a citação é juridicamente legal.

6 CONSIDERAÇÕES

O fanzine não chegou a ser publicado, nem fisicamente, nem na internet. O blog continua online e pretende-se imprimir as primeiras tiragens do fanzine no segundo semestre de 2012, e aumentar a periodicidade de postagens do blog.

Na construção, percebeu-se o quão é importante a preocupação com a identidade entre as mídias. No caso, o fanzine não poderia perder a identidade satírica do blog, já que a intenção perpassa que cada mídia seja a extensão memorial da outra em espaços diferentes. No caso desse trabalho, um no espaço físico, e outro no virtual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRAUS, Gazy. O fanzine de HQ, importante veículo de comunicação alternativa imagético-informacional: sua gênese e seus gêneros (e a influência do mangá). In: LUYTEN, Sonia. **Cultura pop japonesa**. São Paulo: Hedra, 2005.

CAMPOS, Fernanda. Fanzine: da publicação independente à sala de aula. **III Encontro Nacional sobre Hipertexto**. Disponível em: <<http://www.ufpe.br/nehete/hipertexto2009/anais/b-f/fanzine.pdf>>. Acesso em: 13 de Abril de 2012.

CARDOSO, Gustaco. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

HEWITT, Hugh. **Blog**: entenda a revolução que vai mudar seu mundo. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1998.

MAGALHÃES, Henrique. A mutação radical dos fanzines. **Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Belo Horizonte, 2003.

MONTEIRO, Ludmila; COSTA, Achylles. Fanzine -Mas: um contraponto experimental no design gráfico dos fanzines. **Anais do XII congresso de ciências da comunicação da região Nordeste**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/expocom/EX23-0393-1.pdf>> acesso em: 14 de abril de 2012.

MUNIZ, Cellina. Fanzines e posicionamentos discursivos: entre o antigo e o moderno. **Entrelugares**. Disponível em: <www.entrelugares.ufc.br/numero4/index.html>. Acesso em: 14 de Abril de 2012.

JOY, Dan; GOFFMAN, Ken. **Contracultura através dos tempos**: do mito de Prometeu à cultura digital. Rio de Janeiro: Ediouro, 2008.