



## Fanzine -Mas.: Um contraponto experimental no design gráfico dos fanzines<sup>1</sup>

Ludmila MONTEIRO<sup>2</sup>

Achylles COSTA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

### RESUMO

A proposta dos fanzines como veículo de comunicação é quase sempre relegada ao plano do amadorismo e do *hobbie*. Mas ao mesmo tempo, é esta posição que os tornam uma tecnologia midiática aberta ao experimentalismo. Através de uma proposta inovadora de design gráfico de fanzine, “-Mas.” busca explorar os potenciais comunicativos de uma mídia considerada “menor” através do uso criativo da linguagem visual, demonstrando a importância do estudo formal da arte gráfica como agregador de complexidade interativa em um meio de comunicação relativamente simples.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação visual; design gráfico; fanzine; mídia alternativa; minimalismo.

### INTRODUÇÃO

-Mas. é uma proposta individual e experimental de fanzine. Uma única edição foi confeccionada durante a disciplina de Tecnologias Midiáticas do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí. Cursada no primeiro período de 2009, a disciplina apresentou dentre muitas outras mídias consideradas marginais ou alternativas (radio via *podcast*, *blog*, etc.), o fanzine: espécie de revista caseira cuja distribuição se dá em pequena escala através de fotocópias de baixo custo. Através das aulas, o aprofundamento no estudo dessa mídia levou a algumas reflexões que culminaram neste fanzine tal como ele se apresenta.

Não se pode mais falar que os fanzines são publicações destinadas a fanáticos de determinada área, como a origem inglesa do termo “*fanatic magazine*” pode sugerir. Apesar de muitos deles preferirem servir a um público segmentado (os de poesia ou de histórias em quadrinhos são os mais populares), os fanzines multiplicaram sua temática, oferecendo de certa forma produtos jornalísticos sobre um mix de assuntos.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria V Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade d. Design Gráfico (avulso)

<sup>2</sup> Aluno Líder e Estudante de graduação do 6º Semestre do Curso Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da UFPI- Universidade Federal do Piauí, email: ludmila.n.monteiro@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e professor da disciplina de Tecnologias Midiáticas do Curso de Comunicação Social da UFPI- Universidade Federal do Piauí, email: achylles@ufpi.br

Há de se ter cuidado com a definição do termo especialmente no Brasil, pois no nosso país toda produção considerada independente recebe a alcunha de fanzine: mesmo se a qualidade da impressão e da distribuição deixarem pouco a desejar a uma revista de fato. É o caso da publicação teresinense *Trimera.com* com tiragem regular trimestral de mil cópias, um detalhado expediente e editorial. Porém o esforço da distribuição e impressão não pertence a uma editora e sim ao grupo de escritores e ilustradores que fornecem o próprio conteúdo.



Dizer também que o fanzine faz parte de uma área emergente em pleno século XXI como fez a categorização do Expocom 2008 é reconhecer tardiamente seu potencial como veículo de comunicação. Ainda na década de 1970, no Piauí, por exemplo, o fanzine *Humor Sangrento*, coletânea de histórias em quadrinhos curtas do pouco reconhecido jornalista *Arnaldo Albuquerque*, apresentava claros elementos de contestação ideológica à ditadura militar da época, funcionando como uma trincheira na qual a liberdade de expressão da imprensa piauiense poderia resistir, ainda que minimamente.



A clássica definição de Henrique Magalhães (PEREIRA apud MAGALHÃES, 1993), em sua introdução ao assunto “*O que é fanzine?*”, da famosa *coleção primeiros passos* não interessa muito para as intenções do –Mas. A necessidade de buscar uma



proposta mais consistente que justificasse a experimentação formal levou a buscar no designer gráfico espanhol *Javier Mariscal* um conceito mais apropriado:

Eles carecem de estrutura comercial, suas edições não visam lucro, e são criados por simples prazer, para expor gostos pessoais ou para difundir idéias. Assim como outras publicações, os fanzines tentam encontrar novos caminhos para a comunicação visual e, para tanto, fazem experiências com o formato, com a maneira de apresentar o conteúdo e com os suportes utilizados. (MARISCAL, 2000, p.08).

Essa definição não é unânime, visto que hoje muitos fanzines são abertamente engajados socialmente, se posicionando como uma alternativa a um mercado editorial maior que criticam e ao qual fazem oposição. É o caso de um dos fanzines que chegou a ser finalista do Expocom 2008, *O Lado[R]*: fruto de um trabalho coletivo e transdisciplinar de pesquisa dos alunos da UFRN. Porém, ela se encaixa perfeitamente na proposta do *-Mas.*, por seu caráter mais autoral e subjetivo que privilegia principalmente uma experimentação formal.

## **2 OBJETIVO**

Experimentar as possibilidades gráficas de um fanzine utilizando uma única folha de papel A4 foi a principal meta do trabalho. Criar um novo formato para atingí-la foi uma outra etapa conseqüente do estudo em torno da experimentação. A idéia de desenvolver o trabalho em só uma folha, desde o início, foi a fim de reduzir os custos de reprodução e possibilitar uma melhor qualidade gráfica, dando margem à possibilidade de se ter inclusive um fanzine colorido sem arcar com um alto orçamento ou elevação do preço de venda.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Os fanzines ainda sofrem preconceito por serem considerados frutos do amadorismo tanto em termos de texto quanto de planejamento gráfico. Em relação ao conteúdo, muitos já se mostraram como alternativas viáveis e promissoras frente à falta de um mercado editorial que contemple um público carente de produtos com os quais se identifique e autores carentes de espaço midiático. Já no que se refere à forma, pelo menos no Brasil e principalmente no Piauí, os fanzines tem dificuldades de ir além quando se trata de inovação gráfica, não saindo do formato livro/revista tradicional ou da fotocópia metade do tamanho A4, em preto e branco.

Ao buscar a referência de um designer gráfico e ao mesmo tempo teórico da comunicação, MARISCAL(2000) mostrou-se um grande propagador da experimentação, e por isso toda a inspiração do fanzine –*Mas*. bebe da sua perspectiva em relação aos fanzines. Considerados por ele ao mesmo tempo românticos e experimentais, o autor dá um impressionante exemplo de novo caminho dessa mídia ao descrever uma iniciativa de um projeto gráfico de um grupo de designers franceses:

*Feeding squirrels to the nuts*: à noite, ao chegar em casa, você encontra um aviso dos Correios. No dia seguinte, retira uma caixa de papelão e é obrigado a carregá-la durante todo um dia de trabalho, de um lado para o outro. É difícil segurá-la no ônibus e você fica cada vez mais ansioso para chegar em casa e ver o que há dentro dela. Depois de preparar o jantar, você a abre e descobre uma pequena coleção de cartazes sobre um mesmo tema, produzidos por estúdios e equipes de designers gráficos do mundo todo. [...]todas surpreendentemente envoltas em caixas de leite, caixas de plástico ou classificados. (MARISCAL, 2000, p.08).

Em outras palavras, o viés do olhar de Mariscal sobre os fanzines é essencialmente “mcluhaniano”: “[...]a tecnologia em que a comunicação se estabelece, não apenas constitui a forma comunicativa, mas determina o próprio conteúdo da comunicação”(POMBO apud MCLUHAN). A exploração da especificidade dessa tecnologia midiática necessita ser melhor estudada.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

### **4.1 A INFLUÊNCIA DA PROPORÇÃO ÁUREA**

A divisão do fanzine em uma única folha de papel A4 dobrada até ela se finalizar num formato triangular teve inspiração na estética geométrica da proporção áurea. Considerada divina na época do Renascimento, pois aí o ideal de perfeição era a simetria evocada pelos padrões formais encontrados na natureza, foi essa proporção que inspirou a harmonia buscada pelo –*MAS*. entre as partes da folha até ela ser reduzida a uma forma regular bastante simples e reconhecível. A adequação a um formato triangular foi inspirada na revista *Gráfica*, do designer gráfico galeno *José Maria Torné*.(ANEXOS A e B)

### **4.2 DOBRADURAS: REFERÊNCIA AO ORIGAMI COMO UM ESTÍMULO AO OLHAR**

ARNHEIM(1974), um dos pioneiros teóricos da imagem explica em *Arte e Percepção Visual* que o “olhar” é um processo ativo, e não passivo, de percepção, estipulando assim uma diferença entre simplesmente ver e realmente enxergar. O processo de resignificação das imagens com que nos deparamos, para ele, é uma relação comunicacional: dependerá não só das intenções do designer ou artista, mas também do repertório visual de quem vê. Nesse ponto, a perspectiva psicológica de ARNHEIM(1974) se coaduna aos conceitos de comunicação como interação elaborados a partir dos estudos da escola de Palo Alto em meados de 1930.

Ocidentais tem uma ordem de olhar, segundo o autor, que obedece a leitura da escrita: da esquerda pra direita, de cima para baixo. A proposta de seguir a montagem da dobradura como na técnica oriental do *Origami* mexe com a “ordem natural” de enxergarmos a página impressa, provocando e instigando a percepção à medida que se adentra no fanzine (ANEXOS C, D, E e F). A necessidade de desdobrar já estimula por si só expectativas e curiosidades a respeito da mensagem com o qual se vai deparar. Ou seja: mesmo um simples ato de abrir do fanzine se torna parte essencial do processo comunicacional de sua leitura. Exercita-se assim o olhar como parte da criação de sentido da obra, tal como é a proposta da arte dos Origamis.

### **4.3 COLAGEM**

A Colagem como técnica teve início de fato a partir do movimento cubista, tendo como principal incentivador a figura mais popular desse estilo artístico, o pintor Pablo Picasso. Porém seu precursor foi um expressionista, Henri Matisse: ao se ver impossibilitado de continuar a manusear um pincel devido a uma grave doença degenerativa, Matisse começou a recortar grosseiras pinceladas de tinta guache e com uma tesoura ia dando formas aos desenhos e compondo-os a medida que os colava em um outro papel.

Influenciados pelos dois, os demais artistas de vanguarda da época, principalmente os pertencentes ao *Dadaísmo*, levariam o uso da colagem ao extremo para expressar através do seu efeito de confusão gráfica e sobreposição a fragmentação que sentiam na vida moderna.

Nos fanzines de caráter mais amador, a colagem é um meio recorrente de driblar os poucos recursos econômicos disponíveis para a edição: geralmente esses ficam guardados

exclusivamente para a reprodução das fotocópias das páginas. Mas a apropriação da colagem em *–Mas.* também evoca a idéia de caos urbano proposta pela geração cubista.

#### 4.4 ESTÉTICA MINIMALISTA

A redução de páginas de *–Mas.* deveria ser contrabalançada por um diferencial estético do design. O estilo *minimalista*, com suas soluções formais geométricas simples que se utiliza dos espaços “em branco” da composição para sintetizar sua carga simbólica encaixou-se perfeitamente na proposta. É justamente esta escola artística da vanguarda moderna de 1950, filha da *gestalt*, que aproxima de forma mais profunda a arte e o *design*, justificando o geometrismo como forma universal apreendida por qualquer cultura: a abstração de sentimentos através da interação desse tipo de forma com o espaço seria instantânea (FERREIRA, 2009).

#### 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O fanzine *–Mas* é composto por somente uma folha de papel A4 dobrada, seguindo uma certa lógica a fim de formar um triângulo retângulo. Da abertura deste, nos deparamos com um triângulo isósceles que ao ser novamente aberto, apresentará um conjunto de retângulos áureos. A exploração das linhas e demais formas geométricas produzidas pela dobradura podem ser exploradas de diferentes maneiras como subdivisão do conteúdo: seriam as próprias “páginas” do fanzine. (ANEXOS C, D e E)

Quanto a temática, o fanzine *–Mas* acaba reforçando ainda mais seu caráter experimental por não seguir a tradição dos fanzines de falar informativamente sobre afinidades pessoais do autor ou de elementos culturais considerados parte de uma cultura *underground*, como histórias em quadrinhos, poemas ou estilos de música alternativos.

A proposta foi construir mensagens gráficas ao redor da idéia de contraposição sintetizada no advérbio “mas” a partir das referências midiáticas pessoais. Letras de bandas regionais contemporâneas como os trechos da música *O Sinal ficou Verde* do *Cordel do Fogo Encantado*, mesclados com trechos de música mais tradicional como *Sinal Fechado*, do compositor *Fagner* e *Como Nossos Pais*, de *Belchior* complementam a mensagem das ilustrações de estética de quadrinhos (ANEXO F e H). Desse amálgama de referências associa-se o ícone urbano de paralização: o sinal de trânsito com a idéia de contraponto.



Emerge daí um estranho conceito de contraposição que ficará a cargo de quem experimentou o fanzine traduzir.

O objetivo, portanto, não foi apresentar um conteúdo informativo ou jornalístico. Aproxima-se mais de uma proposta artística conceitual, que deixa a cargo da sensibilidade do leitor a compreensão da mensagem.

A escolha desse meio de se expressar não foi ocasional. É essencial para deixar claro que o assunto principal do fanzine não é o conteúdo por si só, e sim “o exercício do design como processo criativo” – tal como os artistas cubistas quando tentavam comunicar idéias através da combinação de fragmentos de impressos e rótulos em meio à própria pintura. Não por acaso também, a técnica da colagem, originária desse movimento artístico. Foi a partir dele que a diferença entre arte e design ficou estabelecida: enquanto a arte não tem a obrigação de se preocupar com a inteligibilidade da sua obra, o design é um formato plástico que só se completa quando comunica (MARISCAL, 2000).

A opção pelo uso criativo de somente uma folha de papel A4 minimiza os custos de produção, fazendo com que se possa investir mais na qualidade da impressão. Além disso, o potencial de expressão embutido no ato de desdobrar o triângulo com que o fanzine se apresenta ainda pode ser bastante explorado. As próprias dobraduras e o ato de desdobrá-las vão dar novos direcionamentos ao olhar do leitor, forçando-o a sair da direção habitual da leitura ocidental.

A ressalva que se faz ao formato é a exigência da matriz do fanzine ser impressa exatamente no tamanho A4 em que foi pensada.(ANEXO F e H). Nas experimentações anteriores ao fanzine final, verificou-se que muitas impressoras e fotocopiadoras imprimem a imagem em um tamanho menor que o molde do fanzine original (ANEXO E). Outra solução seria montar o fanzine em um tamanho um pouco maior que a folha A4.

## 6. CONSIDERAÇÕES

A necessidade de se buscar uma solução gráfica criativa para a confecção do fanzine como meio de economizar seus custos de produção se mostrou uma invenção significativa em termos de *design*. Experimentos como o -*Mas* reforçam a importância do design gráfico para viabilizar projetos autorais através da redução de gastos com reprodução e a possibilidade de aumento da qualidade de impressão. Além de tentar tornar o fanzine um meio cada vez mais único de comunicação.



O fanzine –*Mas* vem experimentar através de seu design a veracidade não só da clássica afirmação do teórico MCLUHAN(1964): “o meio é a mensagem”; como também sua releitura por MARISCAL(2000), “*O meio é a mensagem. E vice-versa.*” Ainda há muito potencial narrativo a si explorar entre um dobrar de uma folha e outra.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Arnaldo. **Humor Sangrento**. 2ª Ed. Teresina: Publicações Suídas, 2007.

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual: uma psicologia da Visão Criadora**. 7ª Ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1992.

CURSO DE DESIGN GRÁFICO COM JAVIER MARISCAL. **A mensagem: essência da Comunicação**. São Paulo: Salvat Editores S.A., fascículo nº 5, 2000. Design Gráfico: A mensagem.

CURSO DE DESIGN GRÁFICO COM JAVIER MARISCAL. **Papel cuchê: design de revistas**. São Paulo: Salvat Editores S.A., fascículo nº 13, 2000. Design Gráfico: design de revistas.

FERREIRA, Eduardo Camillo Kasperevicis. **Minimalismo, Design Minimalista e suas influências**. *Estúdio Cinco*, São Paulo, fev. 2009. Disponível em: <[http://www.estudio-cinco.com/design\\_minimalista.pdf](http://www.estudio-cinco.com/design_minimalista.pdf)>. Acesso em: 30 mar. 09

FONSECA, Albertina. **A importância do Origami no desenvolvimento da atividade cerebral**. *Blog Creative Way*, Florianópolis, 2009. Disponível em: <[http://creativeforever.blogspot.com/2009/02/importancia-do-origami-no\\_20.html](http://creativeforever.blogspot.com/2009/02/importancia-do-origami-no_20.html)>. Acesso em: 30 mar. 09.

PEREIRA, Renata Marques; COSTA E SILVA, Leandro Menezes; MEDEIROS, Rafael Batista de. **Fanzine Lado[R]**. In: X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2008, São Luís, MA.

POMBO, Olga. **O Meio é a Mensagem**. Universidade de Lisboa. Disponível em: <<http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/opombo>>. Acesso em: 01 abr. 09.

**Proporção Áurea e Número de Ouro**. *Ziho Design Estúdio*. Disponível em: <[http://www.ziho.com.br/AULA\\_PERC\\_9.pdf](http://www.ziho.com.br/AULA_PERC_9.pdf)>. Acesso em: 30 mar. 09.



ANEXO

A.



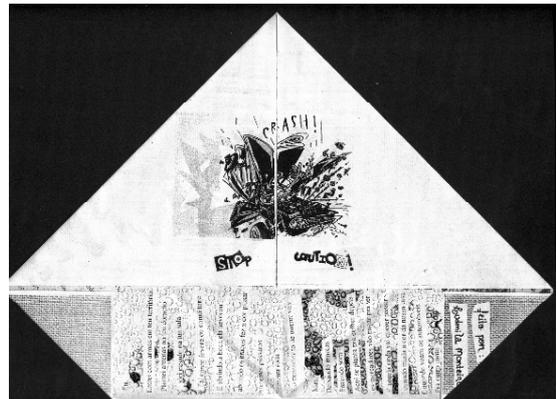
inspiração do formato na revista Gráfica, do designer José Maria Torné

B.

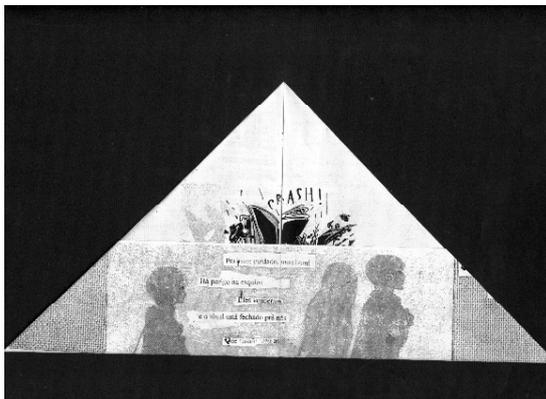


Capa e Contra-capa do fanzine

D.

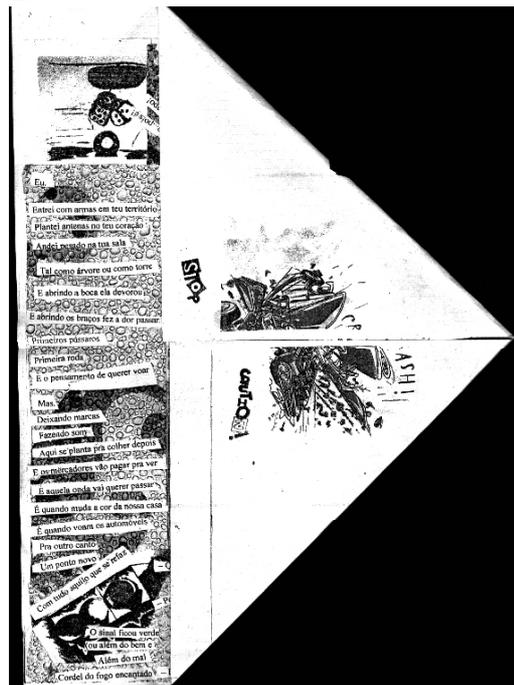


C.

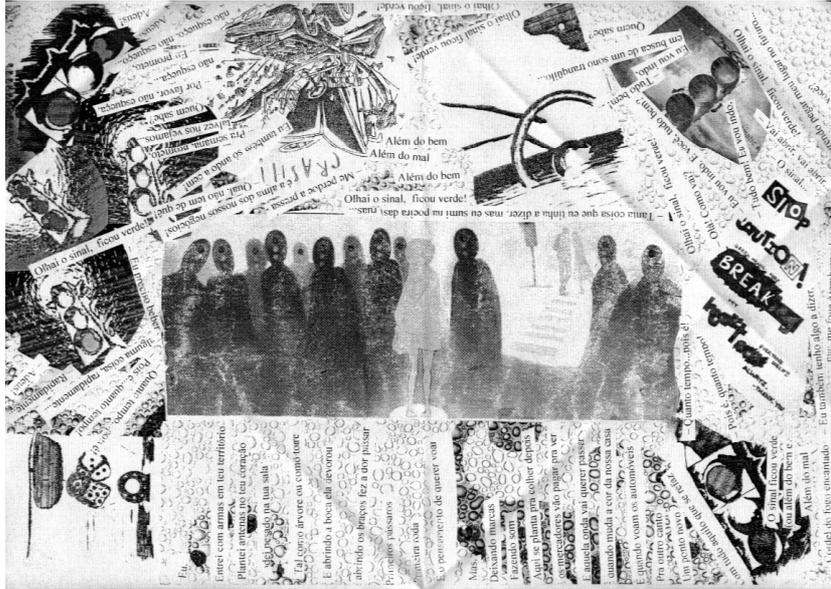


B, C e E- adentrando no fanzine

E.



F.



interior do fanzine

G.



matriz do fanzine

H.

