

Fanzine e subcultura punk: produção, consumo e identidade na cena brasileira

Giovana Santana Carlos¹
Gabriela Cleveston Gelain²

Resumo:

Este artigo busca discutir a importância do fanzine punk brasileiro, enquanto mídia radical alternativa (DOWNING, 2004; OLIVEIRA, 2006), para as comunidades subculturais e identidade punk. Assim, apresentam-se as discussões e o contexto sobre o início do punk através de autores como Guerra (2013), Kemp (1996), Rodrigues (2012), O'Hara (2006) e Bivar (1982). Em seguida, a história e características dos fanzines, assim como sua especificidade na identidade da subcultura punk conforme Amaral (2006), Oliveira (2006), Milani (2013) e Quintela et. al (2014). Por fim, por meio de uma amostra de 67 fanzines punks brasileiros, de 1993 a 2014, analisamos recorrências em relação a formatos e conteúdos para compreender como a produção e consumo destas publicações alternativas articulam-se com a formação e a construção da subcultura e identidade punk no Brasil.

Palavras-chave: subcultura; punk; fanzine.

Fanzine and punk subculture: production, consumption and identity in the Brazilian scene

Abstract:

This article seeks to discuss the importance of the Brazilian punk fanzine, as a radical alternative media (Downing, 2004; Oliveira, 2006), for subcultural communities and punk identity. Thus, we present the discussions and the context about the beginning of punk through authors such as Guerra (2013), Kemp (1996), Rodrigues (2012), O'Hara (2006) and Bivar (1982). Then, the history and characteristics of the fanzines, as well as their specificity in the identity of the punk subculture according to Amaral (2006), Oliveira (2006), Milani (2013) and Quintela et. to (2014). Finally, through a sample of 67 Brazilian punz fanzines from 1993 to 2014, we analyzed recurrences in relation to formats and contents to understand how the production and consumption of these alternative publications articulate with the formation and construction of the subculture and punk identity in Brazil.

Keywords: subculture; punk; fanzine.

Artigo recebido em: 15/10/2017

Aceito em: 02/02/2018

1 Doutoranda em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná, jornalista pela Universidade de Passo Fundo. Bolsista CNPq. E-mail: giovanacarlos@hotmail.com.

2 Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: gabrielagelain@gmail.com.

Introdução

Fanzines e Punk possuem uma relação muito estreita como veremos aqui. A difusão da subcultura encontrou nessa mídia radical alternativa (DOWNING, 2004; OLIVEIRA, 2006) um canal de comunicação e difusão não só de suas músicas e artistas locais e internacionais, mas também de seus ideais. Além de difusão, o fanzine punk permitiu e permite sua manutenção e desenvolvimento. Com conteúdos e características próprias, esses fanzines possuem papel indispensável para a subcultura que não encontra na mídia tradicional espaço para se expressar. Buscando demonstrar a relevância do fanzine punk produzido no Brasil enquanto uma mídia alternativa, apresentamos uma amostra de 67 fanzines punks brasileiros, de 1993 a 2014, na qual discutimos estética e conteúdos, além de brevemente discorrermos sobre a diferença entre sermos uma pesquisadora *insider* e outra, *outsider* em relação ao punk.

Assim, primeiramente, apresentaremos discussões sobre as comunidades subculturais (GUERRA, 2013; KEMP, 1996; RODRIGUES, 2012; O'HARA, 2006, BIVAR, 1982) e a identidade punk para entendermos onde o fanzine está localizado na história das comunidades subculturais. Por fim, analisaremos recorrências em relação as formas e conteúdos dos fanzines selecionados em nossa amostra. Entre as conclusões, perceberemos que a comunidade subcultural no Brasil tem suas especificidades em termos teóricos, além de ainda se manter focada na tradição impressa dessa mídia alternativa, mesmo com a possibilidade de recorrer à internet.

As comunidades subculturais e a identidade punk

Após a 2ª Guerra Mundial, muitas mudanças aconteceram na sociedade. Entre elas, está o surgimento de subculturas questionando as normas e padrões culturais vividos até então. As identidades culturais entram em choque, e passam a ter outras formas de construção e vivência. Observando essas mudanças, nos anos 1970, os pesquisadores do *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), da Universidade de Birmingham, desenvolveram uma série de estudos propondo uma reinterpretação da caracterização e do significado destes grupos juvenis. Hall e Jefferson (1976), problematizaram a noção de que as culturas juvenis eram referentes à cultura da classe da qual seu grupo era originário. Os autores explicam as subculturas enquanto conjuntos menores dentro das culturas de classe (ou cultura dos pais) - diferenciadas e localizadas - imersas em uma rede cultural maior. Além disso, são visualizadas como formas de resistência e negociação em relação à cultura dominante (ABRAMO, 1994). Entre as principais comunidades subculturais estão os Teddy Boys (1940), Mods (1960), Beats (1950-1960), Rockers (metade dos anos 60), Skinheads (1960), Hippies (1960-1970), Glamrockers/Glitters (início e metade de 1970). Em 1977 surge o punk (AMARAL, 2006), com suas características específicas, assim como meios próprios de

canalizar suas mensagens.

De acordo com Edgar e Sedgwick (2003), críticas surgiram contra a abordagem da forma como as subculturas foram conceituadas pelos Estudos Culturais, pois foram excessivamente seletivos nas escolhas, como ter se preocupado mais com as subculturas das classes trabalhadoras, levando a um romantismo da subcultura como fonte de resistência e que essa “superênfase” pode servir para distorcer o retrato que estes estudos têm da juventude como um todo. Além disso, segundo Carvalho (2011), alguns autores consideram que o “sub” remete à uma cultura inferior, fazendo uma crítica ao conceito e preferindo o uso de outros, como “tribo” (HESMOLDHALGH, 2005).

O conceito de subcultura foi repensado a partir dos anos 1990, em especial pelos teóricos da Escola de Birmingham que direcionaram suas análises para o conceito de “pós-subcultura” (MUGGLETON, 2000), no qual a questão de classe social já não se apresenta de modo rígido ou importante para refletir a questão do pertencimento à comunidade. Esta reconfiguração para pós-subcultura é assinalada pela aprovação de que a subcultura não é voltada necessariamente para o viés ideológico, mas, em muitos casos, para o estilo estético, isto é, não mais resistência, mas em processos de identificação (AMARAL, 2006).

Para Abramo (1994), o punk apareceu como uma nova subcultura juvenil que se articulou, ao mesmo tempo, em torno de uma reversão musical do rock e de um modo de vestir inusitado e extremamente “anormal”, como calças rasgadas e moicanos. No que toca Bivar (1982), o punk transformou-se em um “movimento de revolta adolescente”, de “uma geração insatisfeita com tudo, invocando o espírito de mudança”, aparecendo como uma crítica e um ataque contra a sociedade exploradora, que estava mergulhada em seus próprios vícios. A data e o local de nascimento do punk, segundo O’Hara (2005), são discutíveis. Pode ter sido em Nova York, entre 1960 e 1970, ou surgido através dos punks ingleses em 1975-1976. De acordo com o autor, a política específica e o desenvolvimento do punk só se deram no final dos anos 1970 e, em geral, acredita-se que Nova York tenha sido o berço do estilo musical, enquanto na Inglaterra a atitude política e o visual se popularizaram para o mundo. O objetivo dos punks da Grã-Bretanha era o de expressar uma raiva de modo original e ódio por conformistas.

Musicalmente, o punk representou um “retorno musical” à forma básica de compor e tocar, em reação à classe média do rock progressivo, como as bandas *Pink Floyd* e *Yes*. Sonoramente, punk é a música estilo rock básico em três acordes, som cru com técnica rasa (AMARAL, 2006). Aparentemente simples, surge como crítica ao rock e sua lógica comercial de empresas fonográficas, pela glamorização no aspecto estético relativo aos padrões de consumo da indústria cultural e por um academicismo na música em si (ambientes eruditos, grandes narrativas e espírito contemplativo) na década de 1970, segundo Carvalho (2011). Na visão de Guerra (2013), o punk

é mais do que música, é uma atitude e ética que avança as fronteiras de um gênero musical, ainda que permaneça no *underground*.

A ética punk baseia-se na ideia de simplesmente “sair e fazer”, ou, como popularmente é expresso, na ideia do “Faça Você Mesmo”, ou *Do It Yourself* (DIY). Ela surgiu da necessidade de criar algo dentro da cena. Apesar de o punk ter se tornado um grande – e rentável – movimento musical nos anos 1970, as indústrias fonográficas demonstraram pouco interesse, em contrapartida ao sucesso das músicas de discotecas. Assim, um músico punk, se quisesse ter um público, teria de alugar com o próprio dinheiro os salões para se apresentar. Se quisesse gravar um show ou uma demo-tape, teria de financiá-lo sozinho. E, se quisesse falar sobre sua música, teria de criar um fanzine. “O punk nunca esperou aprovação de ninguém para fazer algo por conta própria. DIY é a resposta para “por quê?” (SINKER, 2009, p. 9). Também contribui o fator econômico para o espírito do faça-você-mesmo.

Tipos “abjetos” como coloca Rodrigues (2012), os punks ofendiam e escandalizavam a sociedade expondo realidades “escondidas” como taras, tabus e também questões políticas discutidas de uma outra forma alternativas e artesanais como os fanzines. Com o passar do tempo, as reivindicações do punk se ramificaram em diferentes grupos, ainda punks, mas com “lutas” mais definidas, como os *anarcopunks* com uma ideologia anarquista; as *riot grrrls*, por discussões feministas; e, os *straight edges*, que buscam uma vida livre de drogas ilícitas, álcool e, geralmente, são vegetarianos.

A disseminação do punk para outros países surge a partir dos anos 1980, quando, segundo Fernandes (2013), revistas de música e jornais brasileiros publicaram matérias sobre a tendência do punk na moda, onde também desconstruíam a imagem do punk ligando-o à violência, retirando a crítica social da essência do movimento. Assim, no Brasil, conforme Kemp (1996, p. 8), o punk chegou primeiro pela mídia “sendo mostrado de forma dúbia, ora como um novo modismo, ora como um movimento autêntico de resistência às práticas culturais hegemônicas”. De acordo com Gallo (2010), o punk surgiu no país por volta de 1977, na cidade de São Paulo e no ABC paulista, disseminando-se posteriormente em outras cidades e regiões.

A corrente mais crítica do punk brasileiro entrou em confronto com a ditadura, o que acarretou perseguições policiais, censura, interrompimento do fluxo natural das produções, além da criminalização pela imprensa e pela mídia. Para Bivar (1982), as primeiras bandas punks datam de 1978, como: AI5, Condutores de Cadáver e Restos de Nada. Em 1982, quando a imprensa (local e nacional) percebeu o ressurgimento do punk, mais de 20 bandas já estavam apresentando-se em shows periféricos, e outras bandas já divulgavam seus nomes, como Olho Seco, Cólera, Fogo Cruzado, Lixomania, Suburbanos, Ratos de Porão, Guerrilha Urbana.

De acordo com Fernandes (2013), os fanzines punks da primeira década do sé-

culo XXI vieram com um conteúdo balanceado criticamente, por acharem que era o momento para isso. Assim, “o movimento punk desta década é fruto não de uma evolução linearmente progressista das décadas anteriores, mas fruto de experiências históricas de saltos e recuos da consciência punk” (FERNANDES, 2013, p. 117).

Enfim, mesmo com sua dispersão mundial, a subcultura punk se constrói sob uma identidade oposta às identidades culturais de sua época de origem, entendidas como ligadas à tradição, fiel às suas origens e atemporais (HALL, 2009). A identidade punk é construída coletivamente através da soma de fatores como a música, em práticas e éticas específicas, buscando sobretudo contestar o que não se aceita da sociedade e por reivindicações próprias. Portanto, a comunicação desempenha papel fundamental nesse processo, mas

[...] os interesses não se encontram ‘dados’ ou ‘prontos’ para serem ‘liberados’. Em vez disso, eles são discursivamente construídos no momento em que os afetados se engajam em discussões, privadas e públicas, para clarear aquelas características tidas como relevantes em suas vidas, para dar expressão a anseios, sonhos e necessidades. (MAIA, 2000, p. 12)

A seguir, as especificidades do fanzine punk como mídia alternativa.

O fanzine punk: da Inglaterra até o Brasil

Influenciado pela ética punk do DIY (Faça Você Mesmo), uma mídia alternativa surge de forma a contribuir para a construção e expressão de sua identidade e discursividade: o fanzine. Também conhecido como “zine”, oriundo da junção das palavras em inglês “*fan*” e “*magazine*”, “fanzine” designa de forma mais simples uma revista de fãs, ou seja, uma mídia na qual os fãs expressam suas opiniões, gostos e criações artísticas de forma livre (JENKINS, 1992). Seu surgimento é creditado à comunidade de fãs estadunidense de ficção científica nos anos 1930, tendo sido apropriado por diferentes fandoms e subculturas.

Para Oliveira (2006), o fanzine é uma mídia alternativa, com base na qual foi criado um movimento cultural alternativo internacional. É uma expressão viva, concreta e palpável de movimentos culturais. Observamos que os fanzines vinculados ao punk também são uma forma de mídia radical alternativa, pois, segundo Downing (2004), a mídia radical alternativa tem o objetivo não apenas de mostrar ao público os fatos que lhe são negados, mas também de criar novas alternativas de pesquisar e desenvolver perspectivas de questionamento do processo hegemônico, fortalecendo, assim, o sentimento de confiança do público devido ao sentimento de mudança construtiva.

Downing (2004) resume o modelo de contrainformação baseado em Gramsci, que apresenta uma nova perspectiva para entender a mídia radical, a qual tem um

forte elemento de validade, especialmente sob regimes repressores e extremamente reacionários. O papel da mídia radical pode ser compreendido como o de tentar quebrar o silêncio e refutar as mentiras da sociedade, fornecendo-lhe a verdade. Ao empregar a expressão mídia radical alternativa, Downing (2004) refere-se, à mídia que é, em geral, de pequena escala e que se apresenta sob muitas formas diferentes, ou seja, àquela que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas.

No Brasil, conforme aponta Milani (2013, p. 143), os fanzines surgem associados “aos brasileiros que escreviam e circulavam saberes à margem da mídia comercial, que vivia sob a ação dos censores da Ditadura Civil Militar (MAGALHÃES, 2003)”. No entanto, a produção, distribuição e consumo de fanzines ganharam destaque com o surgimento do movimento punk nos Estados Unidos e no Reino Unido entre 1970 e 1980, declarando-se como um campo libertário, criativo através do “*Do It Yourself*” e uma alternativa aos meios hegemônicos e a mídia *mainstream* (QUINTELA et al., 2015).

Para Guimarães (2005), o termo fanzine disseminou-se de tal forma que, atualmente, engloba todo tipo de publicação que tenha caráter amador e seja feita sem intenção de lucro, motivada pela simples paixão sobre o assunto focado. São fanzines punks as publicações impressas que agregam textos diversos, histórias em quadrinhos do editor e dos leitores, reprodução de histórias em quadrinhos (HQs) antigas, poesias, divulgação de bandas independentes, contos, colagens, experimentações gráficas e tudo aquilo que o editor julgar interessante para sua publicação. Há “formatos que vão desde arranjos quase ininteligíveis até outros muito próximos ao das revistas e jornais tradicionais” (MILANI, 2013, p. 141).

Relacionado com a ética do DIY, o fanzine utiliza qualquer recurso que esteja disponível. Um deles é a união de materiais escritos com materiais visuais de origens diversas (revistas, outros fanzines, anúncios), sem uma necessidade de respeitar princípios estéticos na diagramação. “Potencializa-se, assim, uma ação limítrofe que não leva em conta a obrigatoriedade de respeito aos cânones da produção intelectual” (MELLO, 2010, p. 29). Por falta de recursos financeiros e tecnológicos, no caso dos fanzines mais antigos, muitos tinham sua montagem concluída por meio de recortes, seguidos de colagens, textos e matérias. Pelo mesmo motivo, a reprodução era feita pelo mimeógrafo, já que somente as mais estruturadas recorriam às gráficas (DEFAVARI, 2008). Características como “corta e cola” manualmente e a qualidade de cópias xerocadas marcam fortemente a estética do fanzine punk.

Os trabalhos de fanzines de temática punk que atingiram maior visibilidade foram o *Sniffin’ Glue*, da Inglaterra (de Mark Perry), e *Punk*, de Nova York (de John Holmstrom, Ged Dunn e Legs McNeil) nos anos 1970. Nesse momento, Hebdige (1979, p. 111) afirma que “os fanzines são revistas editadas por um indivíduo ou um grupo, consistindo em comentários, editoriais e entrevistas com punks proeminentes,

produzidos em pequena escala, o mais barato possível, grampeadas e distribuídas através de um pequeno número de lojas”.

Além de minimizar gastos, o fazer zinístico permite a desconstrução entre as distâncias entre produtor e consumidor, uma vez que se trata de uma mídia que está ao alcance de qualquer um no que tange a sua criação e, principalmente, dá abertura e convida os punks a participarem e expressarem o que querem, sem interferências. Milhares de fanzines foram escritos manifestando o ponto de vista dos autores sobre o que é o punk, sua política, sua música e sobre o objetivo dos autores ao se expressarem nos anos de 1970 (O’HARA, 2005).

Conforme Amaral (2006), o papel do fanzine para o punk foi muito importante para a união dessa subcultura e para torná-la autêntica, pois a representação do punk pela mídia tradicional não contentava seus integrantes. Assim, os fanzines tiveram o papel de constituir uma rede social para os punks como mídia alternativa, reafirmando a ética DIY, não só para suas comunidades locais, mas também no mundo todo, a partir de 1980. Quintela et al. (2015, p. 10), por exemplo, em estudo sobre a cena punk de Portugal por meio dos fanzines portugueses, apontam que nos 1990, “destaca-se uma estreita relação entre bandas portuguesas e ‘cenas’ punk/hardcore no Brasil e em Espanha, evidenciada numa circulação regular de discos, bandas e, com relevância menor, fanzines entre os dois países já está bem estabelecida”.

No Brasil, a origem dos fanzines punks não é conhecida, não há um título que se sobressaia entre a comunidade como primeiro. “Entretanto, cabe tomar o apontamento de Antônio Carlos de Oliveira, que nomeia o Factor Zero e o Exterminação de 1981 como os mais antigos do Arquivo Punk (OLIVEIRA, 2006), coleção de fanzines doada por ele ao CEDIC³” (MILANI, 2013, p. 144). Já Kemp (1996), aponta 1982 como um marco para o movimento com o “SP - Punk”, pois o editorial protesta a formação de gangues em São Paulo e região.

Nesse mesmo fanzine, estão reproduções de um artigo de jornal intitulado “A Geração Abandonada”, que avalia o fenômeno punk de forma bastante pejorativa, associando-o a práticas de violência - ‘(...) violentíssimos e sujos jovens desesperados (...) que andam sempre armados (...) roubam e espancam velhinhas - e acham muita graça nisso’, e ainda identifica os punks a ‘discípulos de Satã’, concluindo que sua existência no Brasil seria fruto de um ‘atraso histórico’, uma vez que ‘no resto do mundo’ o movimento estaria praticamente morto. (KEMP, 1996, p. 9)

A seguir, analisamos alguns fanzines brasileiros atuais para refletir sobre a subcultura punk no Brasil, em sua construção identitária e no papel do fanzine como mídia alternativa.

Formatos e conteúdos nos fanzines punks brasileiros

³ CEDIC é o centro de documentação da PUC de São Paulo.

Metodologicamente, é importante explicar que enquanto Autora1, uma das autoras, é uma *insider* da cena punk, ou seja participante além de pesquisadora dessa subcultura, a outra, Autora2, é pesquisadora de fãs que apenas conhece o punk, por contato com pessoas próximas, sendo uma observadora de fora (*outsider*) desta subcultura, com um olhar mais distanciado. Portanto, as discussões em torno das temáticas deste artigo foram muito enriquecedoras, devido às diferentes perspectivas. Além disso, para a construção de nossa amostra foi fundamental partir do acervo pessoal da pesquisadora *insider* devido à dificuldade de conseguir os fanzines punks, uma vez que são trocados por correio e dados de mãos-em-mãos por quem pertence a essa subcultura. Assim, partimos do acervo construído entre 2004 e 2016 por Autora1, tanto no Brasil, quanto no exterior, focando apenas nas produções brasileiras. E, portanto, destacamos o caráter pessoal e subcultural dos fanzines punks como mídia alternativa que circula dentro desta comunidade, de acesso não facilitado a pessoas de fora.

Em um total de 67 fanzines compondo nossa amostra:

- a) 39 correspondiam ao formato A5 (14,8cm x 21,0cm);
- b) 12, formato jornal;
- c) 11, em formato A6 (10,5cm x 14,8cm);
- d) 3, formato A7 (7,4cm x 10,5cm);
- e) 1 fanzine de folha sulfite cortada e dobrada em três partes;
- f) 1 fanzine com formato mais comprido de 11 cm x 31 cm.

O predomínio é da folha sulfite A4 dobrada em diferentes formatos (A7, A6, A5), totalizando 54 fanzines; sendo 12 totalmente em formato jornal; e, apenas um possui um formato mais comprido e com papel diferenciado. A seguir nos concentraremos nos dois mais recorrentes.

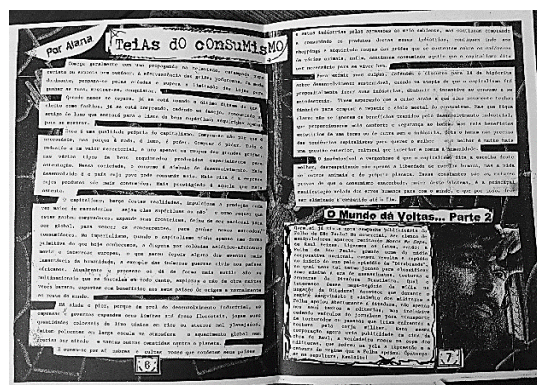
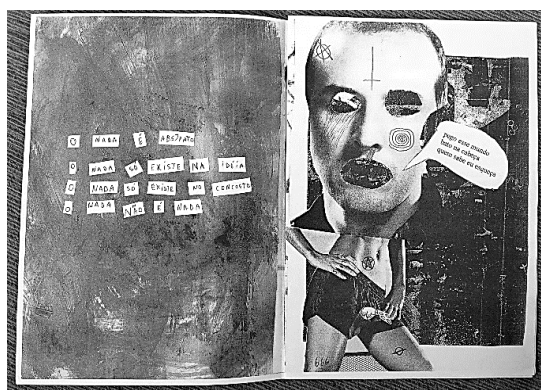
Fanzines punks brasileiros em formato A4

Dentro da nossa amostra de 67 fanzines, a grande maioria (39) é em formato A5, ou melhor, o conhecido A4 dobrado ao meio. Quanto à lombada, a maioria é apenas dobrada, porém, 7 são grampeadas e uma é encadernada com linha de costura vermelha. Quanto ao tipo de papel e cores, a maioria é em papel sulfite, em branco e preto (característica do xerox), entretanto, diferenciaram-se 6, dos quais: 2 possuem capas coloridas com papel de melhor qualidade; 1 possui papel de cor salmão; 1 intercala papel branco e azul; e, finalmente, 2 são em papel reciclado. As variações de página vão de fanzines com 4 páginas, ou seja, apenas uma folha A4 dobrada ao meio, a 64 páginas, 16 A4.

Esses formatos permitem, já num primeiro manuseio, observar como os fanzi-

neiros descontroem e (re)constroem as folhas utilizadas. As dobraduras já implicam num reformular o que está sendo produzido e consumido, além de trazer implícitos outros detalhes como o cuidado com a natureza, ao utilizar papel reciclado. Quanto à diagramação do conteúdo, foi possível perceber uma variedade de formas: em alguns predominam textos, outros, imagens (desenhos, fotografias, ilustrações, histórias em quadrinhos). Há tanto aqueles em que apenas texto aparece, como aqueles que apenas imagens predominam. E claro, a maioria mistura ambos.

Figuras 1 e 2: Comparação entre textos e imagens em páginas de fanzines



Enquanto no fanzine “Nada” (2014), de Alisson, predominam as imagens, no “Zine Cultural” (2009), de Volmer, predomina o texto. (FONTE: Acervo pessoal)

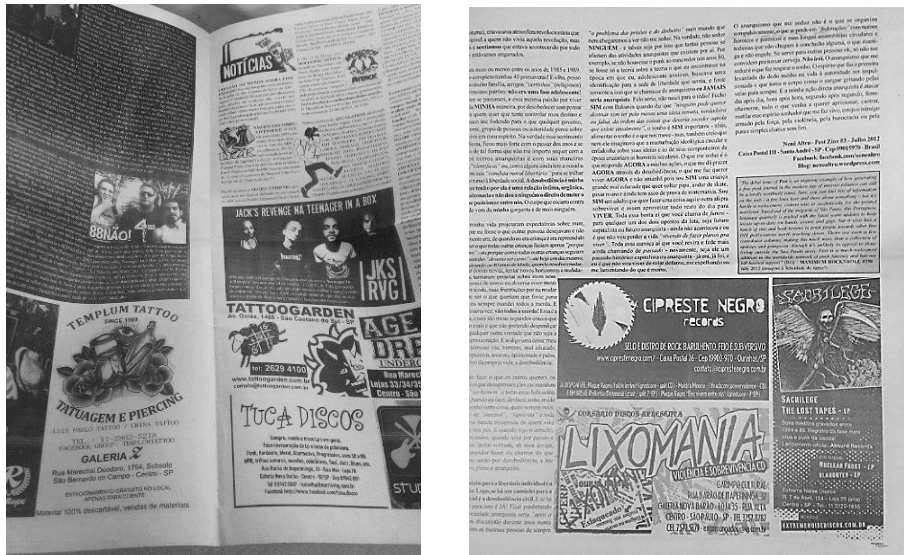
Existem fanzines que fogem ao que é notadamente reconhecido como estética punk, ou seja, uma imagem suja, poluída, com recortes e colagens, os quais poderiam ser confundidos com qualquer outro fanzine (ou mesmo publicação impressa), mas seus conteúdos textuais são notadamente punk ao trazerem entrevistas com bandas, coberturas/imagens de show, textos críticos e manifestos. Ou seja, mesmo com uma estética demarcadamente conhecida como “punk”, esta subcultura é mais complexa, sendo mais corretamente relacionada a conteúdos de protestos sociais, assim como sendo fãs de bandas do estilo musical.

Fanzines punks brasileiros em papel e formato jornal

Dos 12 fanzines em formato jornal, chamou-nos a atenção as similaridades com os jornais impressos tradicionais, isto é, a diagramação, mais limpa do que a estética suja dos fanzines analisados anteriormente; a ordenação de conteúdo e editoriais, como em um jornal noticioso; e, a presença de anúncios publicitários. Os conteúdos variam entre coberturas de shows, quadrinhos, editorial, entrevistas com bandas, resenhas de CDs e LPs, e notícias. Exemplificam essas características os fanzines “Rock do ABC” (nº 2 – Março/Abril de 2013 – 3000 exemplares) e “Pest Zine” (nº. 3 – agosto a outubro de 2012 – 5000 exemplares). Ambos são de distribuição gratuita e trazem anúncios de lojas como de discos, de tatuagens e de skate. Isto quer dizer que, mesmo sendo uma mídia alternativa (DOWNING, 2005; OLIVEIRA, 2006), ainda

segue padrões da mídia convencional. Se por um lado, os conteúdos tendem a apresentar características próprias de uma subcultura, por outro, ainda há resquícios de formatos jornalísticos e publicitários.

Figuras 3 e 4: Páginas dos fanzines “Rock do ABC” e “Pest Zine”



Diagramação e anúncios publicitários das páginas dos fanzines em jornais. (FONTE: Acervo pessoal)

É válido ressaltar que o “rock do ABC” se apresenta de forma dobrada, simulando a dobradura mais comum de A4 anteriormente citada, reforçando a importância da materialidade do objeto fanzine e a apropriação subvertida pelo punk. Assim, em relação ao manuseio comum de um impresso, o jornal foi dobrado ao meio e girado de forma a ter seu conteúdo verticalizado e próximo ao formato tradicional de fanzine punk. Mesmo encontrando similaridades com as mídias tradicionais, os fanzineiros preocupam-se em diferenciá-los.

Nem todos os zines em formato jornal trazem em seu título a denominação de “fanzine” como o “Jornal Antimídia - O tablóide da música alternativa” (nº 14 - janeiro 2015 - tiragem 15 mil exemplares). Comunicando-se como uma “publicação independente gratuita”, avisa que não enviam o jornal pelo correio, característica usual da distribuição dos fanzines. Entretanto, mesmo não usando diretamente o termo fanzine, jornais como esse podem ser reconhecidos como tal, devido a seus conteúdos. O exemplar em jornal mais diferente entre nossa amostra foi o fanzine “Hauuzc” (nº 1 - 1993), de Alberto Monteiro (RJ) pois as páginas foram grampeadas e apresenta uma estética mais rebuscada, letra disforme, colagem do “recorta e cola com tesoura e cola”, apesar de ser impresso em gráfica e não fotocopiado.

Figuras 5 e 6: Capa e página interna do fanzine jornal Hauuzc



(FONTE: Acervo pessoal)

De forma geral, no total da amostra que reunimos para este artigo, percebemos que, em relação ao conteúdo dos fanzines, predominam discursos anti-hegemônicos, contra a cultura dominante, que valorizam a ética punk do DIY e criticam o consumo (Figura 2), como a literatura relata. Um exemplo, foi o fanzine “Crítica do Descontentamento” (sem ano/data/autor), o qual através de 15 páginas, de apenas textos, critica a vida social contemporânea. Entre seus capítulos estão: “Homogeneidade Pedagógica e Cultura da Aparência” e “O Imperialismo Frio - Política da Ocupação Expansionista”.

Um conteúdo bastante recorrente é o fanzine em si de forma metalinguística, isto é, a história, consumo e produção dos zines são apresentadas e discutidas dentro dos fanzines, de forma a convidar o leitor/consumidor a ser também um produtor e crítico, instigando-o a entrar nesta rede de trocas de fanzines e, portanto, mantendo viva esta mídia alternativa. Uma observação que, primeiramente, pareceu preocupante, é a falta de informações nos zines como autoria, data e/ou local. Mas, durante nossas discussões, ficou claro que essas informações são adquiridas diretamente ao receber os fanzines, mostrando como a relação entre os membros da cena é mais direta, seja através de correspondência por correio ou em encontros pessoais.

Embora não fosse nossa intenção buscar os fanzines na internet, ou os chamados e-zines, conforme as publicações se aproximam da atualidade, percebemos uma interação maior com a internet, através de contatos por e-mail, blogs, sites e afins. No caso do fanzine jornal “Rock do ABC”, há uma página com texto extraído de blog sendo apresentado com o título “nenealtro.wordpress.com” e logo abaixo dizendo ser “a versão impressa”.

Considerações finais

Ao buscarmos analisar fanzines punks brasileiros pudemos constatar que o punk ainda pode ser abordado como uma subcultura e não pós-subcultura, isto é, possui um caráter ideológico, de resistência, mesmo que possa ser percebido por uma estética própria. Essas e outras características podem ser visíveis nos formatos desses fanzines brasileiros, em suas propostas de dobraduras e materiais, assim como em seus conteúdos. É válido ressaltar que talvez seja possível encontrar o punk como pós-subcultural a partir de outros vieses como, por exemplo, só a partir da cena musical⁴.

Assim, por meio dos fanzines analisados, ficou nítido que o leitor punk brasileiro é convidado tanto a ser um consumidor, em um sentido cultural, quanto um produtor de fanzines. Deste modo, a identidade punk é construída coletivamente por seus integrantes que expressam suas opiniões, artes e reflexões através dessa publicação alternativa. Entretanto, percebemos como essa mídia não é facilmente adquirida, pois é preciso um envolvimento com os membros da subcultura punk para ter acesso ou então buscar através de recursos acadêmicos como pesquisas e bibliotecas de fanzines. Algo que de certa forma colabora com a ética do faça você mesmo, ou seja, de ir atrás do que se quer.

Por fim, por meio da análise dos conteúdos estéticos e visuais dos 67 fanzines brasileiros, foi possível observar a importância que esta mídia radical alternativa possui para a subcultura punk no país, no que tange sua expressão, adesão e difusão, assim como as especificidades de seus conteúdos, seja através da estética punk ou de seus discursos anti-hegemônicos.

Referências

ABRAMO, Helena W. **Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Scritta, 1994.

AMARAL, Adriana. **Visões Perigosas: Uma arque-genealogia do Cyberpunk**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BIVAR, Antonio. **O que é punk?** São Paulo: Brasiliense, 1982.

CARVALHO, Salo de. Das Subculturas Desviantes ao Tribalismo Urbano. In: LINK, José; MAYORA, Marcelo; NETO, Moysés P.; CARVALHO, S. (Orgs.). **Criminologia cultural e rock**. Rio de Janeiro: Lumen Jures, 2011, p. 149-218.

DEFAVARI, O. **Imprensa alternativa no ABC: a história contada pelos independentes**. 1. ed. Santo André: Ed. do autor, 2008.

⁴ Ronsini (2007), por exemplo, identifica dois grupos conforme sua pesquisa: os punks simbólicos e os punks de consumo. Enquanto os primeiros estão mais ligados à filosofia do punk, os outros apresentam visões e pensamentos hegemônicos.

DOWNING, J. D. H. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.

EDGAR, Andrew.; SEDGWICK, Peter. **Teoria cultural de A a Z**. São Paulo: Contexto, 2003.

FERNANDES, Alessandro Wilson Gonçalves Reinaldo. **O discurso do cotidiano nos fanzines punks brasileiros (1981-2010)**. 2013. 145f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Paraíba, 2013

GALLO, Ivone. **Por uma historiografia do punk**. Projeto História (PUCSP), v. 41, p. 298-308, 2010.

GUERRA, Paula. Punk, ação e contradição em Portugal. Uma aproximação às culturas juvenis contemporâneas. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n.102, p 111-134, 2013.

GUIMARÃES, Edgard. **Fanzine**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2005.

HALL, Stuart. **Da diáspora** – identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2009

HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony (Eds.). **Resistance through rituals**: youth subcultures in post-war Britain. London: Hutchinson, 1976.

HEBDIGE, Dick. **Subculture**: the meaning of style. London: Methuen, 1979.

HESMONDHALGH, David. **Subcultures, Scenes or Tribes?** None of the Above. *Journal of Youth Studies*. Routledge. Vol.8, No.1, March 2005, pp.21-49.

MELLO, Jamer. G. **Insensato**: um experimento em arte, ciência e educação. 2010. 113f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande Do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul. 2010.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers**: television fans and participatory culture. New York: Routledge, 1992.

KEMP, Kênia. **Produção e circulação de ‘fanzines’ de ‘rock’**: Reflexões sobre a Produção de Estilos e as Relações com a Cultura de Massas. In: Intercom. Anais. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 1996. Disponível: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/1fc56aed30b7ed018cfc965de866a133.pdf>> Acesso em: 10 mar. 2016.

MAIA, Rousiley C. M. **Identidades coletivas**: negociando novos sentidos, politizando as diferenças. In: Compós, 9, 2000, Porto Alegre. Anais. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2000.

MILANI, Marco A. **Fanzines brasileiros, leitura e discurso**. In: Revista Imaginário!, v. 4, jun. 2013, p. 140-162., 2013 Disponível em: <<http://www.marcafantasia.com/revistas/imaginario/imaginario-01-10/imaginario-04/imaginario-4-online.html>>

Acesso em: 15 mar. 2016.

MUGGLETON, David. **Inside subculture**: the postmodern meaning of style. Oxford: Berg, 2000.

O´HARA, Craig. **A filosofia do punk**: muito mais do que barulho. São Paulo: Radical Livros, 2005.

OLIVEIRA, Antonio C. **Os fanzines contam uma história sobre punks**. Rio de Janeiro: Achiamé, 2006.

QUINTELA, Pedro; GUERRA, Paula; FEIXA, Carles; FARRAJOTA, Marcos. **As ‘ce-nas’ punk em Portugal (1977-2012)**: um olhar sociológico a partir da análise das redes de produção, distribuição e consumo de *fanzines* e *e-zines*. In: Congresso Português de Sociologia, 8, 2014, Lisboa. Atas. Associação Portuguesa de Sociologia. Disponível em: <http://www.aps.pt/viii_congresso/VIII_ACTAS/VIII_COM0629.pdf> Acesso em: 17 mar. 2016.

RODRIGUES, Daniel. **Anarquia na Passarela**: A influência do movimento punk nas coleções de moda. Porto Alegre: Dublinense, 2012.

RONSINI, Veneza V. M. **Mercadores de sentido**: consumo de mídia e identidades juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SINKER, Daniel. **Não devemos nada a você**: coletânea de entrevistas da Punk Planet. São Paulo: Edições Ideal, 2009.