

a com  
ta  
le  
am  
irre  
este  
nte tempo mas  
a passa num  
do que no  
ite bem e seu  
- não tem duas  
lica adulta  
ter responsabi-  
e que tudo e  
com sua familia  
cas estão nas  
em criança  
criança brin-  
ta criança  
mandei uma  
i embora não



amar.ela

JULIANA MISUMI

619.7676  
MISUMI JULIANA



juliana misumi

# amar.ela

sobre publicação independente,  
experiência manual e relações de afeto

orientação • julie pires

coorientação • pedro sánchez

comunicação visual design

ufrj - universidade federal do rio de janeiro

## RESUMO

MISUMI, Juliana

**amar.ela: sobre publicação independente, experiência manual e relações de afeto**

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Visual Design)

Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2019

Partindo da carência de material sobre a publicação independente, em especial brasileira, esse projeto foi pensado para investigar as publicações em si, tendo em foco sua materialidade – e citando os vários aspectos que circulam seu universo, como pequenas editoras, empreendedorismo, autopublicação. Para isso, o projeto visa explorar a publicação independente em 3 abordagens: a) conceitualmente, a(s) sua(s) definição(ões) e condições que a cercam; b) prática, seus processos gráficos e possibilidades diversas – quanto a tema, suporte, recursos, público, etc. –; c) contexto no meio editorial, sua relevância em especial atualmente. Sempre lembrando que se trata de um projeto de comunicação visual design, paralelamente ao conteúdo reunido nas pesquisas será produzida uma publicação independente própria. Assim, o projeto se dará em duas etapas, 1) conceituação, com a coleta, edição e análise de conteúdo; 2) prática, no fazer da publicação, tendo como norte a primeira etapa.

**Palavras-chave:** publicação independente, editorial, técnicas manuais, sensorial, tátil, material, processos, afeto.

## ABSTRACT

MISUMI, Juliana

**amar.ela: about independent publishing, manual experience and relations of affection**

Course completion work (Degree in Visual Communication Design)

Fine Arts School, Federal University of Rio de Janeiro, 2019

Based on the lack of material on independent publishing, especially Brazilian one, this project was designed to investigate the publications themselves, focusing on their materiality - and citing the various aspects that circulate this universe, such as small publishers, entrepreneurship, and self publishing. For this, the project aims to explore independent publishing in 3 approaches: a) concept, the definition(s) and conditions that surround it; b) practice, its graphic processes and various possibilities – as to theme, support, resources, public, etc. –; c) context in the editorial environment, its relevance particularly today. Always remembering that it is a project of visual communication design, parallel to the content gathered in the researches, an independent publication will be produced. Thus, the project will take place in two stages, 1) conceptualization, with the collection, edition and analysis of content; 2) practice, in the making of the publication, having as the north the first step.

**Key words:** independent publishing, editorial, manual techniques, sensory, tactile, material, processes, affection.

# AGRADECIMENTOS

Esse trabalho foi desenvolvido ao longo de um ano, mas a sua construção começou há muito tempo, quando eu ainda nem sabia sobre o que esse TCC seria. Sendo assim, é um trabalho meu, mas também é de muitas outras pessoas.

É da minha família, pai, mãe, Yu e Mi, que me davam revistinhas, livros e canetas coloridas, sem imaginar que, um dia, eu seria “a irmã artista” ou “a filha que gosta de ler”, e que sempre sentiram orgulho desses meus títulos.

É da minha família, avós e bisavós, que chegaram há quase 100 anos como imigrantes, para viver em um país completamente diferente das suas origens. Esse trabalho é a forma que encontrei de me reconectar com eles.

É do Je, o maior do mundo, sempre do meu lado.

É das amigas Thaís Carlo, Nathália Duarte e Fernanda Myamoto, mulheres que me inspiram e me fazem maior, cada uma com sua força monumental.

É dos amigos e colegas de curso que ajudaram nesse trabalho, seja me recomendando um livro, chamando para um evento, ouvindo sobre minhas ideias.

É da orientadora Julie Pires, a maior referência que tenho na faculdade, cada leitura recomendada, cada palavra de incentivo me deram a calma e a coragem de seguir em frente.

É do coorientador Pedro Sánchez, que, de empurrãozinho em empurrãozinho, levou esse trabalho para além.

É dos professores e funcionários da Escola de Belas Artes, que, em meio a cortes de verba, incêndio, sucateamento das universidades públicas, se dedicam sempre ao nosso aprendizado.

É dos professores que tive na Record, Renan e Leo, que me ensinam diariamente sobre muito mais do que design.

É de todos que estão no cenário do impresso independente, a minha maior certeza ao frequentar as feiras e conversar com quem publica, é que há um verdadeiro amor nisso. Esse amor é recíproco, vocês são a revolução!

# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6	3.2 O <i>craft</i> e os movimentos alternativos	33
<b>I COMO DEFINIR A PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE IMPRESSA</b>	<b>7</b>	3.3 Ler com as mãos	35
1.1 Um sistema fora d'O Sistema	8	3.4 Impresso é afeto	37
1.2 Comunicação, contestação, expressão, experimentação	12	<b>4 NARRATIVA DE CONSTRUÇÃO DA AMAR.ELA</b>	<b>38</b>
1.3 Cultura <i>underground</i> , independente, alternativa	14	4.1 Origem	39
<b>2 AS PESSOAS E LUGARES DA PUBLICAÇÃO ALTERNATIVA</b>	<b>17</b>	4.2 Caminho	41
2.1 Designer como autor, editor, produtor	18	4.3 Destino	44
2.2 As relações na publicação alternativa	21	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>50</b>
2.3 Os lugares da publicação alternativa	25	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>52</b>
<b>3 A PUBLICAÇÃO ALTERNATIVA NO SÉCULO XXI</b>	<b>29</b>		
3.1 A resiliência do impresso no meio digital	30		

## INTRODUÇÃO

**amar.ela** trata de uma pesquisa teórico-prática sobre processos da publicação independente, com recorte para caminhos que envolvem o fazer manual e o contato sensorial do material. A proposta foi explorar de que formas a cultura do fazer com as próprias mãos pode influenciar a nossa relação com objetos editoriais e estabelecer empatia e identificação, criando vínculos de afeto.

Diante das múltiplas possibilidades de assuntos e abordagens para uma monografia no campo do design gráfico, decidi por esse tema me baseando em experiências com a autopublicação, além da proximidade com o tema, a nível profissional e pessoal — escolhi falar sobre aquilo que me toca. Durante o texto da monografia, apresento comentários pessoais e proposições relacionadas à publicação que nasceu a partir dessa pesquisa, com algumas fotos da minha trajetória na autopublicação.

Apesar de haver algum material sobre o assunto, em geral são livros e artigos estrangeiros, visto que o panorama nacional da publicação independente ainda é um tema em desenvolvimento e um campo sendo estudado pouco a pouco. Assim, houve também interesse em contribuir, por meio deste estudo, com o crescimento dessa área em ascensão.

Acredito que a cultura da publicação independente e suas possibilidades gráficas têm o potencial de transformar nossas relações, criando vínculos de afeto entre pessoas e objetos gráficos, pessoas e espaços, pessoas e pessoas. Ao falar de afeto, busquei olhar pra dentro, e há muito já percebia a vontade e a necessidade de explorar minhas próprias origens. Para isso, coletei materiais que pudessem me ajudar a saber mais sobre minha descendência, descobrindo nesse processo aspectos históricos e emocionais da minha identidade.

O trabalho foi construído em duas partes interligadas, uma teórica, com referências de textos de diversos autores, monografias, artigos, documentários, além de experiências pessoais participando ou visitando feiras e eventos ligados ao tema. E uma parte prática, no desenvolvimento de uma publicação autoral, independente e de produção própria, explorando o fazer manual e a relação afetiva com o objeto criado. Essa autopublicação se propunha à pesquisa de conteúdo familiar e histórico, por meio de fotos, cartas, documentos e fontes imateriais que constituíram o cerne do trabalho, minhas lembranças.

O título **amar.ela** foi escolhido, podendo ser interpretado de duas maneiras: amarela é a cor designada para definir a etnia de pessoas do Oriente, mais especificamente do Sudeste Asiático e do Extremo Oriente. É o caso do Japão, país de onde minha família partiu há quase 100 anos, imigrando para o Brasil. Apesar de parecer uma palavra pouco usual e até ofensiva, hoje, muitos descendentes estão se reapropriando do termo, encontrando força e identidade em se auto proclamarem amarelos. O título amar.ela também foi concebido com o ponto, separando as palavras amar ela, como uma forma de proclamar o amor por algo, aqui havendo várias possibilidades: à própria origem, à descendência, à família, a si mesma, mas também à publicação, à comunicação impressa, à manualidade.

## **CAPÍTULO I**

- 

**COMO DEFINIR A PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE IMPRESSA**

## I.1

### UM SISTEMA FORA D'O SISTEMA

Afinal, o que é a publicação independente? É preciso pontuar que essa pesquisa não ambiciona uma definição conclusiva do tema, simplesmente porque estabelecer uma resposta fechada a essa pergunta iria contra princípios observados no próprio cenário independente, como a comunicação de forma livre e experimental, com manifestações que não se encaixam em categorias pré-estabelecidas e nem pretendem fazê-lo – princípios que serão mais claramente explorados durante o trabalho. Ainda assim, a publicação independente certamente apresenta aspectos e condições próprias, construindo um universo singular que vai além da produção editorial. Analisar a sua existência ajudará a entender esse campo em crescimento e concretizá-lo como objeto de estudo e pertencente à cultura brasileira.

A publicação independente é assim chamada por não depender de um sistema estabelecido para existir; no caso, o sistema tradicional de produção e comercialização editorial. Uma publicação independente é planejada, criada, financiada, produzida e distribuída fora do modelo editorial *mainstream* das grandes editoras, feita de modo individual, ou, em casos de publicações coletivas, por um pequeno grupo de pessoas. Como afirmou a pesquisadora da UFMG Alice Bicalho de Oliveira no artigo *A independência é um modo de produção*, o termo independente seria “(...) a oposição a um modelo industrial de produção, de vínculos entre grandes empresas, e de seus acordos financeiros” (Oliveira, 2016, p.80). Ela ainda destaca três aspectos como ponto de partida para

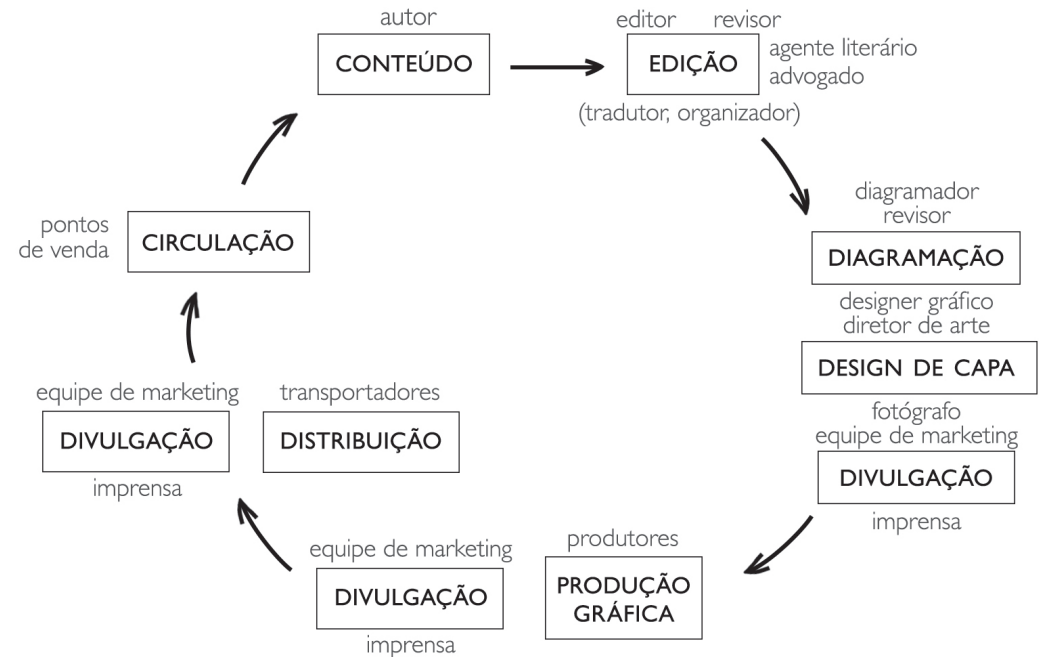


fig. 1<sup>1</sup>

caracterizar o independente na publicação: “desvínculo da indústria do livro, independência ideológica e modos alternativos de produção” (Oliveira, 2016, p.84). Para entender melhor como esse modo de publicar se diferencia e até se opõe ao sistema comercial vigente, foi adicionado um fluxograma que demonstra o desenvolvimento geral de uma publicação pelo modelo editorial tradicional (fig. 1).

Como fica claro, esse sistema, bastante complexo e estabelecido, possui muitas etapas pré-definidas, desenvolvidas em diferentes setores até o produto final, com

<sup>1</sup> Esse sistema editorial conta com diversos caminhos para a publicação acontecer, como encomendas de textos, leilões, reedições, etc. O fluxograma demonstrado se refere ao sistema em que a iniciativa parte do autor, quando ele busca ser publicado.



processos segmentados de edição, revisão, criação, organização, além de alguma burocracia e muitas pessoas envolvidas. As editoras de grande porte são empresas que atuam em nível nacional, investindo um capital significativo em seus catálogos para levar livros a livrarias, escolas e bibliotecas de todo o Brasil. Para alcançar o máximo de pessoas possível, essas editoras precisam de um sistema de produção em grande escala e alta distribuição por valores que permitam margem de lucro, que alimentará novas produções, e assim por diante. Para suprir a demanda alta, a tiragem de exemplares de uma editora de grande porte precisa ser numerosa, com uma média que, em geral, parte de 2,5 mil e pode chegar a 10 mil.

As editoras mantêm esse funcionamento ao tomar diversas decisões que enxugam gastos, garantindo retorno financeiro no mínimo equivalente ao investimento inicial. Uma das primeiras dessas decisões está na escolha de autores, em geral, essas editoras publicam aqueles já estabelecidos, cujo renome garante a venda do livro. Isso acaba gerando uma seletividade estreita e torna difícil a publicação de autores novos e desconhecidos. No contexto do design gráfico, a construção física do livro (ou seja, formato, materiais, acabamentos, até a diagramação do conteúdo) segue orientações padronizadas pela editora, visando o menor consumo de recursos possível, em especial de papel. Assim, no modelo vigente das editoras comerciais, em geral, o livro é construído de acordo com o melhor custo-benefício, seu projeto gráfico é feito dependendo dos recursos e meios de produção disponíveis.

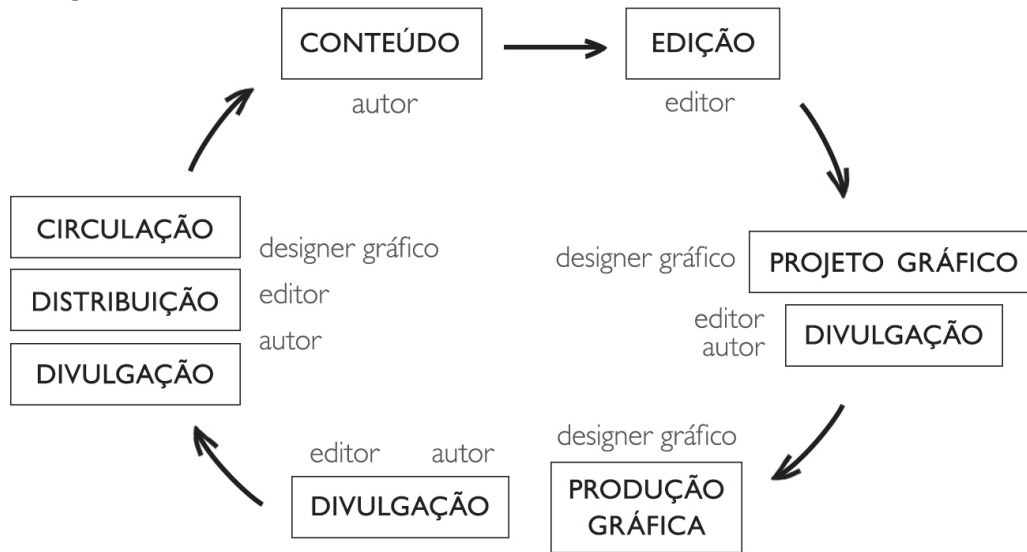
O sistema das grandes editoras funciona pelo compartilhamento massivo de informação, porém algumas lacunas

foram sendo percebidas ao longo do tempo. A publicação independente surge como sugestão a essas lacunas, atuando em esferas que não tocam ao modelo tradicional. Um dos seus principais aspectos, que a destaca tão assumidamente, é ter o retorno financeiro como consequência, e não condição. A sua principal motivação é a comunicação, a expressão de ideias, pensamentos, narrativas – textuais e/ou imagéticas –, sem almejar grande distribuição. Os primeiros fanzines nasceram da vontade de publicar, de colocar algo próprio no mundo e se comunicar – no caso do fanzine, o fã expressa sua paixão por algum tema e busca se conectar com outros fãs. Essa vontade é o principal norte de quem publica.

Frente à falta de espaço nas editoras, novos autores tomam a autopublicação como uma atitude de serem vistos e ouvidos, mesmo arcando com todos os custos, medidas e eventuais problemas, assim, sem necessitar da legitimação do editor, passam a lidar sozinhos com seus próprios projetos. Mesmo quando o autor não é o único envolvido na produção editorial, a equipe conta com um grupo enxuto de pessoas, como em casos de editoras de pequeno porte e coletivos artísticos. O trabalho envolvido na produção de uma publicação independente não é tão setorizado e, por vezes, vemos funções se interpondo, com editores-designers, designers-produtores gráficos, editores-vendedores, etc. Se no modelo industrial das grandes editoras há várias etapas em distintos setores até o produto final, os meios de produção independente apresentam um esquema de funcionamento, senão mais simples, pelo menos contando com menor quantidade de etapas – logo, diminuindo a terceirização de tarefas e a noção de hierarquização (fig. 2).

**O que você tem vontade de publicar?**

fig. 2



Ainda que seja um processo mais orgânico e horizontal do que o modelo tradicional, a publicação independente também conta com um sistema, sendo assim, possui suas próprias questões, com limitações orçamentárias, logísticas de produção e meios de circulação. Ainda que o sucesso econômico não seja o principal objetivo, um pequeno lucro é sempre importante para possibilitar a produção de outras publicações. Em geral, as publicações não são comercializadas a altos valores, o mais comum é serem vendidas a preços que cubram os gastos e dêem uma pequena margem de ganho. É preciso lembrar que esse é um movimento de raízes no *underground*, que valoriza a comunicação democrática e acessível acima de tudo.

Em trabalhos publicados por editoras pequenas ou coletivos independentes, é comum ver uma pequena equi-

pe exercendo diversas funções. Há editores vendendo publicações de outros autores nas feiras, designers que criam o projeto gráfico e cuidam da produção material, editores que cuidam da distribuição a bancas e pequenas livrarias, enfim, as ocupações de edição, design e comercialização tornam-se conceitos fluidos, que se sobrepõem e acontecem de forma interdependente. Esses coletivos têm uma lógica de funcionamento muito particular, as relações de trabalho no meio independente são únicas, assim, parte do capítulo 2 foi dedicada a explorar as formas operacionais dessas equipes.

Já as autopublicações têm o processo de trabalho centralizado, senão inteiramente, pelo menos em grande parte, em uma pessoa, que elabora o conteúdo (textual e/ou imagético) e o projeto gráfico e é quem produz a publicação – seja fazendo com as próprias mãos ou por meio de serviços em gráficas e estúdios de impressão. É um autor que exerce, ao mesmo tempo, as funções de edição, design, produção gráfica, marketing e venda, tudo isso arcando com os custos e eventuais problemas. Mesmo em casos de financiamento coletivo, em que o investimento inicial não sai do bolso do próprio autor, ele ainda precisa lidar com o que esse tipo de campanha demanda, seja a inscrição nos sites, a produção de recompensas, o desenvolvimento de peças de divulgação.

É um risco que o autor corre, seus lucros podem ser menores, ou até mesmo inexistentes, mas são exclusivamente seus, não há divisão entre outras partes. As etapas de trabalho, diferentemente das lógicas de editoras comerciais ou coletivos independentes, não seguem necessariamente uma ordem, já que o próprio autor é responsável por todas as etapas e tem a liberdade de

**Para quem se autopublica, é poder fazer algo 100% autoral, dizer verdadeiramente “isso é meu, eu fiz”.**

fig. 3



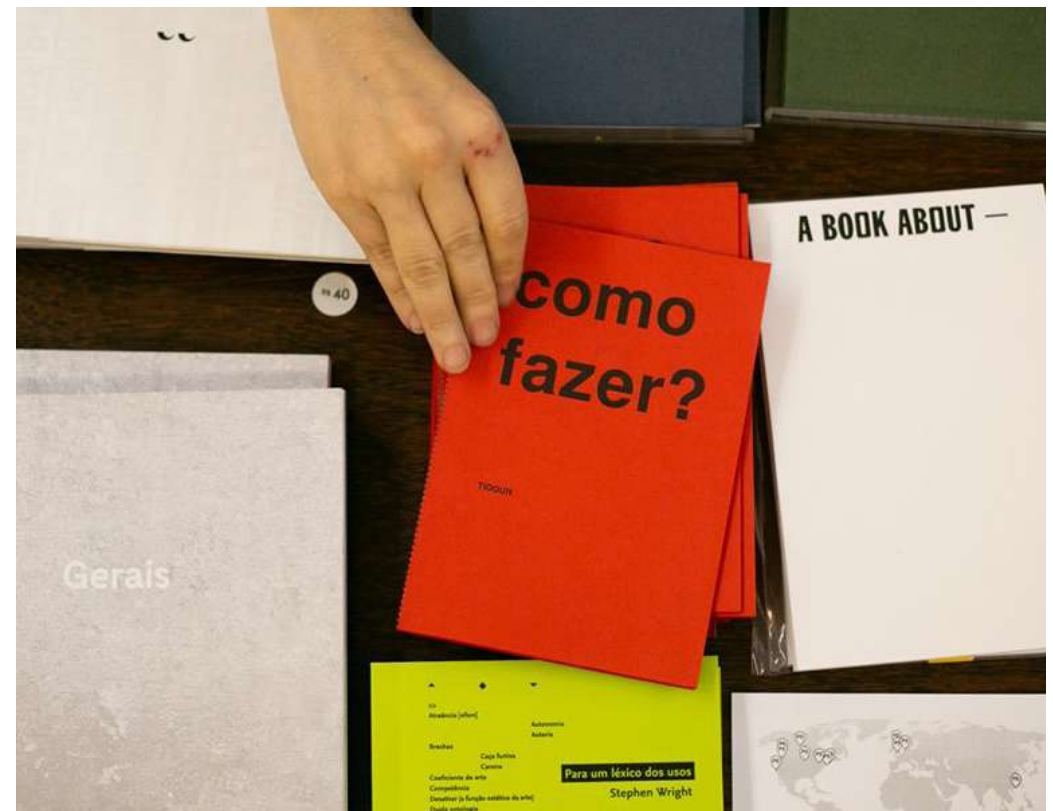
exercê-las em seu próprio tempo, inclusive com contornos, retornos e ações paralelas. Essa liberdade, porém, não deve ser entendida com uma conotação caótica, de desorganização. Aquele que se autopublica também tem seu planejamento projetual, com limitações de tempo, orçamento, recursos disponíveis, etc. A figura 3 mostra os processos de produção de uma autopublicação.

**Fazer uma publicação impressa é ter que pensar no seu conteúdo físico, além do literário. Quais são as suas limitações? E as suas possibilidades?**

O ato de se autopublicar possibilita o deslocamento da posição do leitor, que se torna autor, editor, designer, enfim, produtor. A publicação impressa tem papel particular nesse deslocamento, já que é preciso lidar com questões físicas e tridimensionais do objeto – papel, formato, acabamentos, etc –, sendo um fenômeno distinto da publicação online, por exemplo, blogs e sites de *fanfiction*. A edição independente impressa torna-se um processo de emancipação intelectual, criativa e, especialmente, do fazer manual. Essa possibilidade apresenta um valor imenso à produção criativa de um país, é um processo de descentralização da produção e da comunicação, no qual podemos ter vozes ouvidas, histórias contadas, perspectivas distintas sendo colocadas no mundo, todas tendo em comum a mídia impressa. Um dos maiores legados do movimento independente é apresentar esse caminho democrático, que oferece um espaço para a livre expressão de ideias, sentimentos e opiniões.

Nos sistemas independentes, a construção material das publicações se dá por um processo subverso ao sistema *mainstream*: ao invés de o produto final depender de modelos de produção pré-estabelecidos, a sua criação e produção são pensadas juntas. Os recursos e materiais constroem o projeto gráfico, não o definem, assim, o design gráfico e o processo de produção da publicação independente não são etapas separadas, elas coexistem, estão interligadas. Por isso, as publicações independentes tendem a se manifestar de forma heterogênea, trazendo diferentes histórias, temas, perspectivas, em diversos suportes, formatos, materiais, texturas, linguagens.

Feira Miolos 2018.  
Fonte: Mayara Maluceli



## 1.2

### COMUNICAÇÃO, CONTESTAÇÃO, EXPRESSÃO, EXPERIMENTAÇÃO

Nas décadas anteriores, o cenário editorial independente tem sido principalmente representado pelo zine, cujo conteúdo pode variar entre materiais autorais, com textos, poesia e ilustrações próprias, ou assuntos de idolatria do autor, o chamado fanzine. De acordo com o designer gráfico e pesquisador colombiano Omar Alejandro Sánchez Rico no artigo *Atualização da concepção sobre aquilo chamado de Zine*:

“(...) encontramos até a década dos anos 1980 três linhas editoriais importantes: os que divulgavam conteúdo de música independente, notícias sobre bandas, eventos, lançamentos, principalmente da cena punk e rock; os dedicados a divulgar tanto notícias sobre o mundo das HQs como à publicação de histórias em quadrinhos autorais; e aqueles que possuem uma bandeira militante, que promoviam o pensamento crítico das estruturas políticas dominantes, tendo uma ligação constante com movimentos anarquistas, ambientalista, de gênero, ou que manifestam algum tipo de reivindicação social” (Rico, 2017, p.110).

Acessível e de linguagem simples, o zine foi a revolução impressa daqueles que queriam se publicar mas não tinham oportunidade no *mainstream*. Antes projetos rápidos, feitos em geral por fotocópia e grampeados, os zines encontram hoje novas identidades e valores,

com diversas manifestações gráficas sendo concebidas e produzidas por meios alternativos.

Circular pelas feiras independentes que acontecem eventualmente na cidade e no país (mais sobre o fenômeno das feiras no capítulo 2) é se perder em meio a inúmeras definições diferentes da palavra 'publicação'. Vemos zines e fanzines, livros de artista, fotolivros, livros-objeto, livros ilustrados, sanfonados, jornais, revistas, HQ's, livros de tirinhas, pôsteres dobráveis, cadernos, autopublicações, publicações por financiamento coletivo. Tocamos muito em papel, mas também tecido, linha, grampo, clips, metal, plástico.

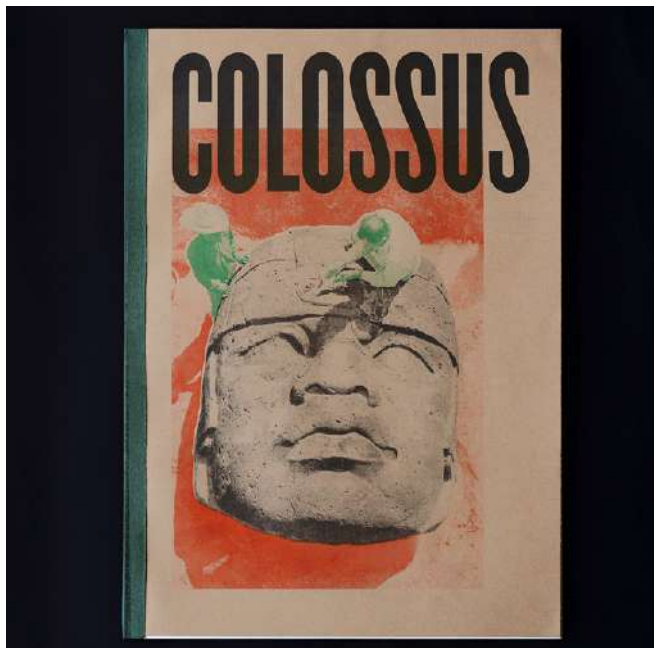
Há publicações grandes que não cabem (e não querem caber) em nenhuma prateleira, livros grossos, revistas fininhas de leitura rápida, minizines que cabem na palma da mão. A impressão *offset*, onipresente na produção editorial industrial, também tem espaço no independente, mas ao lado de técnicas de impressão manual, como a xilogravura, serigrafia, estêncil, monotipia e impressão com tipos móveis, além da clássica fotocópia e outros recursos, como a risografia.

No conteúdo, nota-se uma grande expansão de material autoral nas publicações, com a expressão e comunicação de ideias novas por textos e imagens, inclusive encontramos as três linhas editoriais citadas por Rico, com HQs, zines políticas e fanzines, além de diversas outras temáticas e abordagens. O autor tem a possibilidade de produzir algo que contenha a sua identidade e colocá-la no mundo, algo feito senão totalmente por ele próprio, ao menos em grande parte.

**A publicação também pode funcionar como uma coleção, quando autores reúnem materiais próprios, ilustrações, fotografias, etc., e criam uma narrativa com o impresso, dando sentido a um conjunto.**

Tamanho não é documento: acima, os microzines do zineiro Márcio Sno, que medem cerca de 5cm<sup>2</sup>. Abaixo, a zine Colossus, impressa em a3, do estúdio de impressão em risografia Risotrip Print Shop Co.

Fontes: Márcio Sno; Risotrip Print Shop Co.



Em *O universo paralelo dos zines*, o autor e zineiro Márcio Sno, por sua vasta experiência como produtor de zines no cenário paulista, entrega resumidamente um perfil sucinto e completo de quem publica no independente: “Quase sempre essa pessoa quer escrever algo que não encontra em revistas e jornais, quer publicar algum material sobre seu estilo musical favorito, os desenhos que tem em sua gaveta, as poesias que nunca teve onde publicar. Ela quer botar suas ideias e aquilo que gosta para circular e, assim, atingir mais pessoas.” (Sno, 2015, p.35)

O zine nasceu com o propósito de comunicar, estabelecer relações por meio do impresso, e essa característica se mantém e sempre será fundamental no meio. O aspecto político citado por Rico é inerente ao independente por sua origem divergente e contestadora desse meio. A publicação independente sempre foi política, por ser um espaço onde há visibilidade de diferentes perspectivas, que têm a chance de serem lidas e ouvidas. Assim, o impresso tem caráter de reivindicação, de direitos, vozes, oportunidades.

Essa busca por comunicar, reivindicar algo, não se limita apenas ao conteúdo das publicações, reflete também no seu fazer, tornando-se quase uma ética de trabalho. Como já vimos, os autores e editores independentes estão menos preocupados com lucros e alta distribuição, buscando explorar aspectos como a inovação e a criatividade em seus projetos. Isso dá abertura a diversas formas de produção, com processos variados e mistos, técnicas antigas e novas, prezando pela experimentação no fazer.

Certamente, essa amplitude de possibilidades de apresentação gráfica é um reflexo direto dos processos de

*“Zine are a way of saying: ‘You are not alone! Come share your experience and we’ll learn from each other!’” – Amy Spencer*

*“Zines são uma forma de dizer: ‘Você não está sozinho! Vem compartilhar sua experiência e vamos aprender uns com os outros!’” – Amy Spencer, tradução livre*

produção independentes, nos quais, como citado anteriormente, a elaboração gráfica e a execução física são trabalhos interdependentes, numa busca por publicações mais autênticas, cujos conteúdos material e conceitual (a forma e o conteúdo) possuam sentido entre si. Não há etapas separadas de produção, logo, não há elementos separados, a publicação é uma composição inteira em si mesma. Aqui podemos perceber a publicação independente como manifestação do design gráfico, considerando a sua dimensão projetual, por ser planejada e executada em sua totalidade – inclusive pela mesma pessoa ou o mesmo pequeno grupo de pessoas.

Durante o curso de Comunicação Visual Design, ouvi o termo ‘inteligência projetual’, que achei coerente mas considero um tanto cerebral. Talvez me sinta mais à vontade com ‘habilidade projetual’, pela natureza ativa, física que a palavra traz.

Em meio às diversas definições do design gráfico já apresentadas por designers e pesquisadores, as palavras comunicação, criação, desígnio, interdisciplinaridade, intenção e colaboração são frequentes no discurso. Pessoalmente, acredito na palavra ‘projeto’ como síntese do design, visto que a prática do designer é uma atividade projetual, no sentido de visualizar o todo. Como André Villas-Boas destaca em *O que é e o que nunca foi design gráfico*, “Para que uma peça seja de design gráfico, ela necessariamente tem de obedecer à metodologia que é a própria razão de ser do design. Ou seja: ela tem de ser projetada de alguma forma.” (Villas-Boas, 2007, p.38).

Além disso, devemos lembrar que o design não se define apenas por sua parte processual, sua feitura, afinal, o design não acaba com o objeto pronto, muito pelo contrário, é feito para ser visto, lido, ouvido, percebido, sentido, usado. Em *Design para um mundo complexo*, o professor e pesquisador Rafael Cardoso critica a validação funcionalista do “bom design”, defendendo a palavra ‘uso’ como uma opção mais adequada e versátil. Para Cardoso, na

elaboração do design, importa mais pensarmos em como aquilo é aplicado, de que maneiras esse objeto influencia seu meio e vice-versa, como a sua existência é afetada pelo seu uso. Dessa forma, o autor nos lembra que o design é feito para pessoas, o cartaz é produzido para ser distribuído, o prédio é projetado para ser habitado, assim como a publicação é desenvolvida para o público.

É perceptível a riqueza trazida pela publicação independente contemporânea ao panorama editorial, ainda assim, em meio à imensidão de formas de definir e materializar um projeto, acontece aquilo que foi sinalizado no início do capítulo: enquadrar as publicações torna-se algo menos importante, visto que o principal objetivo do publicar independente é a comunicação e expressão de ideias, valores e sentidos. Os diversos formatos, materiais e estruturas nos apresentam vastas possibilidades de leituras, logo, infinitos processos de interpretação e identificação, para além daqueles já conhecidos. Ao se distanciar do sistema tradicional e buscar meios alternativos de uma produção gráfica com identidade própria, o movimento independente constrói valores, estética, objetivos, enfim, constrói sua própria cultura.

### I.3

#### **CULTURA UNDERGROUND, INDEPENDENTE, ALTERNATIVA**

A publicação independente nasceu de forma caseira e artesanal no século XIX, crescendo dentro da cultura *underground*, nos fanzines e autopublicações dos anos 20 e 30<sup>2</sup>. O movimento *underground* é vasto e inclui outras

<sup>2</sup> “Os fanzines são ‘objetos caseiros’, produzidos de forma artesanal, individual ou coletivamente, e que têm, em geral, uma difusão limitada, restrita a determinados circuitos *underground*. Os primeiros fanzines estavam associados aos fans de ficção científica, durante os anos 1920-30; posteriormente, nas décadas de 50 e 60, tornaram-se crescentemente populares os fanzines de banda desenhada e música (Triggs, 2010: 15-19; Atton, 2002: 55-56). Importa, contudo, reconhecer que a produção, distribuição e consumo de fanzines adquiriu relevância global com a emergência do fenómeno punk no Reino Unido e E.U.A., durante os anos de 1970-80, assumindo-se como um espaço de liberdade de pensamento e criação *do-it-yourself*, bem como uma alternativa aos media convencionais (Triggs, 2006 e 2010).” QUINTELA, Pedro; BORGES, Marta. Livros, fanzines e outras publicações independentes. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa, 2015.

faces, como música, entretenimento e até política, todos tendo em comum o desvínculo de grandes financiamentos, a produção por conta própria e a independência de sistemas estabelecidos. Mas as abordagens e valores da publicação independente também criam uma cultura própria, que não se limita à atividade profissional. Essa cultura preza pelo contato direto entre autor e público (proporcionado pelas feiras), produções locais e em pequena escala, conteúdos autorais e reivindicações políticas e sociais. Como afirma Márcio Sno:

“Ao contrário das revistas e jornais que circulam em bancas de jornal, megastores e supermercados, os zines têm seu próprio meio de circulação: o *underground*. Um cenário que “significa a rejeição ao consumismo: não queremos consumir uma cultura que outros produzem para nós, então, ao invés disso, fazemos nossa própria cultura”” (Sno, 2015, p.39)

Além disso, a publicação independente, de um modo geral, valoriza principalmente o impresso, o trabalho manual e o contato tátil, material com o objeto. E tem desenvolvido um contexto cada vez maior – é comum, por exemplo, uma feira de impressos contar com shows de grupos *indie* ou performances de arte com teor político. Há, ainda, uma preocupação significativa com a divulgação do movimento impresso independente, por meio de atividades educativas como palestras, mesas-redondas e oficinas. Isso ajuda a promover a cultura *underground* e o movimento da publicação independente, não apenas como objeto de consumo ou via de expressão e comunicação, mas como opção de entretenimento, como modo de vida, até mesmo como profissão e, a exemplo desta monografia, como campo de estudo.

Apesar de o termo “independente” ter sido usado até agora, é preciso pontuar que essa palavra tem se mostrado cada vez menos eficiente ao abordarmos o tema. A publicação independente contemporânea tem incluído aspectos como tiragens maiores, impressas em gráficas de grande porte, com venda terceirizada (algumas editoras delegam funcionários em feiras ou mesmo em pequenas livrarias) e, às vezes, até mesmo havendo capital inicial, como editais governamentais e leis de incentivo à cultura. O termo ‘independente’ passa a ser impreciso, havendo outras maneiras de se referir a esse campo – ‘arte impressa’ ou simplesmente ‘impresso’. Pessoalmente, acredito em ‘publicação alternativa’ como um termo bastante adequado, pois essas publicações, senão independentes de um sistema (de pessoas, ocupações, burocracias, máquinas, normas, etc), se mostram alternativas a ele. Assim, esse será um termo adotado no restante do texto.

Uma das grandes dificuldades desse trabalho foi de racionalizar e pensar separadamente em publicações pertencentes ao *mainstream*, ao sistema editorial de grande porte e publicações independentes, feitas de maneiras alternativas. Poderíamos pensar em materiais, recursos, tiragens, formatos, mas esses aspectos são apenas partes do todo que define a publicação e diferencia esses dois mundos distintos. A linha de distinção pode ser tênue, mas acredito que a grande peculiaridade da publicação alternativa está menos nos materiais, nos objetos em si, e mais na forma como são feitos e distribuídos, ou seja, em seus processos.

Ao produzir uma publicação, atuar diretamente em seu processo – pensar, editar, produzir, distribuir, promover –,

**Qual foi a última coisa que você fez?**

ou até mesmo fazê-la com as próprias mãos – seja imprimindo, cortando os papéis, dobrando ou costurando –, o autor cria outra relação com esse material, muito mais próxima. Não apenas o seu conteúdo é autoral, mas o objeto inteiro. É um retorno àquela sensação nostálgica do “eu que fiz!”, que muitas vezes deixamos nos desenhos e criações lúdicas da infância. Pensando na sua dimensão semiótica, há algo de índice nessas publicações. Em suas impressões um pouco falhadas, em suas costuras levemente tortas, há um rastro humano presente, uma qualidade que indica que alguém fez aquilo, aquele objeto foi tocado por mãos.

A intenção da publicação alternativa, ao contrário da *mainstream*, não é quantidade, alta distribuição nem, consequentemente, um grande alcance. Mas as relações que criamos com esses objetos são outras, muito diferentes e raramente experimentadas com impressos tradicionais. Ao tocar e sentir suas texturas em mãos, acontecem relações táteis, sensoriais e emocionais com tal objeto. A mudança nessa relação é algo crucial nesse momento, em que a existência do impresso tem sido questionada face aos avanços digitais. O impresso é resiliente, está mais vivo do que nunca e o atual cenário da publicação alternativa, um movimento orgânico e crescente, tem sido uma grande manifestação dessa resiliência.



Feira Miolos 2018.  
Fonte: Mayara Maluceli



## **CAPÍTULO 2**

•

**AS PESSOAS E LUGARES DA PUBLICAÇÃO ALTERNATIVA**

## 2.1

### DESIGNER COMO AUTOR, EDITOR, PRODUTOR

A necessidade de expressão e comunicação sempre existiu, e vimos um caminho alternativo se manifestar na publicação independente, com zines sendo criados pelo simples objetivo de colocar um conteúdo no mundo e reunir pessoas que se identificassem com tal conteúdo. Nos anos 60 e 70, eram comuns os zines por cópia, em papéis de baixa gramatura e finalizados com grampo. Foi a época do mimeógrafo, certamente um divisor de águas na produção independente. Um avô da fotocopiadora, o aparelho tornou a impressão um processo mais rápido e prático, aumentando as tiragens das publicações, em uma revolução editorial cujas consequências podem ser comparadas às trazidas pela invenção da prensa, com uma maior difusão da informação e praticidade para quem produz. O arrojo visual não era, portanto, prioridade para quem produzia essas publicações, e nem para quem as consumia.

Hoje, o movimento de produção alternativa contemporânea tem manifestado propriedades próprias da sua existência, com outras pessoas envolvidas, outros interesses e recursos. As publicações apresentam abordagens gráficas mais elaboradas, com técnicas trabalhadas, materiais diferenciados, enfim, houve uma crescente preocupação com seu conteúdo estético. Esse valor ao apelo visual reflete naquilo que está sendo exaltado nesta monografia – o aspecto tátil das publicações. Mas por que a publicação alternativa contemporânea tem apresentado essa diferenciação, em seus objetos com forte preocupação visual e apelo tátil? Em minhas pesquisas,

pude formular duas possibilidades para essa questão: a primeira diz respeito à presente época que a publicação tem vivenciado, e a segunda, às pessoas envolvidas.

O século XXI é, certamente, caracterizado pela era digital e sempre será lembrado como uma época de transição nos avanços tecnológicos e na nossa relação com o digital e o imaterial. O impresso, na sua materialidade, ganha novos valores e expectativas em meio à mídia digital – hoje, o público tem acesso a uma enorme gama de conteúdos, inclusive livros e revistas, tudo disponível para acesso em seus computadores e celulares. O livro, ou qualquer outro objeto editorial, já não se sustenta por si só, por seu conteúdo literário, seja textual ou imagético. Deve haver algo para além do plano virtual, algo físico, um apelo material e sensível que apenas o impresso, o tátil pode trazer. Essa possibilidade dá lugar a diversos desdobramentos, que serão abordados de forma mais aprofundada no capítulo 3.

A segunda possibilidade imaginada é a que será explorada neste capítulo: a publicação alternativa tem ganho maior cuidado visual pela crescente adesão de profissionais das artes visuais e do design gráfico. *Em Livros, fanzines e outras publicações independentes*, os pesquisadores portugueses Pedro Quintela e Marta Borges caracterizam essa adesão, afirmando que “Contrariamente aos ‘tradicionalistas’ produtores de fanzines que eram, por definição, amadores autodidatas, sem uma aprendizagem específica no ramo gráfico ou editorial, estamos aqui perante editores e autores com formação específica ao nível do desenho e projeto editorial – o que tem despoletado significativas alterações nos modos de abordagem a este tipo de objetos editoriais.” (Quintela; Borges, 2015, p.16).

É preciso esclarecer que, aqui, a palavra 'profissionais' não implica necessariamente em obrigações formais, afinal, a arte e o design são áreas cujas habilidades produtivas e criativas não são desenvolvidas apenas por estudo erudito e formal, mas também pela experiência, a prática que pode acontecer fora do ambiente institucional. Mas, afinal, por que esses artistas e designers têm publicado?

As inovações tecnológicas do século XX e XXI foram um avanço para os designers, afinal, já não era mais preciso tirar fotos ou fazer colagens manuais para criar imagens, havia centenas de tipografias a escolher e suas variações eram aplicadas com alguns cliques (não à toa, o termo fotocomposição caiu em desuso). Os aparatos, programas e softwares de criação e edição imagética e textual trouxeram pragmatismo aos processos criativos, porém, com o tempo, o processo de trabalho do designer gráfico praticamente se concentrou em seu computador. Hoje percebemos uma saturação de todo esse suporte tecnológico e um retorno à atividade manual. Em entrevista à Arte Revista, o professor, pesquisador e designer Chico Homem de Melo descreve essa reaproximação com a prática manual e sua relação com a predominância tecnológica nos processos do design:

“Eu considero que o retorno aos métodos tradicionais é fruto do esgotamento, da homogeneização excessiva, da pasteurização que a mídia digital traz. Sempre parto do princípio de que quem faz design é um produtor de linguagem, e aí qualquer produtor de linguagem, principalmente no início de sua formação, se tiver contato com apenas uma linguagem, sua capacidade de reflexão será absolutamente limitada, porque é uma discussão de base, que considera que o computador, o lápis ou a

gravura são instrumentos, e eu não concordo, porque cada uma dessas técnicas visuais carrega com elas uma maneira de pensar coisas, um mundo de possibilidades. Quando se pensa em uma só, mesmo que seja poderosíssima como é o computador, ele acaba dirigindo o raciocínio, aí então, você acha que ele está a seu serviço, e é uma ilusão, na verdade nós é que acabamos dominados por ele. Como nos armarmos contra essa ilusão? – justamente experimentando outras linguagens.” (Melo, 2014, p.11).

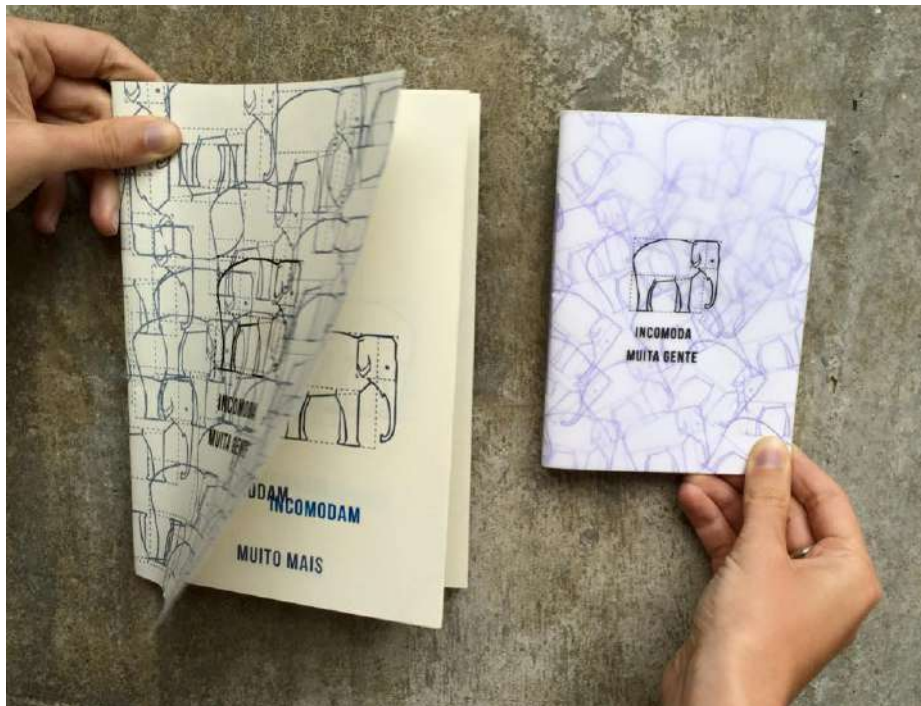
**Em Julho de 2016, publiquei minha primeira zine, *Flor e ser*, no workshop Zine Amado, organizado por Pipoca Press + Risotrip Print Shop Co.**



A predominância da tecnologia nos processos de trabalho tem incomodado esses profissionais, assim, designers gráficos e artistas visuais têm buscado outros caminhos na atividade editorial e criativa, nos quais possam ter um envolvimento mais direto com aquilo que estão criando e produzindo. Equilibrando a praticidade do digital, procuram trazer de volta atividades manuais que possam incorporar a seu trabalho, resgatando técnicas que exploram o contato direto do fazer, como serigrafia, xilografia, encadernações artesanais, até atividades antigas, como a impressão com tipos móveis. A carioca Pipoca Press, editora independente que atua desde 2014, foi fundada com a intenção de experimentar abordagens de trabalho mais pessoais e que explorassem o fazer manual, em uma fuga a processos tradicionais de criação.

*Incomoda muita gente*, uma das primeiras publicações da Pipoca Press. À esquerda, a original, feita com carimbos; à direita, reedição feita em risografia pela Meli-Melo Press.

Fonte: Pipoca Press



Essa busca por um envolvimento mais direto no fazer implica em trabalhos cada vez mais pessoais, em uma relação mais profunda com o seu autor, que passa a se identificar com aquilo que está produzindo, seus interesses, gostos, preferências visuais e de conteúdo. Em geral, o designer é um profissional que trabalha prestando seu serviço (suas habilidades, conhecimentos, potencial criativo) a terceiros, desenvolvendo peças que, ainda que inevitavelmente reflitam quem as fez, ainda assim são encomendas, com valores e limitações impostos por um cliente. A autopublicação, ao mesmo tempo, permite maior controle e envolvimento com o que pode e precisa fazer, enquanto abre espaço para expressar suas próprias ideias, seja no conteúdo interno, com material autoral, como poesia, ilustração, fotografia, seja na forma, nas escolhas tipográficas, de materiais e acabamentos.

Em 1996, o designer norte-americano Michael Rock propôs em *Designer as author* um debate em torno da noção de autoria, incluindo discutir o que define a autoria de um projeto e como o valor da autoria foi mudando com o passar do tempo, nos campos literário, artístico, cinematográfico e, especialmente, do design gráfico e direção de arte. Uma discussão abordada também por Ellen Lupton no artigo *Reading and writing*, no qual a autora questiona o significado de autoria em meio ao design gráfico. Em *Designer as producer*, Lupton continua a reflexão sobre conceitos de autoria e, indo além do designer como autor, ela propõe a alternativa 'designer como produtor', afirmando que os processos e técnicas de produção são ferramentas de potencial estético e cultural.

Como Quintela e Borges afirmam, esse interesse do design em explorar a autoria marca uma "(...) mudança pro-

funda no seio da disciplina, que traduz um nítido desejo de emancipação de visões, mais ou menos utilitaristas ou funcionalistas do design – pelo contrário, o design passa a ser muito claramente assumido enquanto expressão cultural.” (Quintela; Borges, 2015, p.16). A questão da autoria é algo rico e complexo demais para ser tratado ainda nesse texto, porém, ao observar as autopublicações no meio independente, fica clara uma sensação de investigação, um desejo de explorar linguagens, motivações e experiências que sejam particulares ao autor.

## 2.2

### AS RELAÇÕES NA PUBLICAÇÃO ALTERNATIVA

Dentre as minhas pesquisas em torno do movimento impresso independente, foi impossível não deixar de perceber uma questão crucial e que merecia um capítulo próprio: quem faz a publicação alternativa? Não apenas as publicações enquanto objeto e conteúdo, mas todo esse fenômeno cultural surgindo em torno do impresso auto produzido. Ao frequentar as feiras, é perceptível que, embora sejam eventos dedicados às publicações, o que há de mais singular e valioso ali são as pessoas presentes, e as relações que essas pessoas criam, a partir dos objetos dispostos à sua frente. O que se apresenta nessas ocasiões é exatamente a possibilidade de pessoas encontrarem pessoas, é o contato físico e sensível com algo material, o que, em última instância, é o principal tema dessa monografia. Assim, considero importante discutir quem são as pessoas construindo o movimento da publicação alternativa hoje, como funcionam seus processos, as relações de

trabalho no meio independente, entre outras questões.

Como apresentado nos fluxogramas do capítulo 1.1, o sistema editorial tradicional é composto por muitas funções e muitas pessoas envolvidas, cada uma exercendo uma parte do todo, enquanto que a produção da publicação alternativa é feita de forma menos indireta. É que os objetivos da publicação não são os mesmos, como já dito, as grandes editoras almejam alta distribuição e, para isso, distribuem as muitas tarefas necessárias na construção e circulação do livro. A edição independente é proporcionalmente menor, no sentido de almejar pequenas tiragens e, assim, ser viável em menos etapas de produção e quantidade de participantes atuando.

Isso não quer dizer que os processos alternativos demandem menos trabalho, pelo contrário, já que há poucas pessoas envolvidas no desenvolvimento da publicação, é muito comum ver suas funções se interpondo e intercalando, com a mesma pessoa sendo responsável por duas ou mais tarefas – por exemplo, editor que atua como designer, e também pode ser produtor gráfico, e vendedor, atuando nas feiras. Os coletivos de arte impressa e pequenas editoras contam com um número enxuto de participantes (em geral, duas ou três pessoas), que atuam simultaneamente em diferentes papéis, não necessariamente fixos. Essa fluidez nas ocupações cria processos de trabalho mais orgânicos, gerando uma heterogeneidade nas publicações, que se diferenciam entre si. Se há variedade nos modos de fazer, também haverá nos resultados. A multiplicidade de atividades confere uma versatilidade aos integrantes e suas capacidades, além disso, o sentido de coletivo é reafirmado – as publicações são feitas por todos, em conjunto.



Festival Internacional Plana  
de Publicações 2018  
Fonte: Henrique Thoms

Mas como surgem esses coletivos? Por que uma dupla ou grupo de pessoas se une para publicar de forma alternativa? Pesquisando em meio a entrevistas e em conversas nas feiras que visitei, pude perceber uma motivação frequente no discurso de fundadores de editoras e grupos independentes. Em geral, são pessoas com material a publicar, mas que não vêem espaço ou simplesmente não querem fazê-lo pelos meios tradicionais, em uma editora comercial. A grande maioria dos coletivos e editoras independentes nasceram da vontade de se autopublicar, e foram se expandindo a outros autores, novos conteúdos, parcerias, etc.

A Beleléu, por exemplo, uma das primeiras iniciativas editoriais independentes no Rio de Janeiro, fundada em 2009, surgiu como Revista Beleléu, com conteúdo desenvolvido por seus fundadores, que também são editores, designers, produtores e cuidam da distribuição. Hoje, atende simplesmente por Beleléu, e publica diversos autores, inclusive internacionais, mantendo-se como selo de publicações, lançando majoritariamente quadrinhos. Em uma trajetória similar, a Nano Editora (RJ), descreve em sua página no Facebook que foi criada em 2014, “...com intuito de publicar projetos pessoais, atualmente edita trabalhos de outros artistas e autores de forma colaborativa e experimental.”.

A colaboração é parte integral da cultura alternativa e de como ela acontece, com pessoas se unindo a outras pessoas (por exemplo, além dos próprios coletivos, um autor que lança uma publicação em conjunto com um artista ou designer). No campus da ESDI, na Lapa, há mais ou menos 2 anos, alguns alunos que buscavam onde e como publicar de forma autoral, manual e barata, passaram a

Cartaz da Nano Editora.  
Fonte: Nano Editora.



ocupar um pequeno ateliê, equipado com ferramentas antigas porém funcionais, como uma guilhotina industrial e caixas de tipos móveis. Assim nascia o Colaboratório, um espaço de impressão e experimentação gráfica, gerido de forma independente por um grupo de alunos, ex-alunos e não alunos. Aos poucos, o espaço foi sendo cada vez mais equipado, com impressoras jato de tinta e prensas, cujos gastos e manutenção é de responsabilidade de todos. De tempos em tempos, o coletivo promove os chamados mutirões, eventos abertos em que cada um leva o material que quer publicar e os conhecimentos que possa ter, como ilustração, encadernação, diagramação. A ideia é trocar técnicas e experiências com outros frequentadores, e, assim, possibilitar a produção alternativa, colaborativa e autoral.

Há casos ainda em que a colaboração inclui o próprio público, quando as publicações são custeadas via financiamento coletivo, em plataformas na internet (como o Catarse e o Benfeitoria) ou mesmo em seus próprios sites, em uma lógica que funciona como lançamento por demanda. Para conseguir esse financiamento, são especificados nas descrições das campanhas todos os custos e demandas que uma publicação exige, tornando o processo editorial mais transparente e participativo. Há uma transformação na posição que o público ocupa nesse processo: do leitor passivo passa a contribuidor ativo, sentindo-se parte integrante daquilo que está consumindo. O público é recompensado com essa gratificação, além do próprio produto e eventuais brindes e cortêsias. Algumas campanhas bem-sucedidas incluem a história em quadrinhos Além dos Trilhos, da artista Mika Takahashi e lançada pela Pingado-Prés (SP). De Agosto a Outubro de 2016, a iniciativa arrecadou mais que o

dobro do valor previsto, e assim lidou com os custos de produção e distribuição, oferecendo recompensas que iam de postais a ecobags, além de, com o valor extra, pôde investir ainda mais no projeto gráfico do livro.

A editora A Bolha também conta com o *crowdfunding* em muitas de suas publicações, mantendo, inclusive, uma aba em seu site dedicada aos projetos em processo de financiamento. No momento, todos os materiais a serem financiados são de autores estrangeiros, que variam de romance, contos, ficção científica, HQ, com temáticas que incluem sexualidade, filosofia, fantasia e política. São obras da cena *underground*, que não chegam ao público brasileiro pelos meios tradicionais. O caminho alternativo abre espaço para o lançamento desses autores, como contraponto às editoras mais comerciais. A Bolha se define como uma editora especializada em traduzir títulos para o português, acrescentando que “Traduzir significa trazer obras que dificilmente seriam lançadas no Brasil”.

Há também alguns selos editoriais voltados à autopublicação, cujo único integrante é o fundador que edita, produz e lança seu próprio trabalho, com eventuais participações de outros autores e artistas. A Polvilho Edições (BH) é, essencialmente, a artista gráfica Ana Rocha, que publica seus trabalhos de poesia, arte gráfica e ilustração por meio do selo. A artista possui total controle sobre o que publica e como o faz, mas também precisa lidar com todas as exigências e demandas de seu trabalho, como única membra de sua editora. O artista gráfico Zansky gere a Edições de Zaster (SP), publicando suas ilustrações em livros, zines e cartazes, além de trabalhos em conjunto, onde autores colaboram com textos e o artista desenvolve a parte gráfica e de produção. Os artistas



poderiam usar seus próprios nomes ao assinar trabalhos e participar de feiras, porém, publicar sob um selo abre a possibilidade de co-autorias e participações de outras pessoas, que, nessas trocas, multiplica a variedade de projetos.

## 2.3

### OS LUGARES DA PUBLICAÇÃO ALTERNATIVA

Para além da produção criativa própria, há um aspecto cultural na atividade independente, quando autores e editores agitam eventos e feiras que reúnem outros publicadores. Esses eventos criam a oportunidade do público ver a produção que tem sido realizada no meio alternativo, assim, os autores e editores passam a desempenhar um papel de agentes culturais ao promover eventos de lazer e educação pela publicação independente. Apesar de não ser algo totalmente novo no movimento independente (por exemplo, na década de 70, zineiros punk promoviam shows e festivais de música, onde, ao mesmo tempo, circulavam suas zines e divulgavam suas bandas), esse papel, ativo culturalmente, dos publicadores ganha aspectos próprios frente à era digital. Afinal, promover encontros reais, físicos é algo a ser valorizado em meio ao fenômeno das redes sociais e as armadilhas das interações virtuais.

O meio impresso é valorizado e festejado nesses encontros, que, muitas vezes, misturam exposição e venda das publicações, além de mesas-redondas, palestras, performances artísticas e apresentações musicais. Os organizadores são parte do público, produtores que

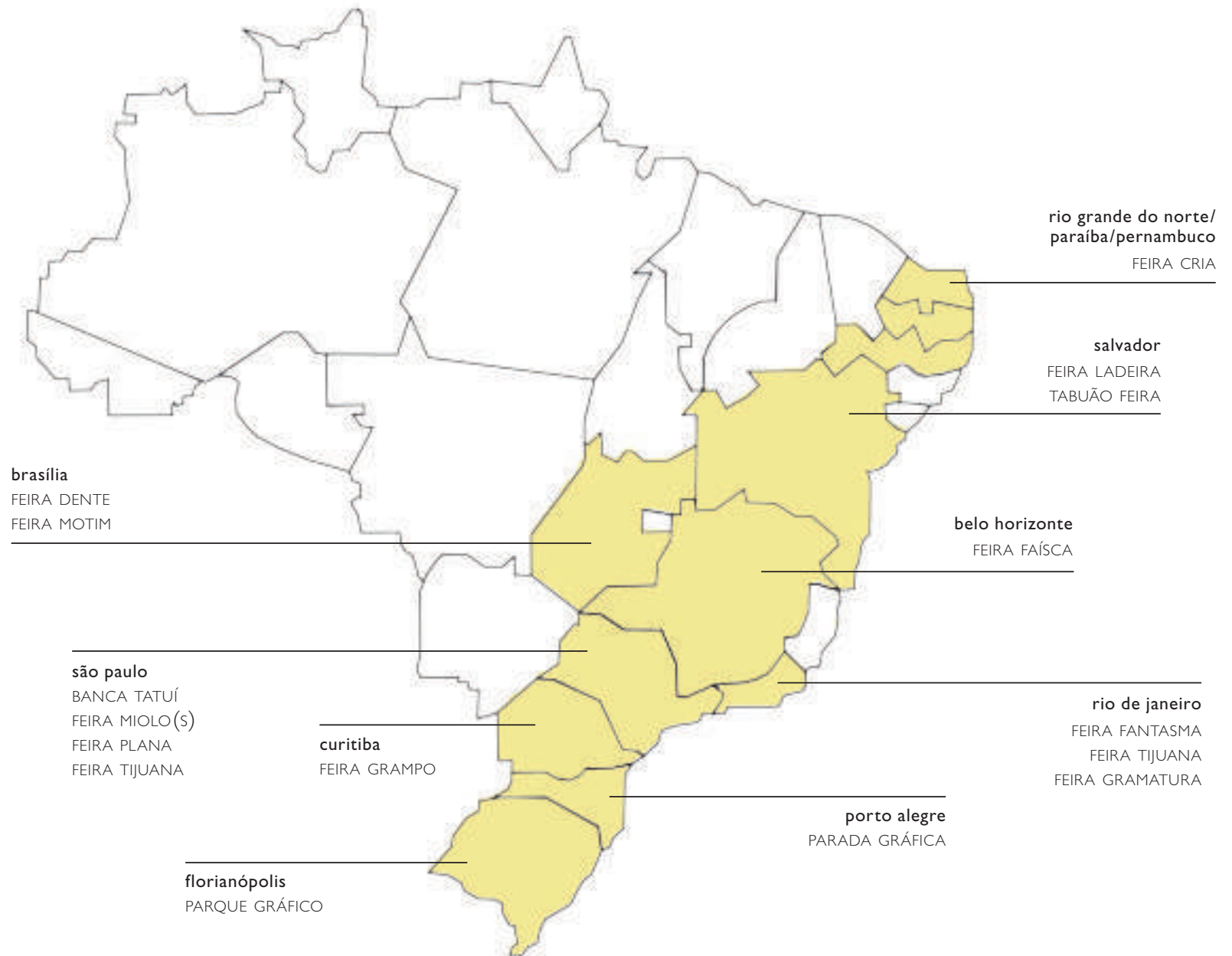


abrem espaço para a circulação acontecer, cansados do entretenimento *mainstream* ou que simplesmente querem promover a divulgação e valorização da publicação alternativa. É positivo também para quem publica, por ter a chance de apresentar seu material pessoalmente, relatar seus processos de criação e produção, em uma extensão das publicações para além do que estão ali. Não há um sentimento de competitividade, ao visitar as feiras, é nítido o ambiente de camaradagem entre expositores, que se respeitam e se admiram, inclusive, ocasionalmente, trabalham juntos produzindo publicações ou outros eventos.

Feira Mioslos 2018, que incluiu apresentações musicais em sua programação, além de palestras, mesas-redondas e oficinas.

Fonte: Mayara Maluceli

mapa com algumas das feiras de impresso que acontecem no país



Em 2009, foi organizada a Feira Tijuana de Arte Impressa, a primeira feira de publicações independentes no Brasil, hoje sendo uma das principais no cenário nacional. Originalmente fundada como banca em São Paulo em 2007, a Tijuana é uma iniciativa da Galeria Vermelho que tem particular valor pluricultural, por organizar edições no Brasil (Rio de Janeiro e São Paulo), e também em Buenos Aires, Lima e Porto, estabelecendo conexões entre as cenas editoriais independentes dos países. Hoje, o maior desses eventos é a Feira Plana, que acontece anualmente em São Paulo e, em 2017, reuniu 250 expositores e um público de 18 mil pessoas. Organizado por Bia Bittencourt desde 2013, o evento passou a ser chamado de Plana Festival Internacional de Publicações, um reflexo da tendência de promover a cultura independente, ao invés de objetos em si (a palavra 'feira' remete a comércio, mercado, enquanto 'festival' origina de festa, celebração).

Em Curitiba, boa parte dos eventos de cultura alternativa na cidade acontecem graças à editora independente e estúdio de impressão em risografia Selva Press, que organiza as feiras Fluxo Gráfico, Printa e Grampo. Esses eventos criam um espaço para o público interessado conhecer e adquirir as publicações, enquanto incentiva artistas e autores a continuarem produzindo. Em entrevista ao site Caféazine, Estelle Flores, uma das integrantes da Selva Press, afirma que a feira "é o encontro da pessoa que quer mostrar o trabalho com a pessoa que quer ver coisas legais. Dá oportunidade pro artista e pro público" (Cruz, Medium, online).

Essa oportunidade, porém, não precisa ser oferecida apenas em pontuais eventos (que não têm uma fre-

quência estável), em São Paulo, a editora Lote 42 foi pioneira ao inaugurar a Banca Tatuí, a primeira banca de rua especializada em publicações alternativas, onde reúne publicações de várias editoras, artistas, coletivos. No Rio de Janeiro, recentemente o Centro Municipal Hélio Oiticica passou a contar com a presença da Banca Carrocinha, banca móvel e itinerante que percorre a cidade com publicações de diversas autorias. A Tijuana, frente ao sucesso de público, recebeu uma extensão fixa com a Casa Plana, livraria-biblioteca que reúne trabalhos de diversos autores, disponíveis para compra e consulta. Financiada por *crowdfunding*, o espaço oferece vasta programação, que inclui bate-papos, debates,

Piqueniquezine, organizada pela Pipoca Press. A primeira feira de impressos que participei com a zine *Flor e Ser*, em 2016.



**As feiras não valorizam apenas o impresso, mas tudo aquilo que o impresso representa, enquanto algo físico, real e analógico.**

curiosos, oficinas, aulas abertas, além de lançamentos de obras, quando acontecem conversas com o autor.

Claramente, há uma intenção descentralizadora no meio independente, com o desejo de apoiar outros autores e, assim, promover o movimento de produção alternativa como um todo, como algo maior, que vai além das publicações em si e sua comercialização. O mais importante aqui não são as publicações independentes, mas a Publicação Independente. Por isso, em geral, os eventos de arte impressa contam com programações culturais e educativas, além da feira e sua noção de comércio. As experiências no meio editorial independente não se tratam apenas de objetos, passam a representar diálogo, troca, momentos compartilhados entre quem faz e quem lê (e vê, toca, sente).

As feiras têm desempenhado importante papel não apenas para os produtores ou público do independente, elas têm contribuído para algo muito maior, ao promover a publicação alternativa não apenas como movimento editorial ou como entretenimento, mas como uma alternativa às relações que temos com os objetos, com os autores, editores, artistas, até mesmo com a noção de cultura. Há poucas atividades mais prazerosas do que ir a uma feira de impressos, ler e pegar publicações de todo tipo sem o compromisso de comprá-las, ter a oportunidade de conhecer pessoalmente quem as faz e entender mais sobre elas, além de, em muitas ocasiões, poder apreciar música, comida e outras atividades.



**Desde 2014, pude participar de algumas feiras de impressos e tive a oportunidade de falar diretamente sobre meu trabalho, explicar meus processos criativos, motivações e trajetória. Me autopublicar mudou completamente a relação que tenho com meu trabalho, em como eu vejo minhas capacidades e necessidades de criação. E isso mudou minha identidade como um todo.**

## **CAPÍTULO 3**

- 

### **A PUBLICAÇÃO ALTERNATIVA NO SÉCULO XXI**

### 3.1

#### A RESILIÊNCIA DO IMPRESSO NA ERA DIGITAL

Hoje, a cultura da publicação independente tem ganhado força e significado renovados, com editoras dos mais diversos perfis e publicações que trazem temas e assuntos variados. Feiras têm pipocado pelo país, reunindo praticantes, adeptos e entusiastas, em eventos pluriculturais, que incluem venda e lançamentos de publicações. E o que está por trás desse fenômeno contemporâneo? Sabemos que a publicação independente esteve viva desde os anos 20 e 30, veiculada por fanzines, poesias e quadrinhos, em saraus e nas ruas. Mas é inegável a onda que colocou essa forma alternativa de cultura em evidência atualmente. Podemos encontrar múltiplas respostas possíveis para isso em alguns aspectos contemporâneos, e certamente a sua convergência proporcionou oportunidade para a publicação independente ser descoberta e redescoberta.

Um dos aspectos mais evidentes está na chegada da tecnologia digital e suas consequências para a cultura da leitura. Os leitores digitais, como Kindle, Lev e Kobo, trouxeram uma possibilidade muito prática para a leitura, permitindo que carreguemos vários livros de uma vez e que possamos ler em qualquer lugar. Acreditou-se que esse pragmatismo, aliado ao baixo custo dos *ebooks*, acabaria eliminando a necessidade de possuímos o livro físico. Passadas essas primeiras previsões, no entanto, estamos percebendo no *eReader* menos um substituto do livro analógico e mais um contraponto ao impresso e um impensado aliado. A leitura digital está mudando nossa forma de absorver conteúdo lite-

rário e, junto, muda nossa relação com esse conteúdo e com o seu suporte.

Por experiência própria, depois que adquiri um *eReader* não deixei de comprar livros físicos, apenas passei a comprar livros que, apesar de atraentes no conteúdo, me interessam muito mais por sua materialidade. Se antes bastava a curiosidade por uma história para o livro ganhar vaga na minha estante, hoje, essa história pode ser lida digitalmente, sem ocupar um espaço que agora dedico a outras que venham acompanhadas de produtos igualmente interessantes, que tenham uma relação mais estreita com seu conteúdo e com os quais posso me identificar.

Hoje, objetos editoriais têm novas demandas a serem supridas, há novas expectativas quanto a sua apresentação gráfica, que é aquilo que, afinal, distingue o impresso como conteúdo material e sensível. Não queremos apenas livros para ler seus textos ou ver suas imagens, o conteúdo interno já não é mais o suficiente para construirmos uma relação com o objeto, já que esse conteúdo, muitas vezes, está disponível virtualmente. As inovações digitais trazem uma revolução na comunicação e no acesso às informações, mas o meio virtual, em que tudo é imaterial e, ocasionalmente, irreal, também traz uma certa dormência aos nossos sentidos. Em meio à era digital, buscamos um contraponto em práticas, atividades e objetos que possam equilibrar a forma como lidamos com o mundo, que resgatem sensações e aquilo que é natural, orgânico, vivo. É uma busca pelo material, algo que possamos tocar e sentir, sem as simulações do digital.

No panorama editorial, temos percebido o movimento da publicação independente como uma opção a essas



Mesas da Plana 2018: um projeto de Pedro Lima, que fotografa as mesas de expositores nas feiras que frequenta.  
Fonte: Victor Bossa.

demandas. Para quem produz, é a oportunidade de fazer algo próprio, individual e feito manualmente, independente de um sistema pré-estruturado. Para quem consome, se trata dos objetos em si, mas, além disso, também dos lugares onde consome e de que maneira o faz. O processo independente permite a produção de publicações que trazem a sensação tátil, sensível e orgânica que temos sentido falta, não apenas no contato com os objetos, mas com todo o contexto. É o contexto das feiras de impresso, onde há contato com os autores, editores e artistas, além de propiciar um momento de confraternização com outros que também apreciam esse meio.

Como já dito no capítulo 2, hoje vemos no cenário da produção alternativa, a presença expressiva de artistas visuais e designers gráficos atuando na criação de autopublicações, muitas vezes com conteúdo próprio e feitas de modo independente. As inovações tecnológicas ocasionaram certa dormência aos nossos processos de apreensão, e, ao designer, provocou uma automatização nos processos de trabalho. A alternativa está no resgate do natural e do tátil, no caso da produção projetual, o design busca voltar a abordagens manuais, mais diretas no contato com aquilo que está sendo feito..

O impresso é resiliente e sobrevive à era digital, encontrando no meio independente grande valor e entusiasmo. As publicações alternativas buscam explorar a sua existência física, o suporte tem suas possibilidades expandidas e multiplicadas. É por essa busca que as feiras apresentam objetos tão diversos, inclusive, acontece de uma mesma editora independente possuir, em seu catálogo, publicações dos mais variados formatos, tamanhos, materiais, cores, abordagens, enfim, identidades.



Algumas das ferramentas usadas no fazer da publicação amar.ela.

Na verdade, o digital pode ser uma poderosa ferramenta de auxílio ao analógico, por exemplo, não há como superar o seu poder de divulgação, que espalha a informação de forma muito rápida e democrática. As estratégias de divulgação mais bem-sucedidas são aquelas que conciliam ambas mídias, tirando proveito de cada uma e seus benefícios e limitações. O *crowdfunding* é um exemplo positivo dessa parceria, em que plataformas digitais ajudam publicações impressas a serem concretizadas.



Outra vantagem nessa circulação é que torna a informação muito mais acessível, de fácil alcance. Com tutoriais e vídeos demonstrativos, ensina-se e aprende-se de quase tudo, desde, por exemplo, montagem de móveis, como lidar com falhas tecnológicas em aparelhos, dicas culinárias até como fazer seu próprio livro. A internet tornou-se paraíso aos adeptos do *D.I.Y.*, sigla para *do it yourself* (faça você mesmo, em inglês), um movimento que encoraja o fazer por conta própria, com as próprias mãos e habilidades.

### 3.2

#### O CRAFT E OS MOVIMENTOS ALTERNATIVOS

No século XIX, William Morris propôs o *Arts & Crafts* como um movimento alternativo à produção industrial em série, que apresentava um modelo de fabricação despersonalizado e mecanizado. A expressão criativa individual, o trabalho manual e a volta à artesanaria reestabeleceriam os laços entre o produtor e seu objeto. Esse resgate à interação direta e tátil do *Arts & Crafts* veio a ser uma grande influência ao design moderno, com questões estéticas, autorais e artísticas sendo discutidas, além da própria concepção do que é design. Foi o início de um diálogo entre arte e produção e um precursor à cultura *do it yourself*. Assim, o *D.I.Y.* é, em sua natureza, subversivo a um sistema; se, então, se opunha a um sistema industrial, hoje não é muito diferente, sendo ainda contraponto a um sistema digital.

A publicação independente tem no fazer manual a sua principal ferramenta de contestação ao sistema de pro-

dução em larga escala e consumo acelerado vigente. Por esse caráter dissidente, o *craft* é um movimento de dimensão política que, naturalmente, traz consigo outros movimentos atuais de produção e consumo alternativos. Como afirma Teal Triggs no livro *Fanzines*, “o *craft* produz resultados que se tornaram um ato visual de dissidência: primeiramente contra as formas dominantes de capitalismo, mas também refletindo questões sociais, ambientais e políticas” (Triggs, 2010, p.205)

Essa dimensão política, de dissidência, contravenção e contestação, sempre esteve presente na publicação independente, manifestando-se no movimento dos Panteras Negras, em zines punk na Londres dos anos 70, na poesia marginal, entre outros. Nada seria mais natural, uma vez que as publicações independentes são manifestações alternativas a um modelo vigente e excludente, no qual apenas poucos têm suas vozes ouvidas, seus textos publicados, suas ideias divulgadas. Hoje, movimentos políticos que clamam por direitos de igualdade e liberdade possuem grande incentivo nas conexões das redes sociais, onde um tweet ou uma postagem pode unir pessoas de diversos lugares e culturas. A busca pela visibilidade, expressão pessoal e individualidade, encontra a possibilidade de poder contar sua história, ter voz própria nas publicações alternativas, principalmente na autopublicação.

O sistema editorial vigente fragmenta a produção em etapas, onde cada envolvido faz seu próprio trabalho, sem contato direto com o material todo. O processo de produção do meio independente resgata valores de modo similar assim como faz o artesanato, no sentido do contato, da relação direta com o material. O autor/produtor tem papel ativo nesse processo, seja na criação

de conteúdo e concepção gráfica, seja na interação com o material, na sua manufatura. O resgate à artesanaria e à criação individual que Morris propunha encontra adeptos e entusiastas na publicação independente.

Esse fazer manual, para muitos que publicam, é uma fuga da predominância tecnológica cotidiana, em busca de práticas analógicas e interações físicas. São experimentações que exploram habilidades manuais e criativas, frequentemente havendo o resgate de técnicas ancestrais, como a gravura e a encadernação artesanal. Se, à época da revolução tecnológica e industrial, essas técnicas foram vistas como obsoletas, hoje, apresentam formas alternativas de abordagens criativas e soluções gráficas. O resgate ao antigo, inclusive, se manifesta em diversos campos da vida contemporânea. Na música, por exemplo, o LP ressurgiu com nova base de fãs, que vêm charme em seu formato tradicional e qualidade nas reproduções fiéis de uma tecnologia que foi aperfeiçoada. Assim, elementos considerados ultrapassados, hoje, ressurgem por seu valor orgânico e sua qualidade tátil.

Em contraposição ao modelo industrial de larga escala, o movimento independente também traz uma valorização à produção pequena e local. O movimento *slow*, que inclui roupas, acessórios, cosméticos e até alimentos, caminha de mãos dadas à publicação alternativa, por se basear no respeito ao tempo de produção e na produção manual do objeto. Trazendo questões como a sustentabilidade e o apoio a pequenos produtores, esse movimento compõe uma cultura de produção e consumo consciente, com trabalho vagaroso e cuidadoso.

Não à toa, é comum encontrar feiras de impressos em cuja programação estão presentes expositores de gastronomia, moda e acessórios. Em comum, todos defendem uma cultura alternativa e consciente de consumo – alguns exemplos incluem culinária vegana ou vegetariana, roupas e acessórios de produção manual, cerâmicas artesanais, cosméticos naturais, etc. Em meio à rapidez do digital e suas interações instantâneas, os movimentos alternativos propõem outra forma de pensar o tempo, outro ritmo no fazer e no consumir.

Série Ditado Gráfico, da  
Polvilho Edições.



### 3.3

#### A PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE É LIDA COM AS MÃOS

Os jornais e revistas reportam algo que é praticamente impossível de não ser percebido: o mercado editorial atual vive uma profunda crise. Matérias como *Crise do mercado editorial revela falência de um modelo* (Trigo, GI, online) e *A culpa da crise no mercado editorial não é do “brasileiro que não lê”* (Ferrara, Medium, online) evidenciam que esse fato tem diversas causas, que não poderiam ser adequadamente citadas aqui em sua totalidade, mas certamente o seu próprio sistema conta como uma delas. Por ter como objetivo um número de vendas elevado, as grandes editoras necessitam contar com uma produção de alta escala, a baixos custos. A sua atenção, portanto, está menos voltada para o objeto gráfico em si e mais pela relação custo-benefício, inclusive porque precisa considerar taxas de pagamento, lógicas de produção, meios de distribuição, porcentagens na venda, entre outros aspectos do próprio sistema de grande escala.

Assim, a liberdade de se estar fora desse sistema permite que editores, artistas e autores independentes possam investir em abordagens mais sensíveis ao objeto, valorizando o impresso e seus aspectos sensoriais – tocar um livro, manuseá-lo, sentir seu cheiro, a textura dos papéis, o som do passar de folhas, o modo como ele abre, tudo isso ganha outro valor em meio à era digital. Visão, olfato, audição são estimulados em conjunto, mas, em especial, o tato é um sentido amplamente explorado. A textura é algo muito presente na publicação independente, seja nos leves sulcos de um papel pólen, na tinta

gráfica de uma xilogravura, ou no barbante em uma encadernação artesanal – tocar um zine é tão importante quanto vê-lo. Isso fica muito evidente nas feiras, onde os impressos são colocados à mostra, completamente disponíveis para serem tocados, mexidos, virados (até, fatalmente, danificados).

A publicação independente sempre teve a manualidade como uma de suas principais características e, mais do que isso, o fazer pode ser considerado como uma espécie de lema do meio. O movimento *D.I.Y.* sempre foi aliado daqueles que desejam fazer algo próprio, sem depender de outros, de forma autônoma e libertadora, como o ato de publicar independentemente. Esse valor artesanal ganha novos significados e valores frente ao editorial digitalizado, assim, naturalmente, artistas, designers e ilustradores independentes contemporâneos passam a explorar algumas práticas manuais de criação e produção gráfica consideradas antigas, ultrapassadas.

Além disso, essas antigas práticas ganham novo significado por sua elaboração e tempo de trabalho: em meio à praticidade das gráficas rápidas e máquinas automáticas, técnicas de impressão e encadernação manual têm seu valor orgânico enaltecido – inclusive, “falhas” são consideradas um charme e incorporadas ao projeto (por exemplo, o erro de registro, tradicionalmente tão evitado no design gráfico, passa a ser aceito e até utilizado na publicação alternativa). Se, antes, eram muito comuns os fanzines xerocados em preto e branco e grampeados, atualmente podemos ver publicações com projetos gráficos arrojados, cujos recursos e técnicas variados unem-se em vista de objetos singulares, que investem naquilo que o digital não pode oferecer. A experiência sensorial,

em especial tátil, tem tanto valor quanto as experiências visual e intelectual.

A gravura é uma das principais técnicas que estão sendo amplamente reapropriadas e redescobertas, em especial a xilogravura e a serigrafia, em livros ilustrados, HQs, zines e pôsteres. Entre os meios de impressão alternativos também presentes nas publicações estão a risografia, o estêncil e outros tipos de gravura, como a linogravura e a monotipia. Essas técnicas de impressão se destacam por sua característica única, de serem um meio de reprodução em massa, mas que produzem impressões singulares, cada uma com um resultado diferente e inesperado. As falhas de impressão, tão evitadas tradicionalmente, nos lembram o aspecto humano do processo produtivo,

**A escolha dos materiais na publicação alternativa é crucial e cuidadosa em especial quanto ao papel.**



onde não há perfeição e homogeneidade. São linguagens que, até certo ponto, podemos manter um controle técnico – seja na quantidade de tinta, na pressão da prensa ou na preparação dos arquivos –, mas que possuem, em sua natureza, um inevitável acaso.

Para além da impressão, o acabamento do objeto editorial também vem sendo bastante explorado em sua manualidade. Livros com lombada colada ou grampeada dão lugar a encadernações artesanais, simples ou trabalhadas (dependendo do volume de cadernos e habilidade de quem os está costurando). Por outro lado, encontramos trabalhos encadernados com bailarinas e colchetes, peças comumente usadas em escritório, mas que, para os impressos independentes, trazem uma maneira alternativa de acabamento. Segundo Quintela e Borges, essa abordagem manual

“pretende afirmar a dimensão material (...) do objeto editorial, explorando as suas diversas potencialidades do ponto de vista da comunicação gráfica e visual. Mas, mais do que isso, trata-se de uma valorização do próprio objeto – e do tempo e dos skills despendidos na sua produção” (Quintela e Borges, 2015, p.15).

Essa valorização diz respeito ao caráter impresso, tátil do objeto, e também à sua manualidade e às dimensões sensoriais que ele possibilita. Não se trata, porém, de utilizar técnicas rebuscadas ou materiais nobres visando uma estilização ou puro contentamento estético. Se um dos principais fundamentos da publicação alternativa é a expressão, a propagação de ideias, um zine de custo alto inevitavelmente teria um valor de venda igualmente ele-

vado, limitando seu alcance e poder expressivo. Não se trata de valer-se de recursos, mas conhecê-los, ponderar seu uso aqui e ali, em busca de um arranjo circular, que tenha sentido em si próprio.

Durante a palestra *PQP - Pergunte Qualquer Pergunta*, organizada na abertura da Feira Miolo(s) 2018, Ceclia Arbolave, sócia da Lote 42, menciona que “dá pra fazer livros legais entendendo mais de materiais, entendendo mais dos processos” (vídeo 49:00, Youtube, online). Aprender sobre os recursos que dispomos, entendê-los em suas singularidades, não apenas amplia nosso campo de possibilidades gráficas, como torna nossas escolhas mais precisas e conscientes.

### 3.4

#### **IMPRESSO É AFETO**

Vemos, assim, que o ressurgimento da publicação alternativa como fenômeno cultural não é aleatório, mas determinado pela confluência de múltiplos fatores. O meio editorial contemporâneo passou e passa por transformações, de produção, comercialização, público, linguagem, que irão redefinir a sua própria existência daqui pra frente. A era digital trouxe possibilidades ao leitor, que não serão necessariamente negativas à mídia impressa, se houver adaptações e flexibilidade. A publicação independente, seus agentes e entusiastas têm consciência dessa necessidade de mudança, por isso o impresso resiste (e re-existe) no cenário alternativo.

O olhar para a elaboração do projeto gráfico como extensão de seu conteúdo, a valorização do fazer e da experiência sensorial e a relação com movimentos político-sociais atuais, são todos aspectos que, apesar de sempre existirem na filosofia da cultura alternativa, ganham novo sentido na contemporaneidade. Quando as relações físicas, táteis estão nubladas pelos meios digitais – e aqui pode-se referir tanto a relações interpessoais, confundidas pelas mídias sociais, como a relação do leitor e o editorial impresso, que tem dividido espaço com a leitura digital –, era apenas natural o retorno àquilo que possuímos de mais humano.

Sentir, tocar, ter nas mãos e fisicamente fazer um livro (zine, revista, pôster, etc), hoje, representam renovadas interações objeto-leitor. A produção de sentidos, a relação material, a identificação do público com o impresso torna essa relação mais significativa. Quando tocamos o impresso, o lemos, folheamos, investigamos, dobramos e sentimos seu peso, ritmo e texturas, estabelecemos um vínculo material, tátil com esse objeto. Cada elemento que o compõe nos provoca profunda identificação, e criamos aquilo que há de mais rico nesse universo sensorial da publicação alternativa: uma relação de afeto entre o leitor e o objeto editorial.

## **CAPÍTULO 3**

•

### **NARRATIVA DE CONSTRUÇÃO DA AMAR.ELA**



Alguns dos materiais encontrados na coleta, em álbuns e arquivos.





## 4.2

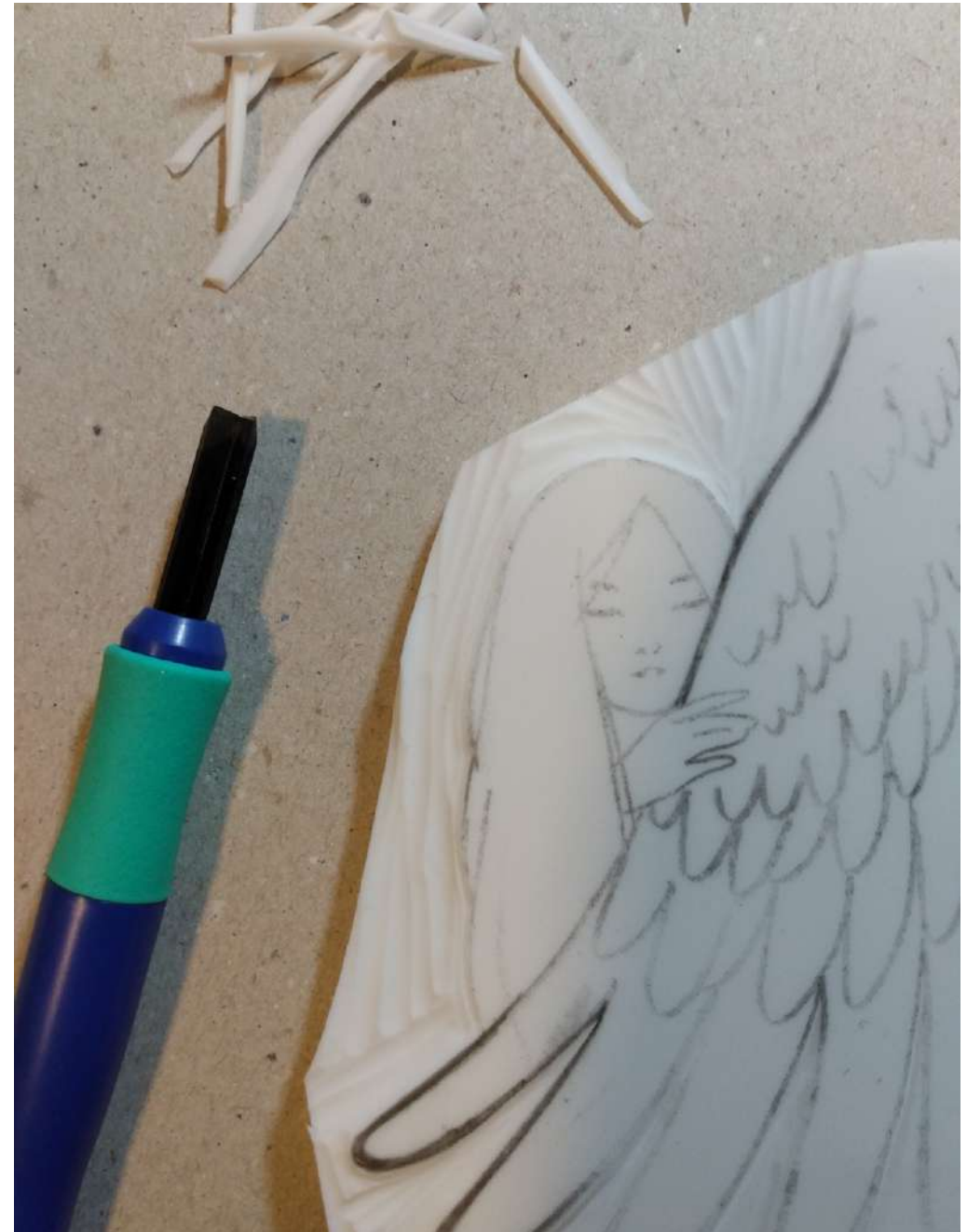
### CAMINHO

Essa coleta de materiais deu origem à **amar.ela**, uma publicação em duas: um álbum de memórias, com os materiais obtidos a partir da coleta histórica e familiar; e uma zine-cartaz feita com gravura, a partir de desenhos próprios.



Escolhi a gravura pela aproximação com a técnica, mas, principalmente pelo que a técnica representa. Conheci a xilogravura em 2013, quando era aluna do curso de Licenciatura em Artes Plásticas na EBA, nas oficinas do ateliê. Desde então tenho me aventurado em gravuras e carimbos de borracha, material mais maleável do que a madeira e, portanto, mais fácil de receber detalhamentos.

Considerarei, também, o histórico da gravura, que é uma técnica muito reconhecida pelo *ukiyo-e* japonês. Como decidi falar de família e origem, pareceu coerente a escolha dessa técnica tipicamente associada ao Japão. Além disso, a gravura é uma técnica reproduzível, que pode ser usada em grandes tiragens, mas que nunca produz um resultado igual a outro. Suas impressões são únicas, individuais, são “não-cópias”. Isso traz uma natureza imperfeita, humana à impressão, algo que, acima de tudo, valorizei ao escolher essa técnica.



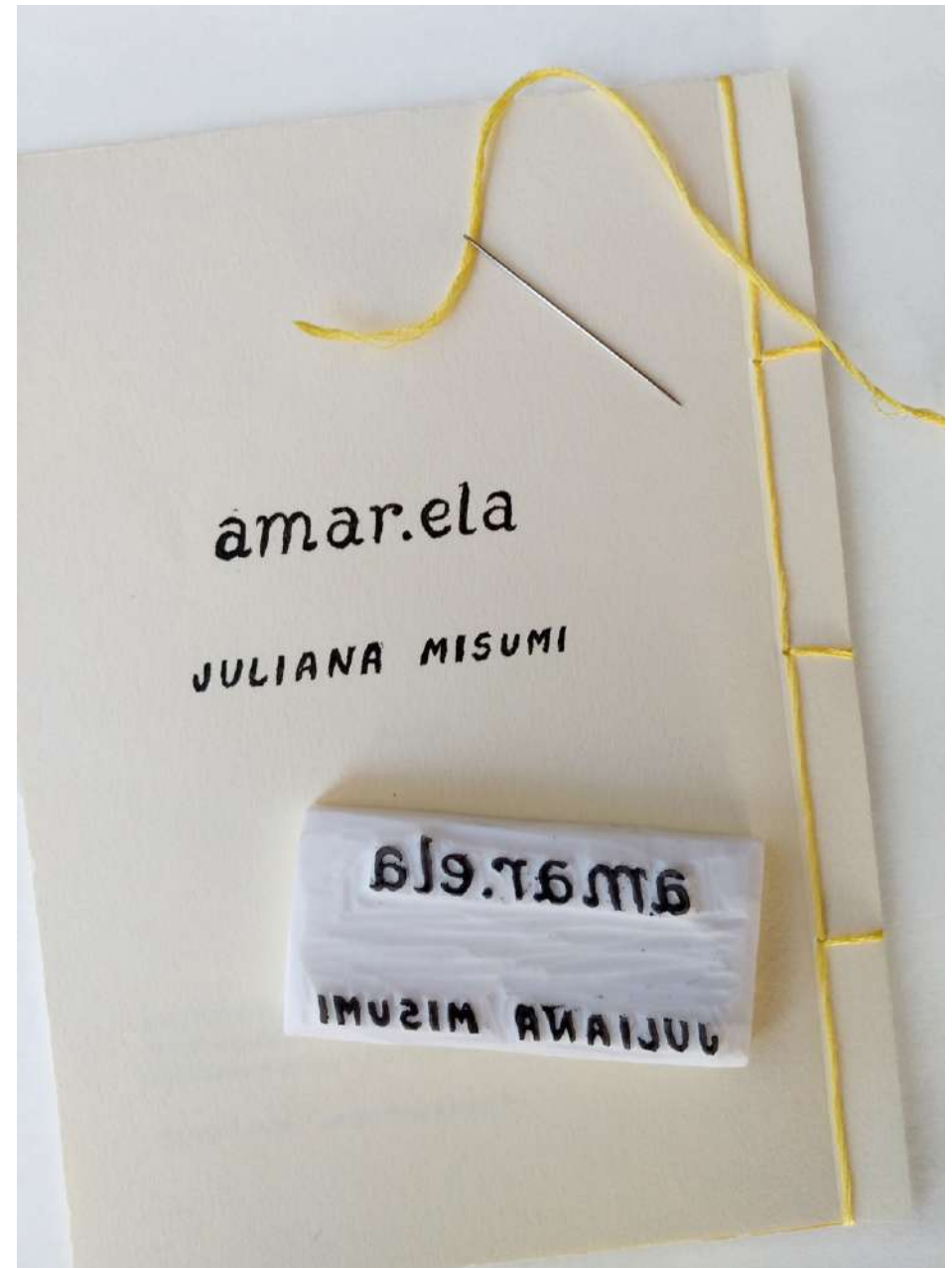
Durante o percurso desse TCC, atuei como estagiária na Editora Record, onde tive a chance de coletar uma das placas de polímero usadas na impressão dos livros. A Record conta com a máquina Cameron, um sistema de impressão único, que imprime as páginas usando placas de polímeros queimadas a partir dos fotolitos. O resultado é similar ao de uma gravura em borracha, ainda que o processo seja bastante diferente. paralelo às gravuras feitas à mão, pude montar pequenos carimbos com o texto que entra no zine, a partir dessas placas.



## 4.3

### DESTINO

Assim, desenvolvi a publicação-álbum, organizando fotos, cartas e documentos, além de informações adicionais e textos autorais, de modo a contar as histórias por trás daqueles materiais. Determinei alguns aspectos nesse processo, que iriam definir o resultado do objeto, como a leitura ser no sentido oriental e a costura japonesa. Prezei também pelo papel a ser usado, já que abordo a textura e os sentidos na pesquisa teórica, busquei utilizar um papel fosco e texturizado.





uma  
carta  
anos  
suas  
arru  
minh  
pens

uma  
do ja  
e bic  
aque  
terra  
cont

entri  
a mc  
nasc



são paulo, 1982  
meus avós com sua primeira neta, minha irmã.



esse era um documento de salvo-conduto que minha avó precisava portar quando viajava. aqui constavam todos os dados da pessoa, além da data, destino e motivo de viagem. era uma forma de monitorar estrangeiros na época da 2ª guerra mundial.



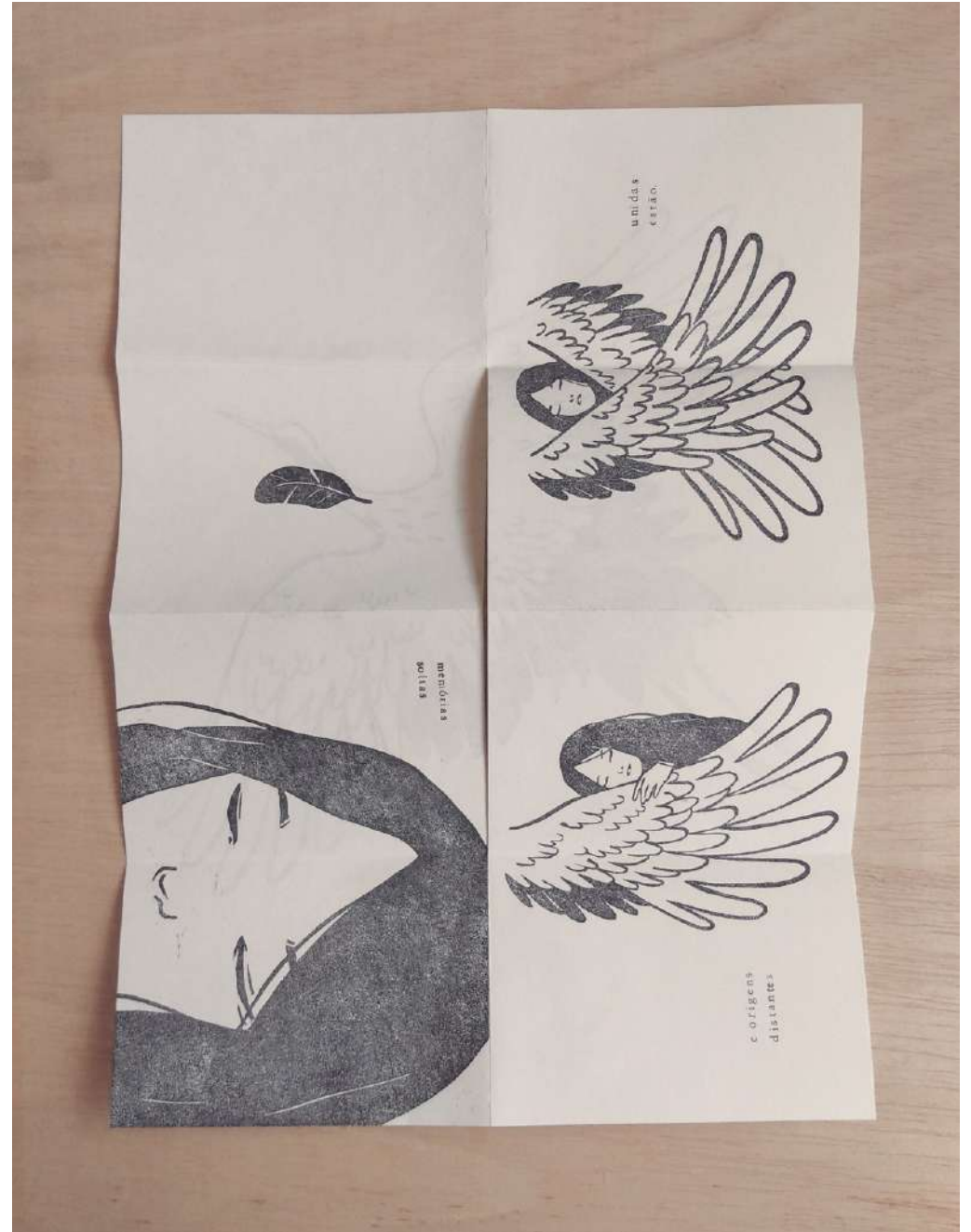
rio de janeiro, 1999  
minha avó e eu. 17 anos depois, seu olhar não havia mudado nada.

como minha outra avó morava no nihon e meus dois avós morreram muito cedo, as memórias físicas que eu tenho de avós se resume a essa obaachin.

em muitos aspectos, ela era uma típica avó japonesa. era gentil mas severa, fazia origami, ia a karaokê, colecionava jornais japoneses e sua casa cheirava a oden, um prato típico do japão.

A zine-cartaz foi feita em etapas de impressão, com 5 matrizes de gravura, feitas à mão, com goivas e estilete, e impressas caseiramente, sem prensa. O processo de impressão também foi uma decisão consciente para o projeto, por ser uma maneira tátil, quase instintiva de impressão.





A publicação foi pensada como uma só, em duas partes, assim, também desenvolvi algo para manter sua unidade. Recorri às minhas origens e à ideia de trabalho manual, assim, cheguei ao Furoshiki. O Furoshiki é um tipo de embrulho com tecido, tradicional da cultura japonesa, que pode ser usado para carregar objetos, dependendo do tamanho do tecido e o tipo de amarração feita. Seu uso principal é para embalar presentes, tornando-os ainda mais especiais e evitando-se o desperdício de papel, numa consciência estética e ambiental. Assim, desenvolvi um Furoshiki feito à mão, estampado com o carimbo da zine-cartaz



Como resultado, produzi uma publicação independente, autoral e feita à mão, a partir de materiais próprios. Considero este trabalho relevante não apenas profissionalmente, por ter propiciado o exercício de habilidades que aprendi durante a graduação, mas também no âmbito pessoal, pela criação autoral e construção de identidade envolvidos em seu processo. E repito, o impresso está vivo!





## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Coincidentemente, quando dei início a esse trabalho também comecei um estágio em uma editora de grande porte, uma das maiores no cenário brasileiro. Em Agosto de 2018, estava organizando as ideias para o TCC, ao mesmo tempo que começava o estágio no departamento de design gráfico da editora Record. A experiência de trabalhar inserida em um processo industrial e de larga escala enriqueceu a pesquisa para este projeto, e também proveu a chance de perceber as distinções entre o processo comercial e o processo independente, pequeno e pessoal.

Observar os dois campos, estando inserida em ambos, ainda mais ao mesmo tempo, serviu como oportunidade de confirmar o que torna cada um único e como embasamento a afirmações propostas neste texto. Um serviu como espelho ao outro, refletindo suas semelhanças e diferenças. Essa experiência influenciou também na reflexão e entendimento do design gráfico e na minha atuação enquanto designer em formação.

Escolhi abordar a publicação independente por enxergar nesse movimento um amplo campo de possibilidades para o design gráfico. Durante minhas pesquisas, percebi um grande potencial de troca nessa relação, uma via de mão dupla, na qual um pode contribuir com o outro. Acredito que o design gráfico e sua lógica projetual tem muito a contribuir para a publicação alternativa, resultando em objetos pensados em sua plenitude, com produção coerente à proposta planejada.

Ao mesmo tempo, a cultura da publicação independente tem enriquecido a atuação do design gráfico, ao re-apresentar processos de produção mais orgânicos e que valorizam o fazer com as mãos. Explorando o tátil e o manual, o meio independente resgata valores analógicos à atuação do designer gráfico e expande o seu processo de trabalho para além dos softwares e programas no computador. Acredito em uma tendência crescente do design gráfico de se reaproximar de abordagens mais sensíveis, que explorem a manualidade e a experimentação, buscando em processos artísticos e orgânicos, novas linguagens.

Além disso, o designer encontra grande incentivo à expressão autoral, de trabalhar em algo que tenha um valor pessoal além do profissional, como projetos de autopublicação. O designer gráfico tem a chance de uma emancipação criativa, ao tornar-se autor, produtor, formador de ideias novas e próprias. Não necessariamente ele se tornará um designer-autor, mas ter essa possibilidade plural muda a relação com sua atividade e seu próprio potencial expressivo, podendo ser uma fonte de alimento criativo ao trabalho mais cotidiano e formal.

Para além do campo do design gráfico, o contato direto entre quem faz e quem consome, tão valorizado e presente no cenário independente, é algo que, a longo prazo, vem propondo uma mudança nas relações em que autor(es) e público estabelecem. Esse contato muda também a forma como nos relacionamos com os espa-

ços onde adquirimos as publicações, e com as publicações em si. No mais, o movimento independente muda a maneira como nos relacionamos com o mundo, seja moda, comida ou entretenimento. O recorte editorial e a nossa relação com livros, revistas, zines, afins, é apenas uma das faces dessa mudança.

É inegável que criamos relações estreitas com nossos livros, os guardamos carinhosamente e secretamente sofremos ao emprestá-los (quando emprestamos!). Em suas abordagens manuais, táteis, sensoriais, a cultura da publicação independente resgata esse carinho, nos lembrando porquê compramos livros físicos. Os vínculos que estabelecemos com o que lemos não são definidos apenas pelo conteúdo, em si, mas pelo objeto como um todo, com a sensação que aquilo nos passa. Nos identificamos não apenas com o texto, mas com as imagens, o papel, as tipografias impressas, as texturas, as cores.

A publicação alternativa, enquanto movimento editorial, gráfico e cultural, está transformando nossas relações de afeto, com o objeto adquirido, com o espaço onde ele é adquirido, com quem o produz. E também as relações com nosso próprio trabalho, na criação de algo autoral, que toque aquilo que sentimos, pensamos, ou seja, afeto não apenas por aquilo que consumimos, mas por aquilo que podemos fazer, por nossa própria expressão

## BIBLIOGRAFIA

### ARTIGOS ONLINE

BRESSANE, Ronaldo. Editoras independentes sobrevivem à crise no mercado editorial. Estadão, São Paulo, 11 de março de 2017. Disponível em: <https://alias.estadao.com.br/noticias/geral,editoras-independentes-sobrevivem-a-crise-no-mercado-editorial,70001693530>. Acesso em: 17 de agosto de 2018.

CRUZ, Lila. Panorama das Feiras Independentes no Brasil: porque elas estão começando a bombar por aqui?. Disponível em: <https://medium.com/cafeinazine/panorama-das-feiras-independentes-no-brasil-porque-elas-est%C3%A3o-come%C3%A7ando-a-bombar-por-aqui-d1ebdb32e9a>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

FERRARA, Jéssica. A culpa da crise no mercado editorial não é do “brasileiro que não lê”. Medium, seção Caféina, 4 de janeiro de 2017. Disponível em: <https://medium.com/@jehferrara/a-culpa-da-crise-do-mercado-editorial-n%C3%A3o-%C3%A9-do-brasileiro-que-n%C3%A3o-l%C3%AA-9d41023d7e9c?fbclid=IwARItV6U-qxUWhbyqZneX-ZXnvYsBhnjd49iitGXEs4-MSX8mLpTTic0ZXXEI>. Acesso em: 16 de agosto de 2018.

### LIVROS

LUPTON, Ellen. A produção de um livro independente: um guia para autores, artistas e designers. São Paulo: Edições Rosari, 2011.

LUPTON, Ellen. Reading and writing. In: Graphic design now in production. Minneapolis: Walker Art Center, 2011, p. 58-75. Disponível em: <https://advdesign2014.files.wordpress.com/2014/10/reading-writing-lupton.pdf>. Acesso em: 10 de maio de 2019.

LUPTON, Ellen. The designer as producer. In: Graphic design now in production. Minneapolis: Walker Art Center; New York: National Design Museum, 2011, p. 12-13. Disponível em: <http://type3sl4.shayk.in/wp-content/uploads/2014/04/draft2thumbview.pdf>. Acesso em: 10 de maio de 2019.

SNO, Márcio. O universo paralelo dos zines. São Paulo: TimoZine, 2015.

TRIGGS, Teal. The crafting of contemporary fanzines. In: Fanzines. London: Thames & Hudson, data, p. 204-211. Disponível em: [https://ctsgmdlccl415.files.wordpress.com/2014/10/triggs\\_fanzines\\_chapter-6.pdf](https://ctsgmdlccl415.files.wordpress.com/2014/10/triggs_fanzines_chapter-6.pdf). Acesso em: 5 de fevereiro de 2019.

VILLAS-BOAS, André. Aspectos metodológicos. In: O que é e o que nunca foi design gráfico. Rio de Janeiro: 2AB, 2007. p. 34-38.

### ENTREVISTAS

MARGARINA. Série de entrevistas para a Feira Pãodeforma. Org.: A Bolha Editora. Disponível em: [https://vimeo.com/feirapaodeforma#\\_=\\_](https://vimeo.com/feirapaodeforma#_=_). Acesso em: 16 de junho de 2019.

MELO, Chico Homem de. Entrevista a Liliana Bellio Vieira e Alessandra Rocha Fernandes. Arte Revista, São Paulo: Faculdade Paulista de Artes, n.4, ago./dez.2014, p. 1-13. Disponível em: [http://fpa.art.br/web/wp-content/uploads/2015/03/Artigo\\_entrevista\\_Chico-Homem-de-Melo.pdf](http://fpa.art.br/web/wp-content/uploads/2015/03/Artigo_entrevista_Chico-Homem-de-Melo.pdf). Acesso em: 10 de junho de 2019.

### REVISTAS

OLIVEIRA, Alice Bicalho de. A independência é um modo de produção. In: Em tese, v. 22, n. 3. Belo Horizonte: UFMG - Programa de Pós-graduação em Estudos Literários, p. 78-89, set.-dez. 2016. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/emtese/article/view/11413>. Acesso em: 15 de julho de 2018.

QUINTELA, Pedro; BORGES, Marta. Livros, fanzines e outras publicações independentes. In: Cidades, Comunidades e Territórios, 31. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa, dez. 2015, p. 11-31. Disponível em: <https://revistas.rcaap.pt/cct/article/view/10013>. Acesso em: 15 de julho de 2018.

RICO, Omar Alejandro Sánchez. Atualização da concepção sobre aquilo chamado de Zine. In: Imaginário!, n. 12. Paraíba: Editora Marca de Fantasia, p. 105-133, jun. 2017. Disponível em: <https://marcadefantasia.com/revistas/imaginario/imaginario11-20/imaginario12/5-atualizacao.pdf>. Acesso em: 17 de julho de 2018.

ROCK, Michael. The designer as author. Eye, n. 20, v. 5, 1996. London: Eye magazine. Disponível em: [http://adamlucas.info/teaching/type3/files/rock\\_author.pdf](http://adamlucas.info/teaching/type3/files/rock_author.pdf). Acesso em: 10 de janeiro de 2019.

## **DOCUMENTÁRIOS E VÍDEOS**

Esse negócio de livro: cena editorial independente. Direção de Adriana Borges e Lúcia Tupiassú. São Paulo: 2017. 26 min.

Estilo Arte I: Risografia. Direção de Gisele Kato. Rio de Janeiro/São Paulo: Arte I, 2019. 20 min.

Impressão Minha. Direção de Daniel Salaroli, Gabriela Leite e João Rabello. São Paulo: Peripécia Filmes, 2018. 27 min.

LOTE 42. PQP - Pergunte Qualquer Pergunta. São Paulo, 2018. 1h58m.