

## A voz do movimento punk: a fanzine como mídia alternativa<sup>1</sup>

Susana Azevedo Reis<sup>2</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora

Christina Ferraz Musse<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora

### Resumo

Na década de 1980, a fanzine foi um dos principais meios pelo qual grupos punks comunicavam-se. Este tipo de publicação permitia-lhes divulgar suas opiniões, pensamentos e ideologias, e era diferenciada da mídia tradicional, tanto no aspecto do conteúdo, quanto no seu visual. Dessa forma, este artigo tem como objetivo discutir como a fanzine se insere dentro do contexto das mídias alternativas. Para isso, iremos discutir teoricamente as mídias alternativas brasileiras, empregando autores como Cicilia Peruzzo, Regina Festa e Bernardo Kucinski. Como metodologia, utilizaremos os conceitos sobre a imprensa alternativa do inglês Chris Atton para podermos analisar duas das principais fanzines produzidas pelo movimento punk em Juiz de Fora, cidade localizada em Minas Gerais, “Alerta Punk” e “Aos Berros”.

### Palavras -chave

Fanzine; Mídia Alternativa; Movimento Punk.

### Introdução

O movimento punk foi uma expressão juvenil que se destacou na década de 1980 por apresentar uma ideologia que influenciava culturalmente, através da música, da moda e da arte. O principal objetivo dos punks era alertar sobre a violência desmedida, a pobreza, as repressões políticas e as mazelas sociais. Seja na Inglaterra, nos Estados Unidos ou no Brasil, eles divulgavam seus pensamentos através do rock, com letras críticas e sons pesados, por meio de seu vestuário, com roupas e acessórios que chocavam os cidadãos comuns, e com suas fanzines, publicações produzidas de forma artesanal por meio de cortes e colagens.

As fanzines são publicações alternativas, independentes e amadoras, produzidas em pequenas tiragens e impressas através de mimeógrafo, fotocopadora, impressora laser ou offset. Na maioria das vezes, ela é utilizada por grupos sociais e juvenis, como os punks, para compartilhar e discutir sobre uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na XII Conferência Brasileira de Mídia Cidadã - O direito à comunicação na luta por uma cidadania ativa, realizado na Universidade Federal de Juiz de Fora, em Juiz de Fora, Minas Gerais, de 25 a 27 de outubro de 2017.

<sup>2</sup> Jornalista e mestranda no programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. Integrante do grupo de Pesquisa Comunicação, cidade e memória. E-mail: susana.reis360@gmail.com/.

<sup>3</sup> Jornalista, mestre e doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Professora do curso de jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. Coordenadora do grupo de pesquisa Comunicação, Cidade e Memória. E-mail: musse@terra.com.br

temática com determinado grupo de identificação. Por ser fácil de produzir, reproduzir e distribuir, a fanzine se torna um grande aliado desses grupos, que não podem elaborar projetos sofisticados de diagramação e tem recursos para imprimir em grandes gráficas.

Além disso, o conteúdo das fanzines sempre é diferenciado daquilo que é produzido pela mídia tradicional, trazendo elementos não discutidos pela imprensa, articulando mais profundamente assuntos que os grandes jornais e revistas apenas comentam, ou criticando os veículos tradicionais. As fanzines podem ter como temática artistas e bandas, movimentos sociais e grupos juvenis, ideologias políticas e partidárias, além de falarem sobre a cultura em geral. Esse tipo de publicação permite uma maior democratização do acesso a conteúdos de assuntos específicos, que podem interessar ao grupo em si e aos curiosos ou investigadores daquela temática.

Dessa forma, iremos discutir o contexto da mídia alternativa no Brasil, utilizando autores como Cilicia Peruzzo, Regina Festa e Bernardo Kucinski. Como metodologia, utilizaremos os conceitos do pesquisador inglês Chris Atton. O pesquisador elencou seis características essenciais que ele acredita que uma mídia alternativa deve apresentar e, dessa forma, iremos observar se as fanzines punks “Alerta punk” e “Aos Berros” se enquadram nessas características. As fanzines eram produzidas na cidade mineira de Juiz de Fora, localizada a 180 quilômetros do município do Rio de Janeiro, no Brasil. Com três edições publicadas cada uma, os impressos discutiam sobre música, anarquismo, a comunidade punk, e assuntos referentes à política brasileira e latino-americana.

### **A fanzine no contexto das mídias alternativas**

Quando caracterizamos mídias alternativas, estamos destacando veículos comunicacionais que são identificados por apresentarem discussões, formatos e ideologias diferentes daquelas oferecidas pela mídia tradicional. Sendo um campo da comunicação amplo e diverso, o tema gera diversas discussões e controvérsias, sendo que os autores que se dedicam à questão se baseiam em diferentes características para distinguir esse tipo de mídia: seu conteúdo, sua relação com o mercado, sua associação com grupos sociais, seu formato, etc.

Seguindo esse pensamento, Henrique Magalhães (2014) observa que a definição da comunicação alternativa é imprecisa é difícil, já que ela pode abarcar diversas linhas de pensamento. Segundo ele, as mídias alternativas podem ser associadas à comunicação popular, marginal, ou fora do sistema, como as rádios e TVs comunitárias: “Podemos classificar a comunicação alternativa a partir da ênfase dada ao emissor, ao meio, ou ao receptor, aos objetivos que se deseja alcançar bem como à própria linguagem utilizada” (MAGALHÃES, 2014, p.24). Elas podem ser vistas como iniciativas independentes - não financiadas por órgãos públicos - que contrapõem o tradicional, podem se definir por apresentarem

posições ideológicas de contestação ou revolucionárias, ou mesmo por serem uma maneira diferenciada de transmitir uma mensagem.

A pesquisadora Cicilia Peruzzo (2008) acredita que um veículo alternativo pode ser caracterizado como qualquer mídia comunicacional que se propõe a ser um canal de expressão e conteúdo, que produza informação e se expresse, e que critique a mídia tradicional e a mídia pública de viés conservador. As diferenciações no interior desses veículos se apresentam em relação aos conteúdos das mídias, suas direções políticas e ideológicas, na proposta editorial, nos modos de organização e nas estratégias de produção/ação. Baseando-se nessas características, a autora divide a mídia alternativa em duas correntes: a “comunicação popular, alternativa e comunitária” e a “imprensa alternativa”.

A “imprensa alternativa” seria composta pelos veículos alternativos que praticam a comunicação “no contexto dos movimentos populares, [...] a imprensa ‘popular’ ligada a organismos comprometidos com as causas sociais, mas, com publicações de porte mais bem elaborado e com tiragens maiores” (PERUZZO, 2008, p.6). Eram produções vendidas em bancas ou por assinatura no Brasil. Os jornais e revistas alternativos burlavam a censura por meio da arte, de escritas com duplo sentido e da criatividade. Como cita Bernardo Kucinski (2003), foram impressos como *O Pasquim* (1969-1991), *Opinião* (1972-1977) e *Movimento* (1975-1981), que se destacaram nas décadas de 1960 e 1970, por apresentarem conteúdos diferenciados das mídias tradicionais. O governo militar, que tomou o poder em 1964 e permaneceu até 1985, promoveu constante censura aos meios de comunicação e ao meio artístico, apoiando-se principalmente no Ato Institucional número 5 (AI-5)<sup>4</sup>, promulgado em 13 de dezembro de 1968. A mídia tradicional sofreu grande vigilância e foi impossibilitada de noticiar livremente, o que permitiu a ascensão de um novo tipo de jornalismo, que tinha como principal função combater e criticar o regimento político. A imprensa alternativa dessa época era composta de jornais e revistas que, mesmo unidos pela luta contra a ditadura, possuíam diferenciais. Existiam jornais anarquistas e marxistas, nacionalistas e internacionalistas, católicos e feministas (KUCINSKI, 2003, p.15).

Já a “comunicação popular, alternativa e comunitária” se estabelece como iniciativas populares, que vão além dos jornais, e se organizam através de movimentos sociais, segmentos populacionais organizados ou organizações civis sem fins lucrativos. “São experiências comumente denominadas de comunicação popular, participativa, dialógica, educativa, comunitária ou radical” (PERUZZO, 2008, p. 3), que apresentam narrativas, conteúdos e modos de produção diversos. São modos de comunicação, produzidos por movimentos populares e articulados, que se desenvolveram principalmente no período da redemocratização brasileira, com o objetivo de contribuir para as mudanças sociais e na ampliação dos direitos de cidadania. São os pequenos jornais e revistas, alto-falantes, jornais

---

<sup>4</sup> O AI-5 proibia a livre expressão política e social de políticos, intelectuais e organizações sociais, através da cassação de mandatos e de censura aos meios de comunicação e de produções artísticas e culturais (MAGALHÃES, 2014).

murais, grupos de teatro, rádios comunitárias, panfletos e fanzines. Esses impressos marginalizados circularam sem grande periodicidade ou organização, pelas cidades do Brasil, como comenta Magalhães:

Esses jornais de pequenas tiragens e distribuição precária muitas vezes não conseguiam ultrapassar meia dúzia de edições. Apesar disso, eles representaram o maior fórum de debates sobre os principais aspectos da vida brasileira e um momento de tomada de consciência da imprensa nacional (MAGALHÃES, 2014, p.10).

Esses veículos eram fruto da geração mimeógrafo<sup>5</sup> e de grupos de jovens que se interessavam por histórias em quadrinhos, humor, movimentos sociais e de juventude. Eram veículos de comunicação como jornais, revistas, panfletos, livros mimeografados, xerocados.

Nesse contexto, Peruzzo conclui que:

[...] o que caracteriza este tipo de jornal como alternativo é o fato de representar uma opção enquanto fonte de informação, pela cobertura de temas ausentes da grande mídia e abordagem crítica dos conteúdos que oferece. Já os pequenos jornais, boletins informativos e outras formas de jornalismo popular também conhecidos como alternativos, do nosso ponto de vista, não dispensam o acesso aos jornais convencionais, pois, os conteúdos são mais específicos e relacionados a problemáticas locais ou a determinados segmentos sociais (PERUZZO, 2008, p.7).

Dessa forma, Peruzzo deixa claro como a comunicação alternativa é rica e diversificada, incluindo a variedade e singularidade das fanzines, que são o objeto deste artigo.

Pensando no contexto nacional, a jornalista e pesquisadora Regina Festa (1986) divide a comunicação alternativa em três fases, de acordo com a vida política, econômica e social, no período em que o Brasil era governado pela ditadura militar. Primeiramente, o período de 1968 a 1978, entre o AI-5 e a abertura política, quando os jornais e revistas alternativos apresentavam denúncias, grande resistência política e congregavam a união de forças por parte dos grupos de oposição. A segunda fase se caracteriza como o período de 1978 a 1982, com o enfraquecimento das repressões políticas, a ocorrência das eleições nacionais, a elaboração de projetos políticos mais definidos e o estabelecimento de uma comunicação popular. Já o terceiro período contempla os anos de 1982 e 1983, com a “atomização do processo de comunicação popular e alternativa na mesma medida que reflete a incapacidade das forças de oposição para articularem uma alternativa política à crise atual vivida pela sociedade brasileira” (FESTA, 1986, p.10), ou seja, a comunicação popular começa a ganhar força por consequência da incapacidade do governo de apresentar soluções para os problemas do país.

Para a autora, são os espaços políticos, democráticos e as alianças que definem e permitem esse tipo de comunicação, sendo que esses meios de comunicação se originam a partir de novas condições

---

<sup>5</sup> A “geração mimeógrafo” era composta por poetas e escritores, essa geração buscava suas inspirações no cotidiano, na inovação, na flexibilidade e no individualismo. A poesia é a expressão artística mais conhecida como marginal na década de 1970, por possuir essas características. Os poetas que desejavam fugir do sistema editorial escreviam poemas e elaboravam livrinhos mimeografados ou em *offset*, com tiragens pequenas, e vendiam pessoalmente às pessoas na rua. (REIS, 2015, p.31)

de articulação de discursos religiosos, sociais e políticos. Assim, as mídias alternativas são incapazes de modificar os processos político-sociais por elas mesmas, sendo necessários movimentos e ações, abrangendo movimentações humanas e interações sociais. A mídia alternativa torna-se um instrumento de luta dos chamados marginais e excluídos contra os que estão no poder.

Compartilhando esse pensamento, encontramos Chris Atton (2002). O autor inglês baseia a sua pesquisa na ideia de que a comunicação alternativa pode ser produzida em formato eletrônico e impresso, apresentando-se como publicações individuais, jornais de grande escala, impressos comunitários, revistas de política, fanzines anarquistas, etc. Esses produtos não possuem a obrigação de abordarem as ideologias e buscarem a derrubada da mídia tradicional, podendo discutir assuntos culturais e artísticos, mas devem ser um ambiente para as vozes excluídas se expressarem. Ele considera essas expressões midiáticas heteroglóssicas (de múltiplas expressões), pois se tornaram espaços diversificados de divulgação para todos os indivíduos da sociedade que se sentem esquecidos pelos meios de comunicação tradicionais. Nessa perspectiva, essa imprensa aparece como meio de socialização. Atton comenta que a comunicação alternativa não se apresenta apenas no papel, mas fornece perspectivas diferenciadas para todo um grupo de pessoas, suas relações e socializações. Através da materialização de um jornal, revista ou fanzine, todo um grupo se compromete e se organiza em função dos princípios ali divulgados.

A comunicação alternativa, dessa forma, é capaz de criar grupos de indivíduos vinculados com os mesmos desejos e pensamentos, que se socializam pelo impresso e através dele. Jornais, revistas e folhetos radicais oferecem discussões que interessam ao seu leitor alvo, facilitando o acesso deste às informações que ele deseja e que não foram divulgadas na mídia tradicional. “Isso significa desenvolver meios de comunicação para encorajar e normalizar esse acesso, onde os trabalhadores, as minorias sexuais, os sindicatos, os grupos de protesto [...] poderiam fazer as suas próprias notícias”<sup>6</sup> (ATTON, 2002, p.11). Esses grupos apareceriam como atores relevantes nesses impressos, já que a divulgação de situações cotidianas interessaria tanto àqueles que escrevem, quanto aos que leem. Por fim, Atton acredita que as publicações alternativas estão, no fundo, mais interessadas no livre fluxo de ideias do que no lucro, já que na maioria das vezes elas não são rentáveis e prezam mais pelas discussões do que o dinheiro.

Pensando na mídia alternativa como um objeto de estudo, o pesquisador criou um modelo com seis elementos que são essenciais a esta imprensa, em sua perspectiva:

Uma tipologia de meios alternativos e radicais:

1. Conteúdo (politicamente radical, social / culturalmente radical); valores de notícias.

---

<sup>6</sup> Tradução livre: This means developing media to encourage and normalize such access, where working people, sexual minorities, trade unions, protest groups [...] could make their own news.



2. Forma - gráficos, linguagem visual; variedades de apresentação e encadernação; estéticas.
3. Meio de reprodução inovadoras/adaptadas - uso de mimeógrafos, IBM tipográfica, offset litográfica, fotocopiadoras.
4. 'Utilização distributiva' (Atton, 1999b) - sites alternativos de distribuição, redes de distribuição clandestinas / invisíveis, *anticopyright*<sup>7</sup>.
5. Relações sociais, papéis e responsabilidades transformadas - leitores, organização coletiva, desprofissionalização de, por exemplo, jornalismo, impressão, publicação.
6. Processos de comunicação transformadores - ligações horizontais, redes (ATTON, 2002, p.27).<sup>8</sup>

Os três primeiros elementos indicam características dos produtos alternativos. Eles devem possuir um conteúdo diferenciado e radical, que possua informações voltadas para os grupos que leem aquele determinado veículo, uma estética inovadora e meio de reprodução marginais. Os itens quatro, cinco e seis expõem os processos de distribuição e socialização propiciados pela comunicação alternativa, que permite uma distribuição mais horizontal e diversificada de mídias de comunicação, com trocas entre membros de grupos, distribuição gratuita nas ruas, vendas de jornais e revistas com valores simbólicos.

O pesquisador acredita que os veículos alternativos são um desafio às hegemonias sociais e políticas existentes, seja apresentando um conteúdo político e cultural, ou apenas utilizando artifícios indiretos de experimentação estética, produtiva, de rotinas e estilo. Como qualquer forma de produção cultural e de imprensa, essa mídia se estabelece como reflexo de seu local, tempo, história e cultura particular. "As relações sociais, as formas de tecnologia e os estilos de discurso (por exemplo) e sua combinação provavelmente estarão 'disponíveis' para transformação dentro de meios alternativos em lugares e tempos específicos"<sup>9</sup> (ATTON, 2002, p.22). O autor destaca como os processos de comunicação alternativa e radical transformam as relações sociais, ao mesmo tempo em que esses veículos se modificam visualmente, esteticamente e distributivamente, ocorrendo mudanças no modelo jornalístico e artístico, nos papéis desempenhados e nas responsabilidades, como profissionalismo, competência e especialização.

---

<sup>7</sup> Anticopyright refere-se a movimentos ou posturas de negação e enfrentamento quanto à legislação sobre copyright, que é definido como qualquer direito exclusivo para reproduzir, publicar, vender ou distribuir uma literatura, musical, arte ou qualquer forma de trabalho (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Anticopyright>)

<sup>8</sup> Tradução livre: "A typology of alternative and radical media  
1. Content (politically radical, socially/culturally radical); news values  
2. Form - graphics, visual language; varieties of presentation and binding; aesthetics  
3. Reprographic innovations/adaptations - use of mimeographs, IBM typesetting, offset litho, photocopiers  
4. 'Distributive use' (Atton, 1999b) - alternative sites for distribution, clandestine/invisible distribution networks, anti-copyright  
5. Transformed social relations, roles and responsibilities - readerwriters, collective organization, de-professionalization of e.g., journalism, printing, publishing  
6. Transformed communication processes - horizontal linkages, networks"  
<sup>9</sup> Tradução livre: Social relations, forms of technology and styles of discourse (for example) and their combination are likely to be 'available' for transformation within alternative media at particular places and times. Whilst the bracketing-off of processes (and even content) might afford us conceptual.

Um desses veículos contestacionais é a fanzine, uma publicação de resistência cultural e que aborda variados temas, de histórias em quadrinhos a movimento punk. Como uma produção artesanal de pequeno porte, elas foram durante as décadas de 1970 e 1980 a forma pela qual pequenos grupos de jovens urbanos se comunicavam.

As fanzines são publicações alternativas, independentes e amadoras, produzidas em pequenas tiragens e impressas através de mimeógrafo, fotocopiadora, impressora laser e até offset. Essas publicações são escritas por pessoas interessadas em determinada cultura e personalidade, que desejam compartilhar e discutir sobre uma temática com determinado grupo de identificação, sendo editadas por “fãs individuais, grupos, associações ou fã-clubes de determinada arte, personagem, personalidade, hobby ou gênero de expressão artística, para um público dirigido, podendo abordar um único tema ou vários” (MAGALHÃES, 2014, p.46). Essas pequenas revistas acabam debatendo assuntos e questões que não eram comentadas nos jornais e revistas tradicionais, criando uma nova narrativa. O termo é a junção das palavras inglesas *fan*, que significa fã em português, e *magazine*, traduzida como revista, sendo assim uma revista “do fã, feita pelo fã e para o fã” (BIVAR, 1982).

Além disso, as fanzines se caracterizam por serem publicações onde os editores têm total controle da publicação, sendo responsáveis pela produção, além da distribuição e o controle financeiro. “Desde a concepção da ideia até a coleta de informações, a diagramação, a composição, a ilustração, a montagem, a paginação, a divulgação, a distribuição e venda, tudo passa pelo domínio do editor” (MAGALHÃES, 2014, p.47). O controle desse processo editorial exige tempo e habilidade do editor, ao mesmo tempo em que oferece maior liberdade de criação e execução da ideia. Para Atton, o editor tem total autoridade sobre a publicação, que decorre da pureza da expressão. A fanzine, ao mesmo tempo em que informa, educa e comunica, expressa os desejos, opiniões e crenças do seu editor (ATTON, 2002).

As fanzines são amadoras, produzidas de forma barata por cópias múltiplas e sem lucro, assim a distinção entre o produtor e o consumidor são cada vez mais tênues. Primeiro, eram impressas por meio do mimeógrafo e, na década de 1960, começaram a ser produzidas em fotocopiadoras. Elas são rápidas, limpas e, principalmente, confiáveis (ATTON, 2002).

Atton acredita que as fanzines adquiriram uma postura política contra a moralidade dos grupos de elite na sociedade, através de críticas e oposições em suas publicações. Ele destaca três características principais das fanzines: a validação do ativismo cultural e marginal, a formação de comunidade e a publicação como uma ação política. As fanzines do movimento punk são os exemplos que contemplam essas particularidades.

Dessa forma, pensando a fanzine como um produto da comunicação alternativa, podemos discutir os seis elementos apresentados por Atton como essenciais a esse tipo de imprensa, no contexto da fanzine punk.

## “Alerta Punk” e “Aos Berros”: a alternativa de expressão punk

O punk chegou ao Brasil no final da década de 1970. Segundo Marcelo Rubens Paiva (2016), o movimento se iniciou na cidade de São Paulo, mas como destaca o documentário “Botinada!” (2001), os punks de Brasília e do ABC paulista também acreditam ser a origem do movimento no país. O mais provável é que o movimento tenha se iniciado ao mesmo tempo nessas cidades. Nos anos seguintes, o movimento se espalhou no restante do país: Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Londrina, ABC Paulista, Juiz de Fora e municípios do Rio Grande do Sul e Paraná. Eram garotos e garotas de 14 a 18 anos, em sua maioria, vindos de famílias de baixa renda, de subúrbios e periferias, que trabalhavam em empregos desqualificados, encontravam-se desempregados ou ainda frequentavam a escola. Como os jovens ingleses e norte-americanos, estavam cansados do rock repetitivo e sem graça, e começaram a ouvir as novas bandas de rock internacionais. Encontraram no punk o que procuravam (PAIVA, 2016).

Na cidade de Juiz de Fora, o movimento tornou-se conhecido por alguns cidadãos, aproximadamente em 1977, através de publicações em revistas nacionais, como o “Jornal da Música” e a “Revista Pop”, e algumas bandas pré-punk, como The Stooges, MC’s 5 e New Yourk Dolls, que chegaram aos seus ouvidos por meios de lojas de discos. Mas foi apenas no início da década de 1980, que esses jovens se agruparam e constituíram um grupo, um bando, que começou a se reunir periodicamente pelas ruas da cidade (LOURES, 2017). Dessa forma, dois jovens de Juiz de Fora resolveram criar publicações que pudessem expressar a ideologia e os pensamentos dos punks da cidade.



Imagem 1 - Capa da primeira edição das fanzines “Alerta Punk” e “Aos Berros”, respectivamente.



A fanzine “Aos Berros” teve duas edições publicadas em 1983 e uma em 1984. Produzida pelos jovens Aécio Assis, apelidado de “Tenente Laranja”, e Helton Anásio, cujo nome verdadeiro era Helton Ribeiro, a publicação possuía periodicidade irregular, e variou de 18 a 24 páginas. Já a fanzine “Alerta Punk” também teve duas edições confeccionadas em 1983 e uma em 1984. Ela foi produzida por Virginia Guilhon, conhecida pelo movimento como “Virgin punk”. A periodicidade também era irregular e as páginas variaram de 8 a 24. Além de textos dos próprios editores, as fanzines publicavam matérias de outros punks e simpatizantes, notícias recortadas de jornais, entrevistas e ilustrações.

Apresentadas as publicações, iremos agora analisar se elas se enquadram nas seis características de um veículo alternativo destacadas por Chris Atton.

Primeiramente, Atton destaca que os meios alternativos devem possuir um conteúdo radical, com temáticas que envolvam debates políticos, críticas sociais e resistência cultural, além de assuntos de interesse do leitor e o seu público alvo. No caso de Juiz de Fora, os principais temas que as fanzines destacavam eram críticas ao sistema social e político brasileiro, contra a violência e a repressão, e sobre o movimento punk, como observaremos nesses dois exemplos a seguir.

O primeiro, retirado da fanzine “Alerta Punk” diz: “Mas quando os jovens começam a se descobrir como ser produtivo e encaram o processo da própria sociedade e, do sistema acima, conduzindo tudo, sentindo na própria carne e gosto amargo da ameaça nuclear e da morte rondando tudo, do desemprego, da fome e das injustiças, ele grita: Punk!” (E, AGORA, 1984, p. 4). Esse trecho contempla o resumo de tudo o que o movimento punk é contra, da guerra nuclear às injustiças sociais, fazendo com que o leitor se identifique com esse conteúdo radical e crítico.

Já o segundo trecho, retirado da fanzine “Aos Berros”, expressa todo um sentimento de hostilidade dos punks pela sociedade: “Eu odeio os pacifistas. Os pequenos burgueses que clamam pela paz mundial [...] A burguesia vive em guerra permanente contra o proletariado [...] Eu odeio o sistema e os que estão no poder (MOVIMENTO PUNK, 1983, p.3). Esse conteúdo também proclama uma rebeldia e revolta, escrita de maneira clara e direta, algo que não poderia ser encontrado em uma publicação tradicional.

A segunda característica que Atton destaca é a forma, que deve apresentar inovações estéticas. As fanzines possuía um visual diferenciado, sendo que nenhuma fanzine era igual à outra. “Alerta Punk” e “Aos Berros” possuíam um estilo próprio de diagramação e montagem, e funcionavam como um signo, caracterizando a rebeldia, o caos e a bricolagem radical do grupo, como podemos observar nas Imagens 2 e 3. As fanzines são elaboradas com recorte e colagens de ilustrações e fotografias, além do uso de variadas tipografias, que vão desde palavras datilografadas, as manuscritas e colagem de letras de jornais e revistas. Virginia Loures, a fanzineira de “Alerta Punk”, comenta sobre como eram produzidas as fanzines:

Mas a grande característica da fanzine era essa informação pessoal, a opinião das pessoas, dos grupos, ou sobre o que estava acontecendo. Era uma espécie de colagem que a gente utilizava, não só... Não existia computador. Era datilografado, recortado e colado em uma folha A4. E, às vezes, tinham uns textos, que você descobria em revistas, e você selecionava. Era de acordo com a ótica do punk, da pessoa que estava fazendo aquilo. Então ele recortava e jogava aquilo e ficavam aquelas informações as quais para ele eram interessantes. Isso era uma característica, colagem. Colagem de ideias, de fotos. E isso era uma mistura de tudo. Você faz uma colagem e cria uma outra arte, com vida própria. Colagem é isso (LOURES, 2017).

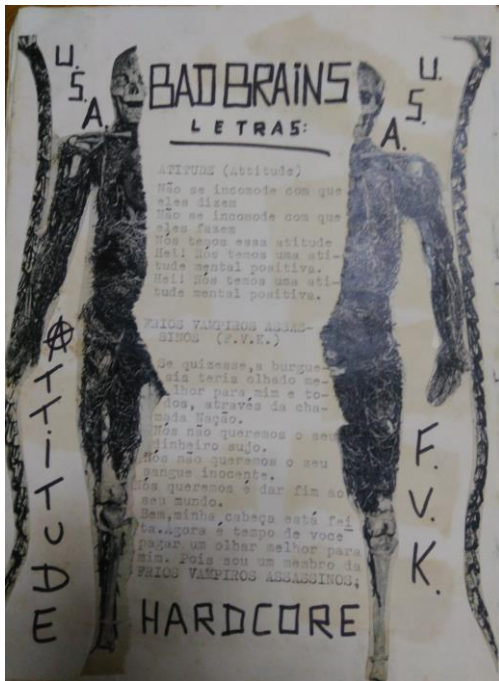


Imagem 2 - Página original da terceira edição da fanzine "Aos berros"

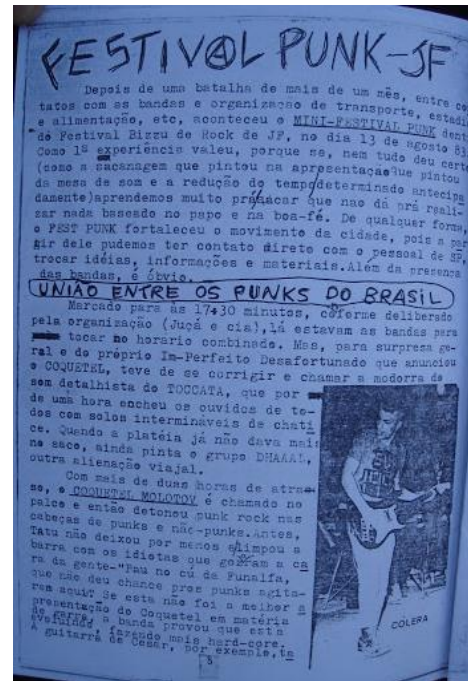


Imagem 3 - Página da segunda edição da fanzine "Alerta Punk"

A terceira característica apresentada pelo autor são os meios de reprodução inovadores/adaptados. No caso das fanzines de Juiz de Fora, os exemplares originais foram xerocados, como conta o editor da fanzine "Aos Berros", Aécio Silva: "A gente tentava vender para fazer mais cópia, mas não dava. As pessoas se interessavam: "Ah, eu quero ler, eu quero ler". [...] Fazia pouco também. Fazia 100, às vezes 200 cópias" (SILVA, 2017).

A quarta característica é a utilização distributiva. As fanzines eram vendidas e distribuídas entre os grupos punks, em shows, em bares, em points. Mas também eram divulgadas para interessados sobre a temática, como comenta Loures: "A maioria era punk, eram os punks mesmos. Mas é, como eu te falei, tinha um pessoal de arte, tinha de vanguarda. Interessava ao pessoal, que essas ideias se cruzavam, elas eram patamares, né ?, anarquismo..." (LOURES, 2017). Aécio também comenta que:

Tinha o Redentor<sup>10</sup>, e, depois do Redentor, tinha outro bar. No bar do lado, que ficava sempre cheio, cheio de cadeira, era o pessoal que fumava maconha, cheirava cocaína e tal, bebiam. Era meio careta, sabe? E aqueles caretões eram curiosos para saber o que a gente fazia. Então, a gente chegava mostrando alguma coisa e eles iam ler, porque pelo menos ler, eles liam. Então, eu vendi ali dentro (SILVA, 2017).

Dessa forma, a fanzine, que antes era destinada apenas ao movimento punk, acabava se espalhando para diversos grupos da cidade, que também tinham interesses nas temáticas discutidas pelas publicações. Mas tudo era realizado de uma maneira pouco comercial. Inicialmente, havia a intenção da venda com preço simbólico, mas, na maioria das vezes, elas acabava sendo distribuídas.

A quinta característica que Atton destaca é como as relações e os papéis sociais são alterados no contexto das publicações alternativas, já que grupos antes marginalizados ganham voz através de produções que eles mesmos elaboram.

No caso da fanzine “Alerta Punk”, Virginia Loures já era jornalista, mas conta como a vontade de participar do movimento punk era grande: “Eu já era jornalista, então, eu estava com meus 24 anos, já estava no trabalho, então, não era adolescente não, mas a vontade era muita” (LOURES, 2017). Ela trabalhava no principal jornal da cidade, “Tribuna de Minas”, mas não podia escrever livremente sobre o movimento punk. Dessa forma, preferiu elaborar a fanzine. A concepção do “Do It Yourself”, de você mesmo fazer seus instrumentos, suas roupas e fanzines, fez com que Virginia deixasse de ser uma leitora das fanzines do Rio e de São Paulo e criasse sua própria publicação: “Então, essa ideia é muito maravilhosa, e isso veio com o punk. Então, a mesma coisa, as ideias. O som, a banda, você faz a própria banda, faz seu próprio fanzine, sua própria revista. Seu próprio jornal, com as suas ideias. Fala o que você pensa. Você não tem que ficar dependendo da imprensa oficial” (LOURES, 2017).

Já Aécio Silva também destaca como “Aos Berros” foi construída baseada em outros jornais e revistas que ele lia e que gostaria de compartilhar com outros punks:

Olha, o meu fanzine era dividido mais ou menos em quatro partes. Eu falava um pouco sobre a coisa local, o que estava acontecendo aqui na cidade, depois eu passava uma parte internacional, que a gente tinha que traduzir, na verdade, a Virginia é que traduzia... Pegava os fanzines e a gente tinha uma correspondência com a Alemanha, tinha correspondência com a Finlândia e Inglaterra... Então, a Virginia traduzia esses fanzines, o que a gente quisesse, né?, ela já estudava inglês, sabia inglês e tal. Não como hoje, porque hoje ela é fera, mas, na época, estava aprendendo também e estava desenvolvendo isso. Então, ela traduzia, eu fazia essa parte internacional, musical, depois, eu fazia uma crítica interna sobre o movimento, que eu sabia que essa eles pelo menos iam ler. E fazia uma jogada de fotos também. Então, eu dividia mais ou menos em quatro. Fui desenvolver o primeiro fanzine (SILVA, 2017).

Como última característica, destacamos as relações horizontais e redes, que as fanzines propiciaram. Existia um intercâmbio entre as fanzines nacionais, que circulavam por todos os estados, e

---

<sup>10</sup> O Bar Redentor era um espaço boêmio que reunia artistas, estudantes, mendigos e os punks. Localizava-se no centro da cidade.

variados punks enviavam textos e músicas para serem publicadas nas fanzines de Juiz de Fora: “O punk Johny Borracha enviou estas letras. Para quem quiser musicar, está aberto[...] Escrever isso aí foi a primeira reação que pintou ao ler a fanzine. Sei que dá pra entender. Estamos juntos!” (O PUNK, 1983). Havia também, na fanzine “Aos Berros”, uma sessão onde se contavam várias histórias, que aconteceram com os punks da cidade, como uma sessão de fofocas: “Pra provar que Adriano é mesmo um bagaço de laranja, ficou desfilando e cumprimentando os punks lá no Berttu’s restaurante, com sua bibelô [sic] e sua camisinha do AC/DC” (LARANJADAS, 1983, p. 10). Mas, além de crítica, havia muito companheirismo entre os punks: “O Batata está dando uma de pregador andarilho dos punks. Dividido entre SP e JF, agora está dando uma força para o movimento em Curitiba. É isso aí: união entre os punks pelo Brasil afora” (LEITE, 1983, p. 22).

Além disso, existia o “Punklassificados”, imagem 4, uma seção que destaca todas as fanzines, uma rádio que interessaria os punks, lojas de roupas e instrumentos musicais, além de um fotógrafo. Todos ali são punks ou simpatizam com a causa.

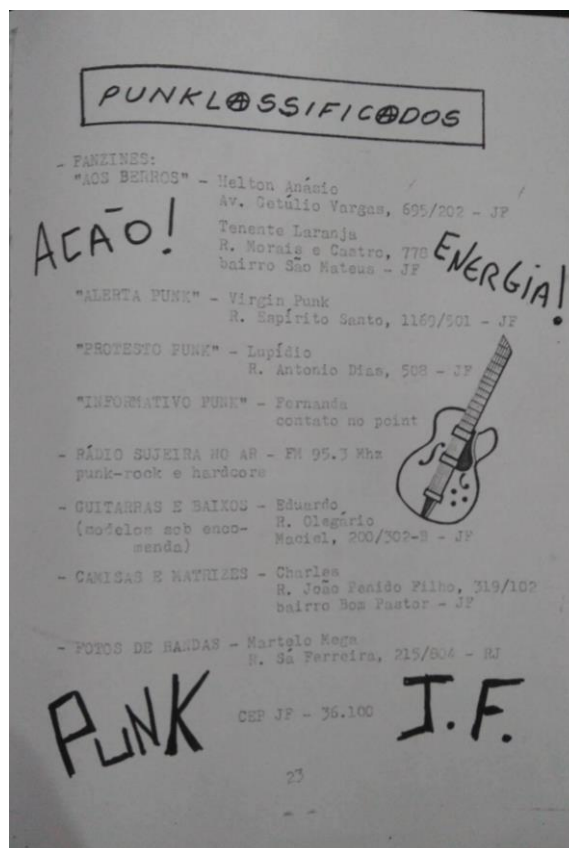


Imagem 4 – “Punklassificados”, classificados da fanzine “Aos Berros”

Dessa forma, como pudemos comprovar utilizando os conceitos de Atton, a fanzine é uma publicação alternativa, nascida da necessidade dos punks se expressarem e se manter em comunidade. Produzida artesanalmente, com um conteúdo radical e crítico, ela se tornou uma mídia imprescindível



para a disseminação e compartilhamento de informações entre os integrantes do movimento e a comunidade interessada.

### **Considerações finais**

As fanzines forneceram o espaço para que essa cultura juvenil da década de 1980, principalmente de classe trabalhadora, pudesse criar um local de debate, crítico e alternativo, já que a grande imprensa estava realizando uma cobertura hostil e inflexível do movimento. O lema *Do It Yourself* ganhou mais um meio para se concretizar, pois, não era apenas a música e a roupa que poderiam ser produzidos com rapidez e baixos custos, mas uma publicação impressa também poderia ser organizada.

Refletindo sobre as publicações “Aos Berros” e “Alerta Punk”, percebemos que elas se inserem nas características de imprensa alternativa discutidas por Cicilia Peruzzo. Essas fanzines se destacaram por apresentarem questões diferente daquelas oferecidos pela mídia tradicional, oferecendo uma proposta ideológica e marginal, que perpassava sua produção, o seu conteúdo e distribuição. Conseqüentemente, essas produções se classificam no contexto de uma “comunicação popular, alternativa e comunitária”, por serem iniciativas de um grupo de juventude organizado, que surgiu no período de redemocratização brasileira em busca de mudanças sociais.

Essas fanzines destacavam assuntos polêmicos, criticavam o governo e defendiam a anarquia, além de apresentarem um conteúdo sobre música e o movimento punk. Ao utilizar uma estética de corte e colagem, elas desenvolveram uma diagramação não convencional e experimental, que trouxe unicidade e exclusividade para as publicações. O uso da fotocopadora também foi uma alternativa que contribuiu para a reprodução das fanzines de maneira prática e barata.

Além disso, a distribuição e venda das fanzines era realizada de mão em mão, e não por estabelecimentos, bancas, ou entregue pelos correios. A própria publicação era elaborada por leitores e pessoas, que não eram especialistas no assunto, mas que colocavam as suas impressões nas publicações. As fanzines eram abertas a contribuições do público, mantendo uma relação horizontal entre aquelas que produziam e liam as publicações.

Dessa forma, as fanzines se tornaram um meio prático, barato e democrático de disseminação das ideias punks. “Aos Berros” e “Alerta Punk” apresentam todas as seis características destacadas por Chris Atton, sendo produzidas como a forma de expressão de um grupo social excluído socialmente. Como uma publicação alternativa, ela se diferenciou dos padrões convencionais, sendo sinônimo de liberdade e unidade para os grupos e associações que as produziram.



## Referências

- ATTON, Chris. **Alternative Media**. Londres: Sage Publications, 2002
- BIVAR, Antonio. **O que é punk**, São Paulo: Brasiliense, 1982.
- BOTINADA! A Origem do Punk no Brasil**. Direção: Gastão Moreira. SP: 2001. 1 dvd (110 min). DVD, color., Port. Dolby Digital 5.1.
- E AGORA: ação. **Alerta Punk**. Juiz de Fora, nº 3, 1984.
- FESTA, Regina e SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986
- LARANJADA, **Aos Berros**. Juiz de Fora, nº 0, 1983
- LEITE com Limão. **Aos Berros**. Juiz de Fora, nº1, 1983
- LOURES, Virgínia Guilhon. *Entrevista* concedida a autora em 24 de janeiro de 2017
- MAGALHÃES, Antônio. **O rebuliço apaixonante das fanzines**. João Pessoa: Marca da Fantasia, 4ª edição, 2014
- MOVIMENTO punk é isso. **Aos Berros**. Juiz de Fora, nº 2, 1983
- O PUNK Johny Borracha. **Aos Berros**. Juiz de Fora, nº1, 1983
- PAIVA, Marcelo Rubens. **Meninos em Fúria: e o som que mudou a música para sempre**. Rio de Janeiro: Alfabeta, 2016
- PERRUZO, Círcia M. Krohling. Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Anais XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Disponível em< <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0716-1.pdf>>. Acesso em 24 de agosto de 2017
- SILVA, Aécio. *Entrevista* concedida a autora em 07 de fevereiro de 2017