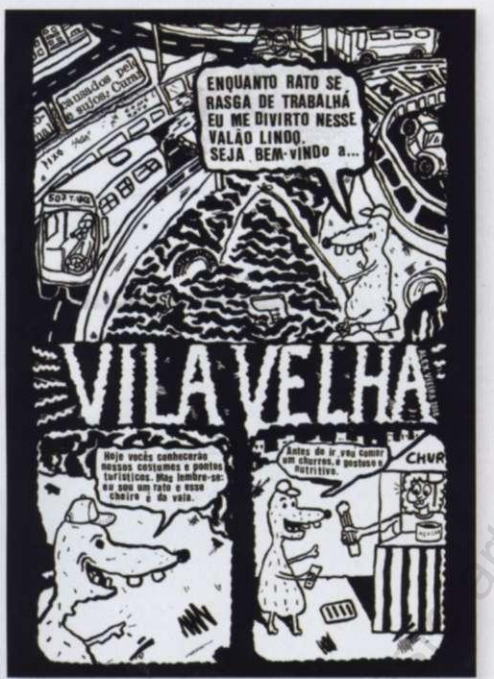
O PRAZER DA MÍDIA IMPRESSA

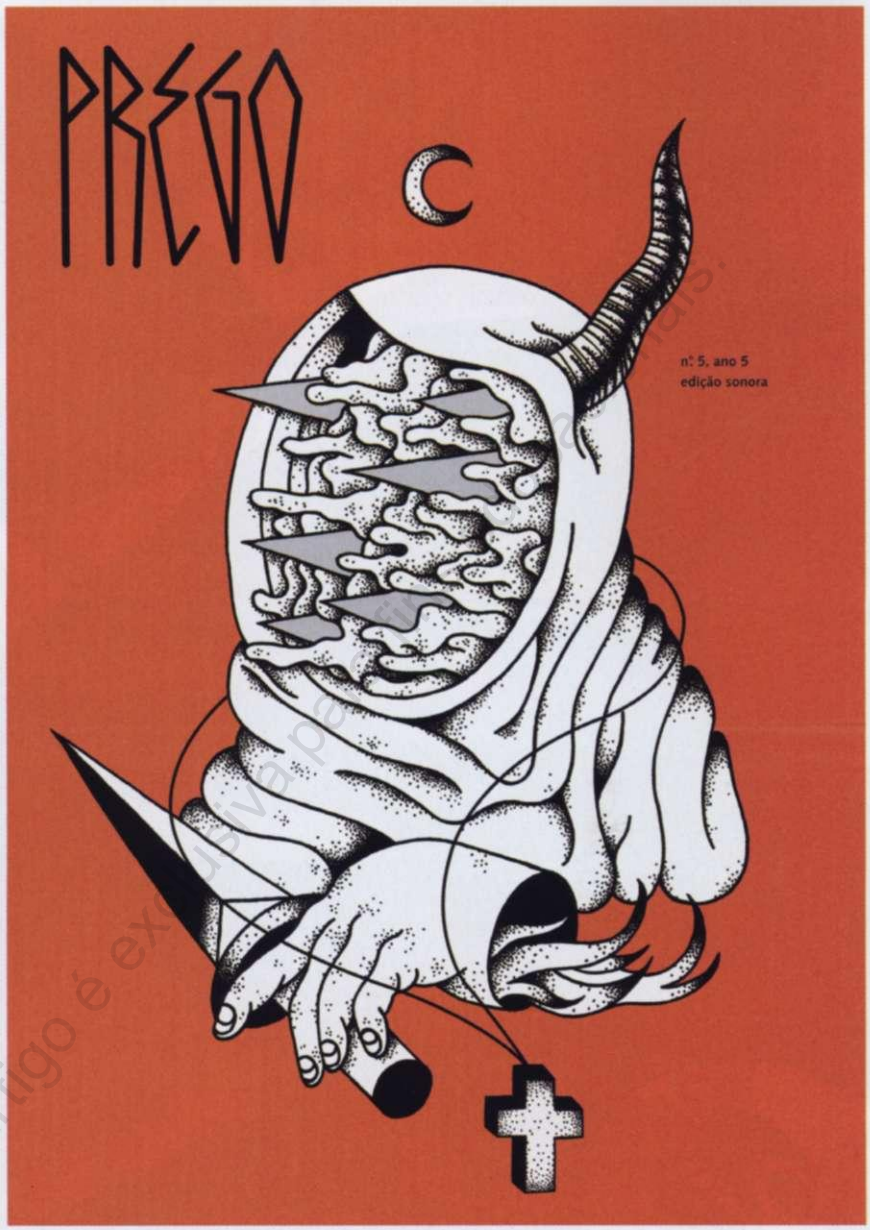
Conheça revistas independentes editadas por profissionais criativos para valorizar seus trabalhos e mostrar que existe charme nas artes impressas

Anorak, *Offscreen* e *Popshot* são algumas das publicações independentes que possuem pequena tiragem e preço acessível. Elas divulgam trabalhos de seus idealizadores e outros profissionais

01-02 PREGO — Lançada em 2007, a *Prego* já está em sua 6ª edição. Está disponível em lojas especializadas em quadrinhos e artes visuais. (www.revistaprego.blogspot.com).



01



02

Muitas pessoas preveem a extinção do material impresso. Porém, um movimento segue na contramão da profecia: o mercado de revistas independentes em versão impressa. É só dar uma olhada na quantidade de projetos editoriais independentes e eventos na área para descobrir diversos títulos impressos que são adquiridos e colecionados como se fossem um novo objeto de saudosismo.

É difícil definir o que está por trás desse interesse. Seja uma espécie de movimento contrário ao crescente número de publicações digitais, seja ao modo como se busca inspiração visual no meio on-line, o fato é que, em comum, os editores de revistas alternativas quiseram retomar a experiência tátil do objeto impresso. "Resolvi fazer uma publicação impressa para levar até as pessoas material físico e ter um feedback mais humano, que a internet não proporciona", comenta Alex Vieira, da revista *Prego* (www.revistaprego.com), que traz em suas páginas desde quadrinhos ousados até colagens.

A publicação foi criada em 2007 enquanto Alex cursava artes visuais: "Diagramei e montei alguns zines de amigos e depois resolvi lançar a *Prego*. A ideia era fazer uma publicação com identidade própria, que unisse elementos estéticos do punk a quadrinhos e artes visuais". De lá para cá, ele organizou diversos eventos de lançamento, viajou para muitas cidades no Brasil – inclusive algumas no exterior – e conheceu muita gente inspiradora.

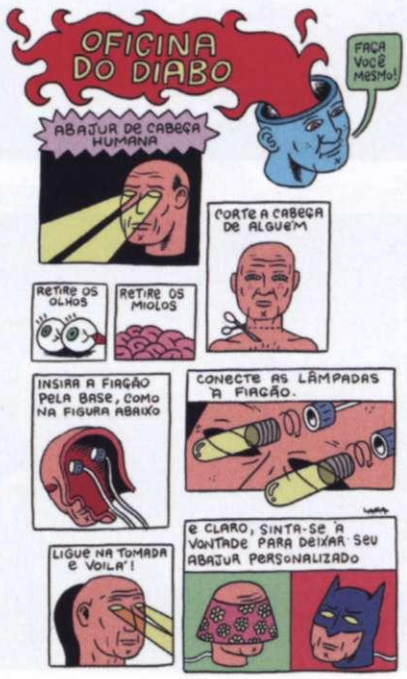
A *Prego* é vendida na loja física de seu editor, a Prego Espaço de Arte – com sede em Vila Velha, no Espírito Santo –, em que é possível encontrar diversos títulos independentes, mas a publicação chega até as mãos dos leitores principalmente pela loja virtual do site da revista. Por meio de pagamento on-line, com R$ 15 mais despesas de frete, o leitor recebe o produto em sua casa pelos Correios.

A revista *SAMBA* (www.revistasamba.blogspot.com.br), de Gabriel Mesquita, Lucas Gehre e Gabriel Góes,

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

03-05 SAMBA ____ A SAMBA foca em quadrinhos. Publica outros títulos sob o selo de mesmo nome. (www.revistasamba.blogspot.com.br).

06-07 CLICHÊ ____ A revista *Clichê* foi lançada em 2010 por estudantes da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). À venda no site por R$ 10 mais frete. (www.revistacliche.com.br).



03

04

05

06

A TAREFA DE DISTRIBUIÇÃO

COMO FAZER PARA SUA REVISTA CHEGAR ATÉ AS MÃOS DOS LEITORES

____ Uma opção é vender a publicação em seu site por meio de pagamento on-line, como PagSeguro, que aceita cartão de crédito, impressão de boleto ou débito on-line, e enviar o produto via Correios, o que inclui um valor de frete para cada localidade.

____ Pesquise lojas especializadas, centros acadêmicos ou eventos de design em que você possa vender ou distribuir sua revista. Pode optar por um sistema de consignação, em que repassa sua publicação para terceiros venderem e, se isso acontecer, recebe um lucro em cima. Caso contrário, o material é devolvido a você.

____ Promova sua revista em redes sociais, que são ótimas ferramentas de marketing para alcançar milhares de usuários.

____ Ofereça um serviço de assinaturas somente se tiver uma periodicidade definida.

de Brasília, tem um sistema semelhante: pagamento on-line por PagSeguro (o custo é de R$20) e envio via Correios (o que inclui frete). Ela surgiu inspirada em zines até se tornar uma revista em 2008, trazendo uma antologia de quadrinhos produzida de modo independente. "O conteúdo é definido pelo que chamamos de Conselho Editorial, que somos nós três. Sempre estamos em contato com o pessoal dos quadrinhos. Tem muita coisa linda sendo feita aqui e, quando gostamos de alguma coisa, fazemos convite para participação", explica Gabriel Mesquita. A publicação conta com colaboradores, que são artistas talentosos que acreditam no potencial da revista e cedem material.

Com uma tiragem de cerca de 2 mil exemplares, Mesquita explica que quando eram crianças tudo o que consumiam era impresso, o que, em partes, motivou a escolha dessa plataforma para a *SAMBA*: "Existe também a coisa do fetiche, do objeto. Editar uma revista é um processo que agrega várias decisões estéticas. Há um valor ali que transcende o impresso".

Hoje há algumas facilidades disponíveis para a criação de revistas, pois os mesmos softwares de produção e edição de conteúdo que as grandes editoras utilizam estão ao alcance de pequenos editores. Tudo o que você precisa é de um computador decente e uma boa conexão de internet, já que essa mesma conexão permite promover e vender sua revista pelo mundo inteiro. Porém, pessoas que investiram em publicações impressas elencam como desafios os altos custos de impressão e a tarefa de distribuição: "O fato de sermos um projeto independente faz com que nem sempre consigamos alcançar o público que gostaríamos, e dependemos muito da vontade deles nos procurarem", explica Raphael Inoue, da *Revista Clichê* (www.revistacliche.com.br), cuja distribuição é feita de duas formas: via Correios, quando os produtos são adquiridos na loja on-line por R$ 10, ou por vendas em eventos da área, como o N Design e R Design.

›

07

08-10 NIL ___ Revista bimestral que discute arte e cultura de Brasília e do país. Além da versão impressa, é possível acessar a versão digital pelo site. A distribuição é gratuita. (www.nilrevista.com).

08

09

10

> Além de Raphael, Hugo Pizaia, Zeh Fernandes e Thiago Grossmann também coordenam a publicação, que foi lançada em 2010 como um canal de comunicação da produção acadêmica de design. A *Clichê* é dividida em duas partes: uma traz matérias que obedecem a um tema e outra em que trabalhos acadêmicos de design são expostos. Para criação de conteúdo, a equipe explica: "O tema deve estar em sintonia com o objetivo de fomentar o debate sobre design. Depois de definir o tema, procuramos colaboradores para escrever e ilustrar". Qualquer estudante de design pode participar da seleção para expor trabalhos acadêmicos, mas deve fazer uma inscrição no site, que fica disponível dois meses antes de cada edição.

A 3ª edição da *Clichê* foi viabilizada graças a um financiamento colaborativo – forma de arrecadar dinheiro para um projeto por meio de doações financeiras, em que cada colaborador recebe uma recompensa não-financeira – usando o site Catarse (www.catarse.me). Caso semelhante ocorreu com a *Revista Nil* (www.nilrevista.com), pois sua última edição dependeu parcialmente de fundos arrecadados no Catarse. Antes disso, outras

11-13 WRAP ____ Lançada em 2012, a *Wrap* traz o melhor da ilustração, design e cultura criativa. É um revista que pode ser colecionada e compartilhada. Tem apenas três edições por ano. (www.thewrappaper.com).

11

CONTROLE DE GASTOS

COMO APROVEITAR MELHOR O ORÇAMENTO DISPONÍVEL

____ A melhor forma de saber gastar é criando uma folha de despesas para anotar qualquer gasto.

____ Um dos grandes custos a se cobrir é o da impressão. Encontre uma gráfica boa e barata, por isso gaste tempo em pesquisa para encontrar a melhor opção de custo-benefício.

____ Tente uma parceria para diminuir os custos. Negocie descontos com a gráfica ao divulgá-la nas páginas de sua revista.

____ Pense no tamanho da sua publicação, o tipo de papel e qualquer outra técnica especial de impressão que quer escolher, já que isso fará uma diferença no orçamento.

____ Para manter os custos lá embaixo, assuma funções. Esteja preparado para vestir todos os chapéus que precisar, seja como profissional da arte, seja como produtor de conteúdo.

12

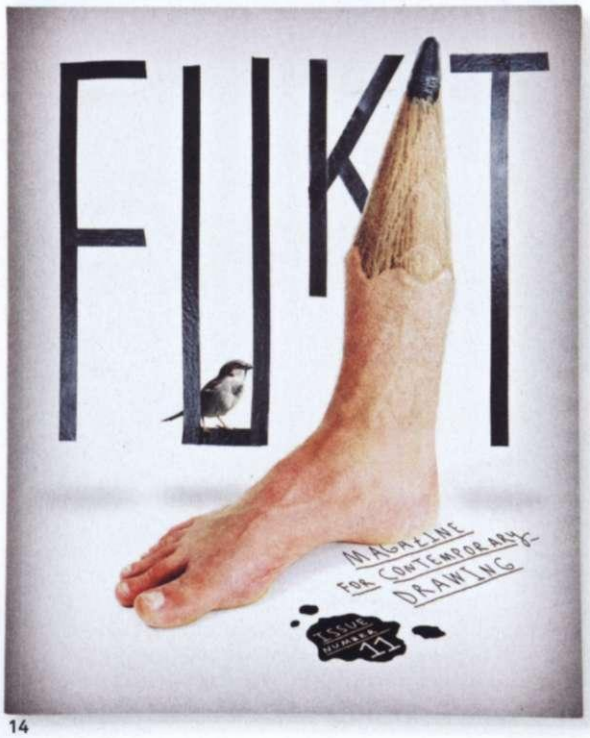
13

edições contaram com a colaboração do Fundo de Apoio à Cultura do Governo do Distrito Federal (FAC). "A *Nil* surgiu como uma resposta para as nossas indagações sobre como conseguir se inserir e conhecer o mundo artístico-cultural de Brasília", comenta a equipe de produção, que é formada por Maurício Chades, Flora Egécia, Bianca Novais e Clarissa Gianni. Com isso, se transformou em um espaço para divulgar trabalhos e trazer matérias que mostrem, de forma mais aprofundada, um pouco da diversidade de cultura que existe em Brasília.

Para eles, um dos principais obstáculos encontrados ao produzir uma revista de forma independente é a dificuldade para captação de recursos, o que resulta em irregularidades na periodicidade, problemas na distribuição ou até inviabiliza a impressão da revista já pronta. "Em compensação, o fato de a revista ser desvinculada de qualquer empresa ou organização permite maior liberdade na abordagem dos conteúdos e, no nosso caso, atraiu muitos colaboradores talentosos e dispostos a trabalhar conosco voluntariamente", justificam. Essa produção coletiva enriquece a revista e é um de seus

14-15 FUKT ___ *Fukt* convida artistas e escritores a publicar seus trabalhos sobre a prática do desenho contemporâneo. (www.fukt.de).

16 POPSHOT ___ Lançada em 2009, é um revista inglesa de ilustração. Sua tiragem é bimestral e pode ser adquirida no site da publicação. (www.popshotpopshot.com).



14

15

16

> Editar uma revista é um processo que agrega várias decisões estéticas. Há um valor ali que transcende o impresso
>
> **Gabriel Mesquita, revista *SAMBA***

pilares. "O reconhecimento e apoio por parte de artistas, amigos, leitores também é muito motivador e fez com que fosse possível manter a qualidade da revista, mesmo com uma equipe pequena e limitações financeiras."

Estética engajada

A maior parte dessas revistas independentes são feitas "por criativos para criativos", pois atuam de forma a promover o trabalho de colegas designers e ilustradores. As designers Polly Glass e Chris Harrison, da Inglaterra, seguiram esse caminho ao lançar a revista *Wrap*, cujo objetivo é fornecer uma plataforma para mostrar e promover trabalhos na área de ilustração, design e cultura. "Existem muitos ilustradores e designer que, por algum motivo, não têm a oportunidade de apresentar seus trabalhos. Lançamos a *Wrap* para preencher essa lacuna", explica Polly.

A revista *Fukt* (www.fukt.de), da Alemanha, também segue uma linha parecida. Dedicada à

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

17-18 AMMO ____ A revista independente *Ammo* traz em suas páginas trabalho de arte realizados por profissionais do mundo todo. Suas páginas dão espaço para novos talentos se tornarem conhecidos no mercado criativo. (www.ammomagazine.co.uk).

17

18

FINANCIE SUA PUBLICAÇÃO

SAIBA COMO JUNTAR DINHEIRO PARA VIABILIZAR SUA REVISTA

____ Considere financiamento colaborativo em sites como Catarse (www.catarse.me). Basta criar um projeto – que passará pela curadoria do site –, fazer um vídeo explicando por que as pessoas deveriam investir na sua ideia e divulgar para que possam doar dinheiro.

____ Lembre-se de que para financiar via Catarse, você deve oferecer uma recompensa aos colaboradores para cada faixa de dinheiro doado.

____ Se optar por publicidade, crie um mídia kit para sua publicação com informações sobre circulação, perfil dos leitores, distribuição, além de preços e formatos para anúncios. Pense em marcas locais para anunciar e entre em contato.

____ Você pode ainda fazer um sistema de permuta, divulgando outras publicações em suas páginas, enquanto elas também promovem sua revista.

____ Há a opção de patrocínio, mas pense em parcerias que valorizem seu material.

ilustração e ao desenho contemporâneo, foi criada pela artista Björn Hegardt. "Quando lancei a *Fukt*, não conhecia nenhuma revista que focasse em pinturas, desenhos e ilustrações. Não queria trabalhar com um modelo de galeria, por isso o impresso pareceu ser a melhor opção."

Já a revista *Ammo* (www.ammomagazine.co.uk) foca apenas em ilustração. O designer inglês David Hughes lançou o título e o define como um livro de arte: "Como muitos criativos, coleciono material impresso e, quando lancei a revista *Ammo*, queria criar algo com materiais que fossem dignos de colecionadores", comenta. "Quis criar algo que me desse vontade de adquirir".

Algo semelhante aconteceu com o designer Jacob Denno, fundador da revista ilustrada *Popshot* (www.popshotpopshot.com), da Inglaterra, que quis publicar uma revista que pudesse ser um objeto de leitura e coleção. "Qual a vantagem de ter uma revista armazenada no Acrobat ou em outro programa? Queria que a *Popshot* estivesse nas mãos das pessoas para ser levada em ônibus e deixada em cima da mesa de café."

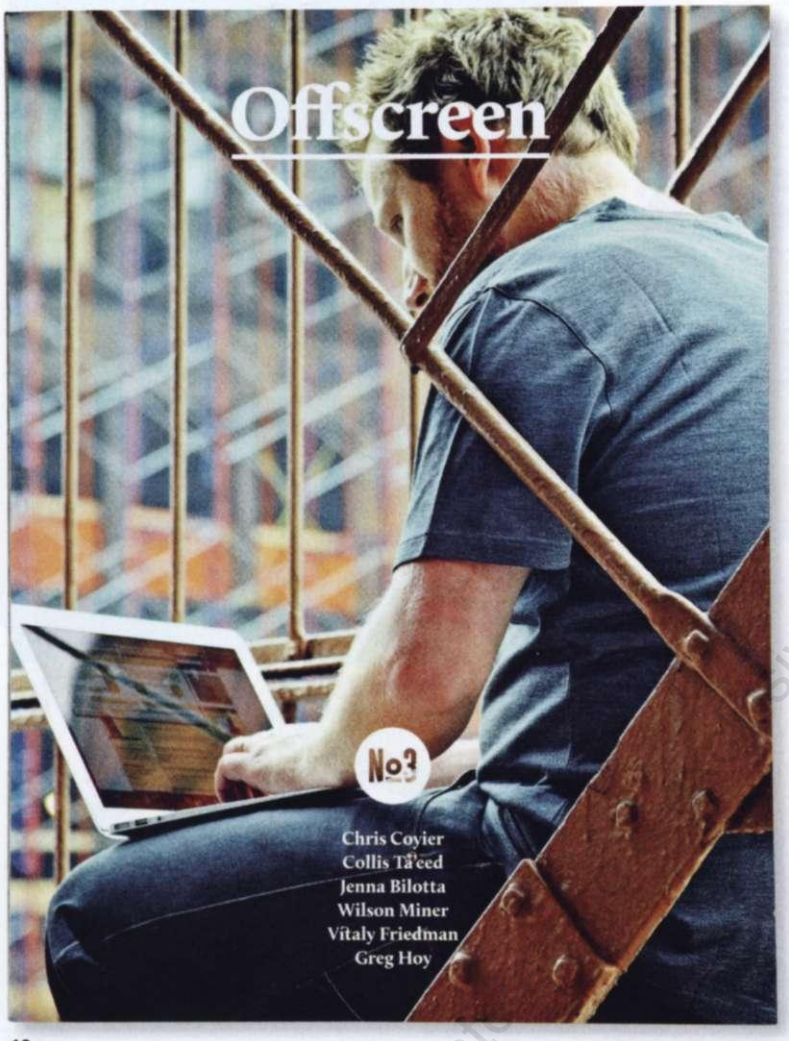
Fonte digital

A relação das revistas impressas independentes com o digital não é de rejeição, pois mantêm forte associação com a plataforma. No caso da *Nil*, paralelamente à versão impressa da revista, a equipe disponibiliza a versão digital, que pode ser lida no navegador ou baixada em PDF. Entretando, a presença digital na revista *Offscreen* segue outra proposta. Criada pelo web designer Kai Brach, da Alemanha, a publicação usa o impresso para falar do universo on-line, como sites e apps. "O produto físico, que pode ser tocado e colecionado, pareceu a plataforma ideal para apresentar esse tipo de informação", fala.

Já a inglesa Cathy Olmedillas, designer e editora da revista impressa *Anorak*, faz outro uso do digital, pois ›

Reprodução deste artigo é exclusiva para fins educacionais

19-22 OFFSCREEN ___ *Offscreen* retrata a vida e os trabalhos de pessoas que criam apps e sites. Ela se dedica em trazer histórias sobre criatividade, paixão e trabalho pesado, que cada interface digital esconde. (www.offscreenmag.com).



19

20

21

22

> seu foco é usar as redes sociais para promover sua publicação: "Um dos marcos da história da *Anorak* (www.anorakmagazine.com) foi descobrir o que as mídias sociais poderiam fazer pela revista e, desde então, uso essas ferramentas para aumentar a popularidade de *Anorak* e levá-la a diversos públicos", afirma. Mas, apesar disso, ela sinaliza sua preferência: "Adoro a era digital, mas acredito que há mais vantagens em ler uma revista física. É uma experiência focada, intimista e ininterrupta".

Segundo Gabriel Mesquita, a internet também é parte da rotina da *SAMBA*: "Mantemos nosso site com atualizações diárias. Temos o projeto de deixar o site como se fosse uma outra de nossas publicações". Ele diz que, por enquanto, as duas plataformas parecem coexistir pacificamente.

Já Alex Vieira, da *Prego*, disponibiliza algumas edições no meio on-line. "Todas as publicações esgotadas da *Prego* estão disponíveis na internet para visualização, e também temos interesse em lançar as próximas em

23-24 ANORAK ___ É uma revista voltada para público de 6 a 12 anos e, por meio da filosofia, encoraja as crianças a ir além da imaginação e usar a criatividade para aprender. *Anorak* é uma revista inglesa, que foi lançada em 2006. Sua tiragem é trimestral e conta com uma edição de verão. (www.anorakmagazine.com).

CONHEÇA DE PERTO

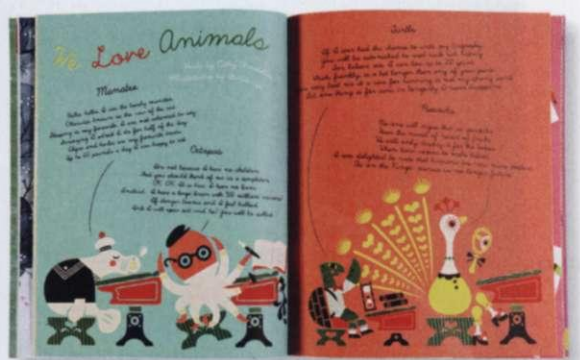
EVENTOS REÚNEM REVISTAS INDEPENDENTES

FEIRA PLANA
A 1ª edição da Feira Plana ocorrerá em 10 de março no Museu da Imagem e do Som (MIS), em São Paulo. O evento reunirá publicações independentes para venda e troca, além de promover palestras. (www.feiraplana.org).

FEIRA DE PUBLICAÇÕES INDEPENDENTES
Sediado no Sesc Pompeia, em São Paulo, o evento divulga publicações independentes e aproximar editores e público. Ainda não há datas. (www.sescsp.org.br/pompeia).

ANUÁRIO DE FANZINES, ZINES E PUBLICAÇÕES ALTERNATIVAS
O anuário criado pela editora Ugra Press apresenta publicações alternativas e debate a produção atual. (www.ugrapress.wordpress.com).

23



24

formatos digitais para tablets e similares", explica. Sites como Issuu (www.issuu.com) e Youblisher (www.youblisher.com) permitem que o usuário possa disponibilizar na internet sua publicações em páginas folheáveis.

Divisão de tarefas

Lançar uma revista exige que a pessoa assuma muitas funções: buscar conteúdo original, trabalhar com distribuição e, às vezes, procurar patrocínio ou publicidade. No caso da *Clichê*, a equipe procura uma marca madrinha: "Nossa intenção não é encher a publicação de anúncios publicitários, mas divulgar algo que vale a pena para nossos leitores", comenta Raphael Inoue. Já para a *SAMBA*, a questão é mais complicada: "Nosso material, às vezes, é bem polêmico. Como essa publicidade seria inserida na revista é algo que levantamos, não poderia ser qualquer anúncio e de qualquer jeito", explica Mesquita.

Não importa as dificuldades, os editores dessas revistas escolheram publicá-las em material físico porque amam o impresso. Para Douglas Utescher, da editora independente Ugra Press (www.ugrapress.wordpress.com), isso é uma reação a um meio obcecado por tecnologia e velocidade, que faz as pessoas se interessarem pela pequena produção. "A impessoalidade dos meios digitais, a pressão da indústria que professa a 'morte do impresso', o excesso de materiais tecnológicos que se tornam obsoletos em um piscar de olhos, a overdose de informações inúteis que bombardeiam o internauta: tudo isso evidencia a beleza de uma produção limitada, e nem sempre perfeita ou luxuosa, mas profundamente humana", defende.

A internet é útil para apresentar informações rápidas, mas não é necessariamente eficiente para selecioná-las e transmiti-las. Já as revistas cumprem essa função e, esperamos, que continuem por muito tempo.

Utilização restrita para fins educacionais

Fonte: Computer Arts Brasil, São Paulo, ano 6, n. 67, p. 34-43, mar. 2013.