

MESTRADO
MULTIMÉDIA - ESPECIALIZAÇÃO EM CULTURA E ARTES

**A cultura digital Do-It-Yourself como
oportunidade de transcender a
previsibilidade dos contextos criativos
contemporâneos**

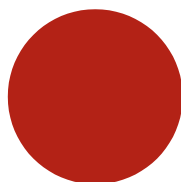
Beatriz Forte Coutinho Cavaleiro Dias

M

2017

FACULDADES PARTICIPANTES:

FACULDADE DE ENGENHARIA
FACULDADE DE BELAS ARTES
FACULDADE DE CIÊNCIAS
FACULDADE DE ECONOMIA
FACULDADE DE LETRAS



© Beatriz Forte Coutinho Cavaleiro Dias, 2017

**A cultura digital Do-It-Yourself como oportunidade
de transcender a previsibilidade dos contextos criativos
contemporâneos:**

Análise e ação sobre o contexto do Porto, Portugal

Beatriz Forte Coutinho Cavaleiro Dias

Mestrado em Multimédia da Universidade do Porto

Aprovado em provas públicas pelo Júri:

Presidente: Professor Doutor Bruno Giesteira

Vogal Externo: Professor Doutor Pedro Carvalho de Almeida

Orientador: Professor Doutor Heitor Alvelos

Resumo

Este projeto tem como objetivo explorar a cultura Do-It-Yourself adotando determinados pressupostos da cultura Punk e, conseqüentemente, transportá-los para a era digital. Assim, descobrir que modos e contextos de criação originais e autônomos podem emergir da cultura digital DIY com capacidade para transcender a previsibilidade dos contextos criativos contemporâneos. Por outro lado, explorar que mecanismos e contextos de produção e disseminação criativa podem assegurar uma manutenção desta autonomia e originalidade, o que leva, por fim, à criação de uma Fanzine Digital. Como primeiro exercício criativo é feita uma investigação em campo, numa grande superfície comercial, contrariando a previsibilidade da criação pessoal. De seguida são escolhidos artistas para colaborar no projeto. Estes são desafiados a criar em nome próprio e são posteriormente entrevistados. As entrevistas surgem como elemento fundamental para a criação da Fanzine Original. Através destas práticas é possível uma criação original, embora seja sempre possível encontrar elementos banais e, mesmo que, muito semelhante ao que já existe. A criação de uma Fanzine pode, portanto, confirmar a viabilidade de uma frente editorial criativa emancipada dos pressupostos das grandes indústrias.

Palavras-chave: fanzine, punk, subcultura, DIY, moda

Abstract

This project aims to explore the Do-It-Yourself culture, by inherit some aspects of Punk Culture and hence, by moving them into the digital age. Thereby find which ways and contexts of creative and independent creation can arise from DIY digital culture, with ability to finding a mean of transcending the certainly of creative contexts. On the other hand, explore the mechanisms and contexts of production and creative dissemination that can assure a maintenance of independence and originality, which will lead to the creation of a Digital Fanzine. As first creative exercise, an investigation is carried on in the field, on a large commercial area, contradicting the predictability of personal creation. Then it will be chosen the artists that will collaborate in the project. Those will be dared to make an original creation, and then, will be interviewed. These interviews will be central to the creation of Original Fanzine. Through these practices it is possible to make an original creation, although it is always possible to find trivial elements, and very similar to what happens already. So the creation of a Fanzine can check the viability of a creative editorial emancipated from the assumptions of the major industries.

Keywords: fanzine, punk, subculture, DIY, fashion

Agradecimentos

À melhor família de sempre por me transmitir valores que me fazem encarar o mundo com tolerância, curiosidade e liberdade.

Aos meus amigos. Entre eles, aos artistas, Ana Silva, Ana Margarida, Bruno Monteiro, Jorge Monteiro, Nerea Castro e Sandrine Malta, que fizeram com que este projeto fosse possível.

Ao meu orientador, Heitor Alvelos, por me abrir horizontes e partilhar comigo um conhecimento tão vasto que me enriqueceu imenso tanto a nível profissional como pessoal.

O meu profundo agradecimento.

Índice

LISTA DE FIGURAS	1
GLOSSÁRIO	2
1. INTRODUÇÃO	3
1.1. CONTEXTO/ENQUADRAMENTO/MOTIVAÇÃO	3
1.2. PROJETO	4
1.3. PROBLEMAS, HIPÓTESES E OBJETIVOS DE INVESTIGAÇÃO	5
1.4. METODOLOGIAS DE INVESTIGAÇÃO	6
1.5. ESTRUTURA DA INVESTIGAÇÃO	6
2. REVISÃO DE LITERATURA	7
2.1. SUBCULTURA	7
2.1.1. SUBCULTURA PUNK	8
2.1.2. SUBCULTURAS CONTEMPORÂNEAS	9
2.2. INDÚSTRIA DA MODA	11
2.2.1. DAS SUBCULTURAS AO MAINSTREAM	11
2.3. FANZINE	17
2.4. SÍNTESE	20
3. IMPLEMENTAÇÃO	21
3.1. INDÚSTRIA DA MODA	21
3.2. ENTREVISTAS	24
3.2.1. O DESAFIO E A ENTREVISTA FEITOS AOS ARTISTAS	24
3.3. FANZINE ORIGINAL	26
3.4. POSTER DE MODA	30
3.5. SÍNTESE	33
4. CONCLUSÕES E TRABALHO FUTURO	34
4.1. SATISFAÇÃO DOS OBJETIVOS	34
4.2. LIMITAÇÕES AO ESTUDO	34
4.3. TRABALHO FUTURO	35
BIBLIOGRAFIA	36
APÊNDICES	39
APÊNDICE 1: EXPERIÊNCIA H&M	39

APÊNDICE 2: <HTML>	43
PÁGINA PRINCIPAL	43
EXEMPLO PÁGINA COM APENAS IMAGEM E TEXTO	45
EXEMPLO PÁGINA COM CONTEÚDO DE VÍDEO E SOM	48
APÊNDICE 3: CARTAZES	51
APÊNDICE 4: TRANSCRIÇÕES	60
ANA CLÁUDIA SILVA	60
ANA MARGARIDA	62
BRUNO MONTEIRO	64
JORGE MONTEIRO	66
NEREA CASTRO	68
SANDRINE MALTA	69

Lista de Figuras

FIGURA 1: KENDALL JENNER'S STYLE EVOLUTION.....	3
FIGURA 2: MANGO KIDS - TRICK OR TREAT	12
FIGURA 3: FRAME DO VÍDEO "THE TALE OF A FAIRY". 2011	13
FIGURAS 4: FRAMES DO VÍDEO "KENDALL & KYLIE SPRING 2014".....	14
FIGURA 5: FRAME DO VÍDEO "COWE SS15"	15
FIGURA 6: FRAME DO VÍDEO "DANIELA BY BLAST"	15
FIGURA 7: CAPA DA FANZINE "SNIFFIN' GLUE"	17
FIGURA 8: CAPA DA FANZINE "CONFIDÊNCIAS DO EXÍLIO"	18
FIGURA 9: FOTOGRAFIAS DO EXERCÍCIO H&M.....	22
FIGURA 10: ESBOÇO PARA A FANZINE 002.....	26
FIGURA 11: ESBOÇO PARA A FANZINE 001	26
FIGURA 12: PÁGINA INICIAL DA FANZINE ORIGINAL	27
FIGURA 13: PÁGINA DA CAPA DA FANZINE ORIGINAL.....	28
FIGURA 14: PÁGINA DO CARTAZ DA ANA MARGARIDA.....	28
FIGURA 15: PÁGINA DO CARTAZ DA NEREA CASTRO	29
FIGURA 16: CARTAZ DE MODA POR BEATRIZ CAVALEIRO.....	31

Glossário

Descrição de um conjunto de palavras, siglas e expressões características da área de estudo. Estas podem surgir noutra âmbito com significados distintos.

- **Blogger** – Nome associado a uma pessoa que escreva regularmente um Blog.
- **CXEMA** – Pronuncia-se *Skhema*. Trata-se de uma festa crua e hipnótica, de techno, criada por jovens. Nasceu após a revolução, em Kiev.
- **DIY** – Sigla para *Do it Yourself*. Traduzindo para o português - Faz tu mesmo.
- **Fanzine** - Do inglês *fan+magazine*. Traduzindo para o português- revista de fã. Normalmente produzido por amadores.
- **Geração Millennium** - Também conhecida como geração Y. Popularmente associada à população nascida entre 1990 e 2000.
- **Groupie** – Nome da língua inglesa, utilizada para descrever jovens que seguem uma banda da qual são fãs.
- **Hip** - Adjetivo inglês que significa estar na moda.
- **Layering** – Palavra da língua inglesa para definir o uso de várias camadas de roupa.
- **Mainstream** – Palavra inglesa que significa tendência ou moda dominante. As massas.
- **Model off Duty** – Expressão utilizada para caracterizar o estilo das modelos quando não estão em trabalho.
- **Standard** – Em português significa padrão, norma.
- **Styling** – Palavra inglesa utilizada para descrever a conjugação de peças de roupa e acessórios de forma a criar um coordenado que remeta para determinado conceito.
- **Tank top** – Uma peça de roupa. Traduzindo para o português significa camisola de manga cava.
- **Vintage** – Adjetivo utilizado para descrever artigos utilizados no passado. É um tipo de roupa ou forma de vestir.

1. Introdução

1.1. Contexto/Enquadramento/Motivação

“A photographer with a professional-looking camera around his neck and accompanied by a crew was stopped four times during the short walk from his parking spot to the boutique where a shoot was taking place. The hopeless did not know the purpose of his trip but he looked the part and so desperately wanted to be in the same frame. They want to be looked at, indiscriminately. The objective is to get their picture seen everywhere ” (Hujíc, Lida; 2010 p.20)

Esta citação reforça a ideia de que atualmente vivemos numa sociedade muito egocêntrica e a geração *millenium* tem um talento especial para esta prática. A citação acima descrita surgiu nos anos 90, quando a batalha para a melhor propaganda pessoal ainda se travava nas ruas. Quando as subculturas eram cool e celebravam a originalidade. Hoje, no contexto português os grandes fluxos de população concentram-se nos grandes centros comerciais, o que resulta, fundamentalmente, de um padrão desenvolvido on-line massificado pelas grandes indústrias da moda. Onde está a diferença? Lembrando o livro “*Pretty in Punk*” surge imediatamente a seguinte citação: “I wanted to be like Joan Jett, (...)”. Os movimentos underground surgiam com uma forte ligação à música. Comportamentos e modos de vida, normalmente criados por jovens criativos com vontade de mudar algo na sociedade. Querer ser como a Joan Jett, era querer fazer a diferença, ter criatividade, lutar por ideais semelhantes.

Hoje as tendências são ditadas pela ignorância. Explica-se citando Lida Hujíc

“‘Ignorance is Power’ Welcome a topsy- turvy world, where sponzoruse (pejorative term meaning ‘sponsored woman’, a local version of the WAG) are the archetypes of being ‘well classy’ while corrupt semi-literate macho-men rule, (...)”.

Desde o império Kardashian/Jenner, aos herdeiros dos criativos, mulheres dos jogadores e, também as *bloggers*, vive-se condicionado por um estilo de vida e de vestir que nos é apresentado através dos media.

É comum encontrarmos títulos como “KENDALL JENNER'S STYLE EVOLUTION” da revista digital de *Harper's Bazaar*. Faz hoje parte da nossa cultura estudar as personalidades acima assinaladas de forma a podermos criar o nosso estilo.

Convido então a observar parte desta evolução.

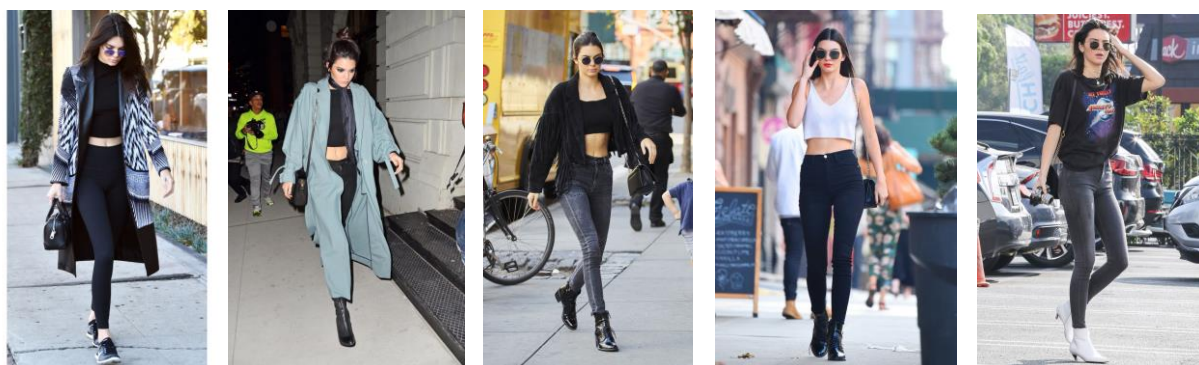


Figura 1: Kendall Jenner's style evolution (Retirado de <http://www.harpersbazaar.com/fashion/street-style/g5809/kendall-jenner-street-style/?slide=139> a 6 de Março de 2017)

Centrando nestas imagens, recorda-se a entrevista a Charlie Howard. “Her Modeling Agency Dumped Her, So She Drops the Truth on Them: Charli Howard”. Quando perguntaram à modelo se ela costumava vestir-se de forma a cobrir mais o seu corpo ela respondeu que sim. Mas que, por outro lado, quando ia a *castings*, usava sempre um *tank top* e peças justas que a faziam sentir-se estranha. Isto porque, para além de ter de tirar fotos de rosto e corpo, também lá estavam imensas raparigas e ela tinha de estar à altura. E as outras modelos vestiam todas a mesma coisa. Se Charlie não tivesse feito tudo segundo estas regras não oficiais, não teria conseguido ser modelo? Mas esta experiência piorou a sua capacidade para se expressar. Ora, se fizermos agora a comparação com este cenário e as fotos da evolução do estilo da Kylie Jenner podemos ver apenas variações do mesmo conceito, da mesma regra. Uma norma que é vulgarmente conhecida como *Model off Duty*.

Ainda existem minorias que querem ser, não como a Joan Jett, mas como tantos outros grandes artistas mais alternativos à norma e aos quais temos fácil acesso. É tão fácil saber o que eles estão a fazer, o que eles estão a vestir, com este acesso diário às suas redes sociais. Querem saber o que é que os Glass Animals estão a fazer? Pois bem, postaram no *Instagram* que estão na Austrália, prontos para o próximo concerto, e levam um ananás com eles. Estão a criar a “cena” deles, um movimento que os fãs vão seguir. E pegando neste exemplo, vemos que as roupas que eles usam, apesar de contemporâneas, apelam também a uma nostalgia do passado, ao vintage. Que hoje, muito evidente em Portugal, percebemos que é a forma que as minorias encontram para fugir à massificação criada pelas grandes indústrias da moda como a *Inditex*, a *H&M* ou a *Primark*. Por outro lado, a geração *millenium* parece ter-se esquecido da cultura DIY (Do-it-Yourself), ou será que, simplesmente, não há tempo para criar?

É neste adormecer do DIY que nasce esta vontade de conceber algo novo, de enaltecer e recordar, novamente, uma série de mentes criativas. Que não querem rótulos, nem fazem questão de serem chamados de “diferentes”, mas que, por outro lado, querem expressar o que lhes vai na alma. Será que é possível? Será que nos conseguimos desprender de preconceitos e exteriorizar a nossa personalidade de forma livre?

Para responder a estas questões, é necessário compreender que as modas são cíclicas e, por isso, compreender e conhecer o nosso passado. Depois, perceber quais são os novos elementos da equação.

1.2. Projeto

“Through the media of television, advertising video, and home computers postmodernism pervades both high and popular culture, instilling itself into the fabric of everyday life”
(Muggleton, David; 2000 p.35)

A geração *millenium* tem o seu quotidiano marcado pelo acesso aos dispositivos digitais. Não vivemos apenas fisicamente, desdobramo-nos em múltiplas personalidades online. Assim sendo, será fácil associar as subculturas contemporâneas à era tecnológica.

Numa primeira fase, antes de construir uma bibliografia como referência, entendeu-se conveniente criar uma série de vídeos de moda experimentais para contradizer o impacto mediático das grandes indústrias da moda. Posteriormente, sentiu-se a necessidade de recolher outras peças do puzzle. A música, bem como as artes plásticas e, até, o cenário político, são fatores importantes que conduzem a uma forma de expressão mais criativa.

Portanto, não faz, já, sentido reconhecer a dificuldade de exprimir as nossas personalidades através do estilo, sem o associar a outras formas de expressão artísticas e políticas.

Partiremos do Punk, como arquétipo de uma subcultura, sem prejuízo de estudo das restantes, sempre que oportuno, para perceber quais os elementos que podem ser resgatados para a contemporaneidade. Para isso, vamos partir de uma citação de Lauraine Leblanc, no livro “*Pretty in Punk*”, “The DIY aesthetic deeply influenced the creation, production, and distribution of punk music, as well as the dissemination of information about punk.”. Do que podemos entender da afirmação, a cultura DIY tinha um papel fundamental no Punk. Para poder divulgar esta subcultura era necessário pôr ‘mãos à obra’ e distribuir os seus ideais. Com esta necessidade, a subcultura Punk serve-se do uso de Fanzines, ou seja, revistas independentes criadas pelas mais diversas mentes criativas.

Assim sendo, associando esse fator tão típico das subculturas da velha guarda a uma vida digital, surgiu a ideia de criar uma fanzine online. Logo, tirar partido das possibilidades tecnológicas e dar oportunidade às minorias de fazer o mesmo e, quem sabe, descobrir um possível padrão que poderá ser considerado subcultura, dando oportunidade às minorias artísticas de se expressarem livremente.

Em suma, espera-se reunir uma série de mentes criativas que queiram exprimir as suas emoções através de tecnologias, criando uma fanzine. Sendo que, a parte de moda estará a meu cargo. Pretende-se, portanto, confirmar a viabilidade de uma frente editorial criativa emancipada dos pressupostos das grandes indústrias.

1.3. Problemas, Hipóteses e Objetivos de Investigação

- Que modos e contextos de criação originais e autónomos (estética e semanticamente) podem emergir da cultura digital Do-It-Yourself com capacidade de transcender a previsibilidade dos contextos criativos contemporâneos?
- Que mecanismos e contextos de produção e disseminação criativa podem assegurar uma manutenção desta autonomia e originalidade, contrariando o fenómeno recorrente da sua apropriação e esvaziamento conceptual, contextual e, até, ideológico, por parte das grandes indústrias?

Vivemos condicionados pelas barreiras impostas pelas grandes indústrias absorvendo-as através dos novos media. Por um lado, as minorias procuram no *vintage* uma forma de se expressarem, por outro a cultura DIY perde o impacto que outrora teve nas subculturas.

O primeiro objetivo é produzir uma plataforma que herde os pressupostos das subculturas, nomeadamente o que elas oferecem em momentos de crise, atualizando-os para as condicionantes dos dias de hoje.

Em segundo lugar, pretende-se um modelo de moda que seja motor e consequência de uma expressão identitária em nome próprio.

1.4. Metodologias de Investigação

O presente trabalho vem a ser desenvolvido mediante as seguintes ações:

- trabalho de campo em lojas de moda de grande superfície:
 - ◆ prova de roupas de escolha aleatória e respetivo registo fotográfico
- escolha de artistas com forte ligação ao Porto:
 - ◆ critério de escolha baseado em contactos pessoais. Critério coerente com o pressuposto do trabalho. As relações de proximidade são um fator de conquista de um determinado valor simbólico e estético. Por um lado, foram escolhidos artistas que já se dedicam, nos seus projetos profissionais, a criar obras que possam transcender o monopólio do contexto artístico atual. Por outro, artistas que se dediquem a um trabalho mais comum. E que possam, desta forma, desafiar essa rotina, como parte da interpretação, esta comparação será essencial.
 - ◆ entrevista + pedido de colaboração
- autoetnografia:
 - ◆ prova de roupas aleatória e respetivo registo
 - ◆ criação de um cartaz original
- revisão da literatura:
 - ◆ estudo de livros e outros documentos
 - ◆ análise de vídeos

1.5. Estrutura da Investigação

- Capítulo 1: Introdução. Explica o contexto da temática, informação sobre o projeto, os objetivos e a metodologia.
- Capítulo 2: Revisão bibliográfica. Visa entender, sem aprofundar, o estudo que já foi feito em relação às subculturas, bem como os trabalhos que surgem, hoje, em relação a esta temática. Este também se debruça sobre a indústria da moda e as fanzines.
- Capítulo 3: Implementação. O desafio feito aos artistas e as entrevistas que lhes precedem. Criação da secção de moda da fanzine bem como a própria fanzine.
- Capítulo 4: Conclusão. Reflexão feita acerca do estudo. Expectativas para trabalho futuro.
- Outros: Bibliografia e apêndices.

2. Revisão de Literatura

2.1. Subcultura

“(…), from an interactionist point of view, ‘subcultures’ are not homogeneous groups with clearly bounded memberships (as they are sometimes taken to be), but are to be understood as useful ways of representing processes of collaborative social action, and characterizing the activities of identified groups.”
(Bennett, Andy; Kahn-Harris, Keith; 2004, p.23)

As subculturas são um tema de interesse para vários antropólogos e sociólogos. O estudo presente neste trabalho pretende revitalizar determinados conceitos associados. Começamos por definir subcultura segundo as palavras de Rupa Huq, “(…) ‘authentic’ subcultural identity was understood as being expressed by youth in terms of a cohesive and collective cultural resistance to the dominant order.”. Subcultura é uma palavra associada a um grupo jovem que resiste a determinadas normas impostas pela sociedade, e é, por vezes, relacionado a um período de pós-guerra.

Por outro lado, a palavra “coeso” para descrever esta resistência pode ser um pouco ambígua. Apesar de partirem de princípios semelhantes poderão haver alguns pontos de discordância que, por um lado, não descartam a fidelidade ao movimento, mas que, por outro, festeja a liberdade de expressão pessoal. Uma das particularidades das subculturas é a possibilidade que traz ao indivíduo de este se sentir livre e único. Proporciona uma sensação de identidade original, de que não existe mais ninguém igual. E, assim, fazendo parte de algo que permite tal liberdade cria um ambiente propício ao crescimento e compreensão de personalidades individuais, aliado a uma sensação de inclusão. Tal como cita Jon Savage, referindo-se ao Punk, “Suddenly, you didn’t have to be alone. You submerged.”.

Assim, tendo uma natureza imprecisa, uma subcultura acaba por ser, como refere Bennett e Kahn-Harris em *After Subculture*, uma experiência em que o indivíduo se sente incluído ou excluído tendo, ou não, uma identidade correspondente. Portanto, o indivíduo acaba por fazer uma adoção de um estilo de determinada subcultura criando uma versão de si próprio. Tal como é referido por Muggleton em *Inside Subculture*, estes “(…)alternatively saw their own style as an evolving expression of a gradually changing self.”. Em comparação com uma cultura mainstream, e por isso convencional, os membros de uma subcultura distinguem-se pela sua individualidade e heterogeneidade, sendo que, como refere Muggleton, estes pretendem ser quem são libertando-se de convenções e barreiras. Logo, as subculturas são manifestações de expressão em nome próprio e de diversidade cultural.

Por outro lado, vulgarmente um indivíduo não se define como parte de um movimento deste carácter, é-lhe atribuído um rótulo através de outras pessoas. Como é referido em *Inside Subculture* “(…) group identifications (such as, I’m Punk, I’m a mod) would be problematized, and that subcultures would not regard themselves in such specific terms”. E, ainda, quando esta situação acontece, ou seja, quando alguém propõe o seu próprio rótulo, possivelmente será porque estamos perante um indivíduo que não faz realmente parte de determinada subcultura, mas que, por outro lado, a copia. O que dá início a um aparente fim da subcultura propriamente dita, dando lugar a uma nova moda.

2.1.1. Subcultura Punk

“For anyone in the UK at that point who felt cast out because of class, sexuality, perception, gender, the Sex Pistols were an attraction/repulsion machine of, as Paul Morley notes, ‘infernal’ power that offered the chance of action, even surrender - to something larger than you- and thus possible transcendence.”
(Savage, Jon; 2000)

Tal como foi referido, no capítulo anterior, estas minorias surgem, especialmente, pela vontade de se expressarem livremente. De se poderem integrar numa sociedade que pode recusar determinadas características do indivíduo.

É inevitável que sejamos constantemente moldados pela sociedade, a nossa cultura é a nossa herança e faz parte de nós. Porém, como seres racionais, foi-nos dada a capacidade de pensar, de raciocínio, de escolha. Não podemos deixar que estes preconceitos nos moldem por completo, devemos ser seres únicos, originais, mesmo correndo o risco de não sermos compreendidos. Não nos devemos deixar influenciar pelas barreiras que impedem a criatividade, não nos podemos importar com o que aparentamos ser aos olhos da sociedade. E é, ao criar este ambiente propício ao crescimento de novas identidades que, possivelmente, se acaba por transcender a nossa própria existência.

Estas formas de fuga à norma dominante podem levar as pessoas a imitar determinada subcultura integralmente. O que leva ao impedimento de expressão em nome próprio. Fazer parte de um grupo deste género é importante para nos sentirmos incluídos na sociedade, porém, não devemos ser cópias do que quer que seja. Mesmo que estejamos a imitar um conceito que não seja mainstream. John Lydon, dos Sex Pistols, é uma das grandes figuras da subcultura Punk. Em *Rotten*, ele expressa a falta de expressão pessoal.

“The one thing that used to piss me most about the sex pistols was our audience all turning up in identically cloned punk outfits. (...) There was no way i was going to give them a good time for that, because it showed no sense of individuality or understanding of what we were doing.”
(Lydon, John; 2008, 03)

O sentido de individualidade é um conceito fundamental da cultura Punk. Tal como Lauraine Leblanc diz em *Pretty in Punk*, em vez de se contentarem com aquilo que lhes era oferecido comercialmente, eles decidiram criar as suas próprias coisas, a sua própria marca na história. Usando, por exemplo, objetos do quotidiano para se adornarem. E, assim, brincar com convenções e elevar a moda, bem mais pessoal e criativa, e, claro, contra a cultura dominante. Um pouco como o que Marcel Duchamp fez, transformando o urinol em fonte, os Punk reverteram o significado original de objetos mainstream dando-lhe uma nova vida. Não é por acaso que o Punk é associado ao dadaísmo.

A moda, apesar de importante, acaba por ser apenas uma consequência de outros ideais Punk. Temos como exemplo o anti consumismo. Logo, esta subcultura baseia-se também num protesto contra o cenário político, as artes, o pensamento. O Punk tem, portanto, uma forte ligação com o situacionismo internacional. Um movimento, que ligava artistas, políticos e teóricos avant-garde que se revoltaram face a barreiras do quotidiano. Tal como referido no próprio site deste movimento, o situacionismo internacional é uma tentativa de construir algo que transcende uma decomposição na qual estamos todos envolvidos. Desta forma, esta subcultura não estava assim tão interessada numa

revolução social, mas antes, numa revolução a nível de expressão pessoal. Que é exatamente o propósito deste projeto.

Num outro ponto de vista a ideia do Punk foi-se afastando do seu core ao longo dos tempos graças, principalmente, ao imaginário criado pelos media.

“At the turn of the year, activists working for Food Not Bombs – an organisation with close ties to the punk scene through benefit gigs and record sales – were arrested for helping to feed the homeless in Florida.”
(Thomson, Jamie; 2017, The guardian)

Segundo Lida Hujíc, o *hip* é apenas um rótulo que alguém atribui e pode facilmente ser retirado. E isso aplica-se exatamente a estilos como o Punk, em que os media podem muito facilmente criar ou retirar esses rótulos como bem entenderem. Os media criaram um cenário à volta do Punk que não correspondia de todo à realidade. Num sentido muito pejorativo esta subcultura ganha um novo significado. O que antes fora uma revolução da expressão saudável e necessária, um contributo imenso para a história, passa a ser associado a uma influência negativa para os adolescentes.

Assim, movimentos Punk por todo o mundo eram alvo de comentários como o que foi descrito na citação acima de Jamie Thomson. Mas o fundamental numa revolução é: não ceder às condicionantes impostas pela sociedade e lutar pela liberdade de expressão pessoal. Assim nascem contributos para a história, assim nasceu o Punk e assim nasce a vontade de continuar um tão forte legado e não esquecer quem lutou antes de nós.

2.1.2. Subculturas contemporâneas

Evans defende que o conceito de subcultura é, cada vez menos, aplicável à pós-modernidade. Sendo que já não existe uma cultura dominante sobre a qual uma subcultura poderá resistir. Ora, esta ideia surgiu em 1997 e hoje existem outros dados a serem considerados.

Por um lado, temos o panorama mundial. Haverá algo com que nos devemos revoltar? Estão-nos a ser impostas barreiras? Foi referido anteriormente que uma subcultura não é só uma expressão social, mas sim, fundamentalmente, pessoal. Não esquecendo que poderá, apesar disso, ter uma forte relação com a política e o pensamento convencional. A temática mais badalada nos últimos tempos é, infelizmente, a eleição de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos, a brutal quantidade de refugiados que tentam encontrar paz entre povos receosos e conseqüentemente xenófobos, e não esquecendo o *Brexit*. Isso afeta inevitavelmente a cultura. Como exemplo retiremos da secção de cultura do jornal *The Guardian* os títulos principais. Bridget Christie, uma comedianta, encontra em *Brexit* um lado engraçado. Os escritores americanos que imaginaram um futuro fascista. Matthew McConaughey afirma que *Hollywood* não tem outra escolha senão aceitar Donald Trump. Assim sendo podemos responder que sim, há algo que revolta os jovens, estão-nos a ser colocadas barreiras. Estes são o tipo de problemas que estão diretamente ligados com o início de movimentos de manifesto. Para além de que lhes podemos chamar moda. Está na moda falar do Trump, do *Brexit* e dos refugiados. Modas que nos trazem uma revolta interior muito forte.

Por outro lado, temos o panorama nacional. Que, para além de existir uma grande preocupação com as temáticas acima referidas, que nos afetam profundamente, também podemos apontar outros problemas que afetam gravemente a vida dos jovens, nomeadamente a precariedade a

nível de trabalho. A criação dos estágios de curta duração, muitas vezes sem sequer serem remunerados, acabam por desmotivar e, até desvalorizar, o estudo e motivação dos jovens. É revoltante sermos assaltados por este sentimento de que a nossa voz não tem força, de que não vale a pena sermos ouvidos e que o mercado de trabalho não precisa de nós.

Para dar voz a determinadas minorias as revistas *i-D* e *Dazed* procuram documentar estes grupos através dos seus canais de Youtube. Com uma linguagem visual muito intensa, de cores fortes e imagens cruas. No vídeo Exploring Ukraine's Underground Rave Revolution a *i-D Magazine* explora uma revolução feita com festas que tem lugar na Ucrânia. Estas festas ilegais, que podem ser interrompidas pela polícia a qualquer momento, não são de todo preocupantes para estes jovens sem medo. Depois da revolução de 2014, na Ucrânia, estes jovens precisaram de uma forma de escape. As pessoas começaram a sair mais, começaram a existir mais drogas ao dispor dos cidadãos, era necessário esquecer o que se estava a passar e não lidar com aqueles problemas. A *i-D* foi falar com Slava Lepsheev, o responsável pelas festas de Kiev, ele refere que a crise fez com que perdesse o seu emprego. E, como ele, muitos outros se viram na mesma situação. Perante esta situação teve de arranjar uma alternativa para o seu futuro e foi assim que surgiu o *CXEMA*, cujo objetivo seria juntar vários grupos de jovens num único local e fazê-los fundamentalmente sentirem-se livres.

“‘Youth subcultures tend to be music subcultures’ (Thornton 1995:19) (...)”
(Muggleton, David; 2000, p.69)

Passamos agora à análise de um exemplo da *Dazed Magazine*. "Midnight Ramblers" - A film by Wiissa. Este filme retrata a vida de nove *groupies* em New York por uma semana. Numa forte ligação à música, estas raparigas explicam o que é ser *groupie*. O que é gostarem tanto de um grupo, ao ponto de se preocuparem e quererem divertir-se com eles. Referem que existem muitas más associações ao conceito, mas que tudo o que elas querem é dançar e ouvir música. Esta relação com a música acaba por ser inevitável quando se fala em subcultura.

Em suma, existem várias barreiras que nos condicionam, nos dias de hoje. Diversos problemas sobre os quais é necessário assumir atitudes de revolta e expressão. E não esquecendo a forte ligação à música e estilo.

2.2. Indústria da Moda

2.2.1. Das subculturas ao mainstream

“As Willis discovered, ‘young people don’t just buy passively or uncritically. They always transform the meaning of bought goods, appropriating and recontextualizing mass-market styles... Most young people combine elements of clothing to create new meanings... and sometimes reject the normative definitions and categories of ‘fashion’ promoted by the clothing industry’ (1990:85).”

(Muggleton, David; 2000, p.40)

Segundo Willis, os jovens não compram apenas de forma passiva e acrítica recontextualizando os estilos oferecidos pelas grandes indústrias da moda. Ora, esta realidade situa-se a anos luz do que vivemos hoje. As grandes marcas de moda oferecem agora não só o que está na moda, mas também a alternativa. Assim sendo, entrando na Zara podemos ver as cores e cortes da moda, mas por outro lado, caso não seja do agrado do consumidor, podemos também encontrar algumas peças de roupa que fogem a essa norma procurando inspiração no Grunge ou no Punk, por exemplo.

A título de exemplo, se entrarmos na H&M, na Primark, na Mango e na Bershka, deparamo-nos, exatamente, com o mesmo tipo de cenário. Deste modo, poderíamos porventura pegar numa t-shirt branca da H&M e, tirando a etiqueta, tentar perceber qual a sua marca? Para os mais atentos, a qualidade do tecido poderia levar à resposta certa. Por outro lado, a vulgaridade da peça certamente traria dúvida. Portanto, na verdade, é de extrema passividade o ato de consumo de moda. Tal como é referido por Muggleton, a moda é hoje vista como um uniforme, massificada e preditiva sem ser necessária qualquer criatividade por parte do consumidor.

As modas são cíclicas, todos os anos são ditadas as modas que vão renascer das cinzas e como se pode reinventar determinada peça. Tal como refere Anabela Baldaque no documentário ‘Anabela’ de 2016, este é um fator muito limitante para os designers de moda. Visto que são escolhidos determinados tecidos para a nova estação, se o designer quiser optar por uma via alternativa terá dificuldade em encontrar materiais nas lojas para o efeito. Portanto, o mercado não está sequer preparado para dar resposta a expressões particulares.

Todavia, para o consumidor comum, as grandes indústrias da moda transformam estas tendências em algo mais acessível. Assim, para além da escolha dos tecidos ser exterior a eles, também os cortes e *styling* lhes são impostos. Foi a partir deste ciclo que começaram a aparecer marcas como a Asos, que, como é referido em *The first to Know*, é um acrónimo para ‘As seen on screen’ e foi criada inteiramente para vender réplicas de roupas de designer a um preço mais acessível. Ou seja, desta forma, é permitido ao consumidor que use exatamente o mesmo estilo que as suas estrelas preferidas. Mas uma peça pode ser usada de várias formas e essa explicação fica a cargo dos media. Através de revistas, websites e do blog de moda, são oferecidas ao consumidor as várias possibilidades. Estes media visuais acabam por ser um banco de imagens que incentiva o consumo passivo da moda. O surgimento das *bloggers* de moda, que cresceu imenso nos últimos anos, foi uma reação óbvia a esta nova forma de consumo. Através do Blog, *Instagram*, *Snapchat* e por vezes *Tumblr*, as *bloggers* combinam peças de designer, *vintage* e das grandes marcas como as da Inditex e oferecem ao consumidor as escolhas mais certas, mais bonitas.

Para além disso, não nos podemos esquecer da realeza da música e do cinema, essencialmente. Cada vez mais, ouvimos falar dos descendentes dos grandes criadores, os filhos dos músicos e atores

que, sem qualquer esforço, se tornam ícons de moda, o que se confirma com o seguinte título, “burberry hires another famous teen: Jude Law's daughter Iris” de um artigo da *i-D Magazine*. Se antes os nossos ícons eram artistas que criavam algo novo, que nos deslumbravam com a sua arte, hoje vemos as modas ditadas por aqueles que tiveram a sorte, ou não, de nascer num meio privilegiado.

Ora, tudo isto vai contra a ideia de individualismo e personalidade através do estilo.

Aqui surge a necessidade de revitalizar o DIY. Por observação em campo é possível perceber que o *vintage* surge como oportunidade de contrariar um pouco a massificação do estilo. Há uma certa necessidade de ser único.

“In true punk DIY style, nothing was impossible. Armed with a small bank loan and the idea of producing unique outfits for people who did not want to bump into someone in the toilet queue wearing the same thing, their journey began”

(Hújic, Lida; 2010, p.287)

Esta noção não recai apenas numa ideia de estilo. É importante revitalizar esta cultura DIY também na fotografia e vídeo de moda. Nos dias que correm já começam a aparecer e-mails das grandes marcas com gifs e ilustrações como forma de divulgar aquilo que está a ser vendido. Como é o caso da seguinte imagem, de uma campanha de Halloween da Mango Kids.

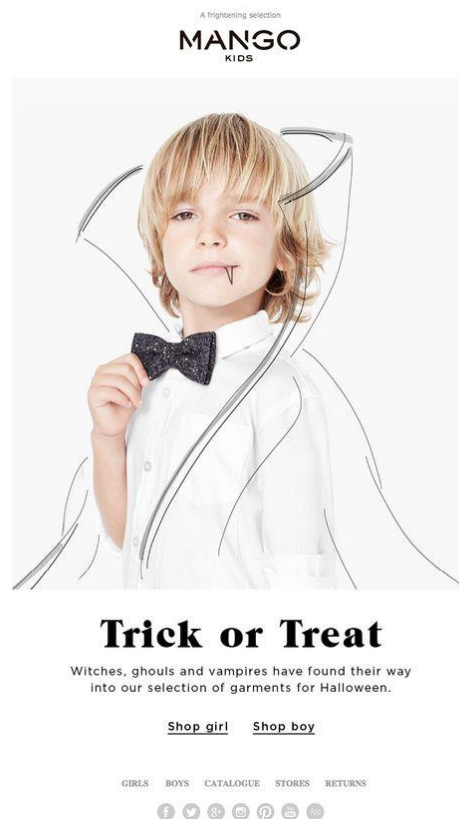


Figura 2: Mango Kids - Trick or Treat (Acedido na newsletter da Mango do dia 15 de Outubro de 2015)

As poses e enquadramentos acabam por ser os mesmos, tendo em conta que o objetivo continua a ser a venda do belo. Há, agora uma vontade de criar uma forma de vender mais alternativa, mais *hip*, que apele aos jovens. Possivelmente chegar também aos jovens mais alternativos, que recorrem muito ao *vintage*. E, assim, surgem estes novos elementos.

É muito comum encontrar vídeos que usam histórias para vender as peças. A Chanel é um ótimo exemplo disso. Apesar de começar esta jornada no campo das fragrâncias, a Chanel foi das primeiras marcas a criar autênticas curtas-metragem para dar a conhecer ao público a nova coleção de roupa. Como é o caso do vídeo *The Tale of a Fairy de 2011*, dirigido pelo próprio Karl Lagerfeld. Do qual foi retirado o seguinte frame:



Figura 3: Frame do vídeo "The Tale of a Fairy". 2011

Marcas como a Mango, Zara e Oysho, viram neste formato um meio adequado para apresentar ao público as suas peças e ainda hoje fazem vídeos deste género. Por outro lado, a narrativa começou a ser menos linear, e os vídeos mais experimentais. A conexão entre imagens mais fragmentada e, muitas vezes, com uma construção frenética. O impacto da imagem, do movimento é crucial. São muitos os exemplos, de marcas para todos os públicos. Serve como modelo os vídeos da Kendall & Kylie para a Pacsun. Os seguintes *frames* foram retirados do vídeo da coleção de primavera de 2014.



Figuras 4: Frames do vídeo "Kendall & Kylie Spring 2014"

Podemos observar elementos que revelam uma estrutura mais experimental. As cores irrealis, os tons *neon*, as sobreposições e o movimento. Numa época em que somos constantemente bombardeados por informação visual, é necessário criar imagens que se destaquem, que se alojem nas nossas memórias. Ao experimentar novas formas de destacar a imagem, estas representações encontram novas formas de vender.

Num contexto português procura-se algo semelhante. Como é o caso dos vídeos das Camellia. A título de exemplo seguem-se dois *frames*. O primeiro, mais tradicional, para a marca Cowe. O segundo, sendo o vídeo de apresentação de uma modelo da agência Blast, um pouco mais experimental.



Figura 5: Frame do vídeo "Cowe SS15"



Figura 6: Frame do vídeo "Daniela by Blast"

Em suma, podemos concluir que existe uma tentativa de evoluir a comunicação da moda. Na fotografia adicionam-se elementos gráficos ilustrativos, criam-se *gifs* para quebrar as imagens estáticas e monótonas. O vídeo torna-se cada vez mais experimental, tendo em conta o público a que se dirige. As suas imagens tornam-se mais fortes e é dado um destaque especial à música. Mas tal como todos os movimentos originais, este modelo já se vai tornando numa norma, numa moda. É necessário criar novas alternativas, em que o objetivo não é vender, mas sim expressar determinada sensação.

2.3. Fanzine

“É uma publicação impressa de pequena circulação e de baixo orçamento, aperiódica, efêmera e que não objectiva o lucro nem segue os rígidos padrões editoriais de revistas e de jornais.”

(Borges, Haydée, Fanzines e as novas tecnologias)

A fanzine é uma plataforma DIY e, possivelmente, a mais apropriada para a divulgação de uma cultura independente. Utilizada pelo Punk para divulgar a sua ideologia, esta não é só uma revista, é uma atitude. É neste instrumento de comunicação que se divulgam expressões em nome próprio. Desde músicos, ilustradores, escritores a outros artistas independentes, a fanzine era o meio ideal para transmitir uma ideia numa altura em que a internet ainda não tinha a dimensão que tem hoje. O que nos leva à seguinte questão: Será pertinente resgatar esta plataforma para os dias que correm?

Em 1997 Duncombe disse “(...) D-I-Y, do it yourself: make your own culture and stop consuming that which is made for you”. Para compreender a possibilidade de recriar este meio de comunicação é necessário observar o passado e conhecer o porquê da existência da fanzine. Esta nasceu da necessidade de exprimir uma série de ideias que, por norma, fugiam ao mainstream. De forma independente, os artistas poderiam propagar a sua cultura, fazendo as próprias impressões a baixo custo.

Assim apareceu, em Inglaterra, a *Sniffin' Glue*.

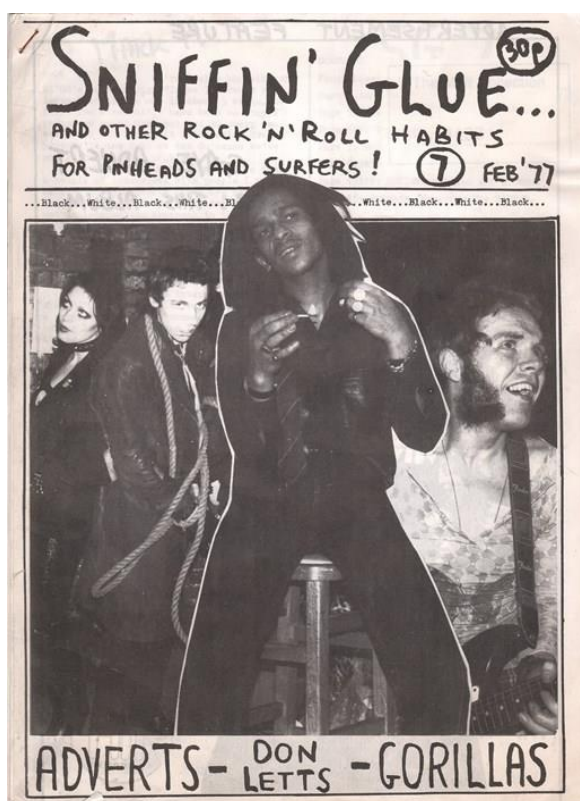


Figura 7: Capa da fanzine "Sniffin' Glue" (Retirada de <http://irenebrination.typepad.com/.a/6a00e55290e7c4883301b8d1e0752f970c-600wi> a 1 de Fevereiro de 2017)

Uma fanzine punk, começada pelo músico Mark Perry, divulgada pela primeira vez em Julho de 1976 e com um nome inspirado na música “Now i wanna sniff some glue” dos Ramones.

“(...)Perry typed up his thoughts on a plastic typewriter, a toy almost, and took the pages down to a local photocopy shop. He ran off as many copies as he could afford, stapled them and sold them at gigs – in all, maybe 100 copies.”

(Silverton, Peter; *Sniffin' Glue: A fanzine that epitomized punk*)

Perry tinha um objetivo, a difusão da subcultura Punk e, por menos dinheiro ou ferramentas que tivesse, ele ia ser atingido. E esta é, sem dúvida, a magia das fanzine, sem regras, nem padrões, nem barreiras, criar a oportunidade de ter uma voz. Usando a ironia como crítica política e social e remetendo a uma estética punk, a *Sniffin' Glue* tornou-se num sucesso. No número 10 vendeu oito mil cópias internacionalmente.

As *Confidências do Exílio* era uma fanzine portuguesa, dos anos 80, que divulgava música portuguesa e europeia a partir da cidade do Porto.

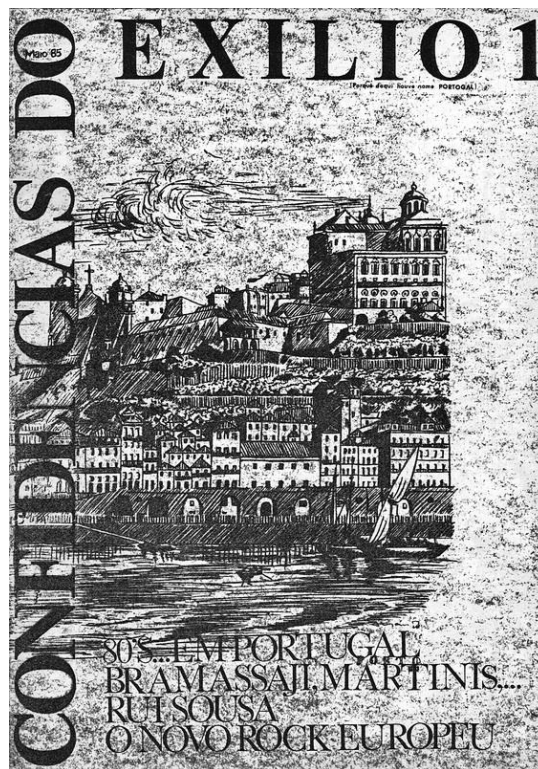


Figura 8: Capa da Fanzine "Confidências do Exílio" (Retirada do site www.confidenciasdoexilio.weebly.com a 1 de Fevereiro de 2017)

Esta teve apenas 4 edições, é hoje resgatada via website e divulgada através de uma página do *Facebook* com o mesmo nome. No seu site, podemos hoje ter acesso à informação divulgada entre maio e dezembro de 1985, verificar que, de facto, era importante difundir o trabalho de artistas independentes.

“Nota prévia: Destina-se, esta coluna, a divulgar o trabalho de grupos novos e/ou desconhecidos. Pedimos, então, a todas as bandas interessadas que nos enviem cassetes, juntamente com uma fotografia (preferencia a preto-e-branco, em formato 9x13 ou inferior), indicações sobre os elementos do mesmo, bem como, sempre que possível, as respectivas letras. O endereço já o conhecem, Confidências do Exílio/Academia dos Esquecidos, Apartado 420, 4007 Porto Codex.”

(Confidências do Exílio, Primeira Edição)

Consequentemente, a fanzine é a plataforma ideal para dar voz aos artistas que se relacionam com a cidade do Porto. Que cada vez mais procuram ser ouvidos fora do nosso país. As redes sociais têm-se tornado, gradualmente, num género de ruído para a nossa geração. E as opiniões *standard* já não fazem sentido. Existe um grupo de pessoas com muito para expressar, esta é a oportunidade de as ouvirmos.

Assim sendo, surge a oportunidade de possibilitar esta expressão individual por meio de uma via tecnológica, imitando costumes anteriores, para nos emancipar de uma cultura de massa, usam-se os recursos ao nosso alcance. Se anteriormente a fotocópia e a colagem eram as técnicas mais acessíveis hoje a evolução traz-nos o acesso à internet, a um computador, a máquinas de filmar e fotografar já integradas nos nossos dispositivos móveis. Desta forma, há uma oportunidade de migrar esta plataforma impressa, que é normalmente a fanzine, para um estado digital que abre todo um leque de possibilidades. E, consequentemente, dar oportunidade aos artistas envolvidos de se expressarem quebrando barreiras físicas.

2.4. Síntese

O estudo das subculturas, nomeadamente o Punk e as subculturas contemporâneas, retratadas essencialmente pela *i-D magazine* e a *Dazed*, remete para uma noção de identidade original que permite uma contextualização relativa ao momento em que o estudo se insere. Podemos, portanto, concluir que a implementação do projeto coloca-se numa vontade de expressar esta identidade única do indivíduo. Não só a nível de expressão plástica, como também expressando opiniões e sentimentos que possam provir de circunstâncias sociais.

Das subculturas ao *mainstream*, o estilo surge como uma oportunidade de expressão pessoal. Todavia, em ambos os casos, a moda é um uniforme previsível. Este paradoxo é reforçado também na análise feita à forma de divulgar a moda. Esta, apesar de ter sofrido algumas mudanças ao longo dos anos, continua a ter como objetivo o consumo daquilo que é considerado como belo. Posto isto, estabelece-se uma inevitabilidade de explorar de que forma será possível expor a moda e o estilo de forma original e, focando essencialmente, a expressão de uma sensação.

A Fanzine surge como plataforma, alternativa às redes sociais, redirecionada para um contexto digital, que possibilita a exposição e divulgação de trabalhos dos artistas. Pelo facto de não ter regras de edição, esta acaba por se tornar no sistema que mais enaltece e possibilita a criação original.

No capítulo que se segue, iremos contextualizar, utilizando como ponto de partida a experiência H&M, o momento da implementação. Seguindo-se as entrevistas e respetivas análises. A construção da Fanzine Original. E por fim, uma contribuição pessoal para a Fanzine, tendo em conta o estudo feito acerca da moda.

3. Implementação

3.1. Indústria da Moda

“The secular cult of beauty, developed during the Renaissance and prevailing for three centuries, clearly showed that ritualistic basis in its decline and the first deep crisis which befell it.”

(Benjamin, Walter)

O culto da beleza é muito forte e, como não podia deixar de ser, os editoriais de moda regem-se muito por esse fator.

Felizmente, revistas como a *I-D Magazine*, cada vez mais, tentam reciclar essa ideia de beleza e aclamar a peculiaridade do ser humano. Nesse sentido, são produzidos editoriais com o objetivo de focar a diferença. Seja que esta parta de um motivo fisiológico, genético, cultural ou até mesmo psicológico e emocional. Portanto, nestes casos, é posta de parte uma ideia pré-concebida de beleza faz-se questão que haja diversidade e que se procurem novas formas de reescrever o conceito de estilo e elegância.

Para testar a possibilidade de escapar à homogeneidade do estilo da sociedade ocidental, bem como noções pessoais pré-estabelecidas, foi decidido levar a Sandrine Malta para os provadores da H&M e experimentar, com bastante rapidez e fluidez, formas de repensar o estilo.

Foi fácil convencer a Sandrine Malta a ser fotografada nos provadores, com roupas normais, mas dispostas de maneiras aparentemente absurdas, ela própria já tem um estilo mais irreverente do que aquele que as grandes marcas nos propõem. O primeiro problema surgiu quando chegou a altura de pegar, sem escolher, em roupas aleatórias da loja. Automaticamente, habituada a localizar as melhores peças de roupa entre toda uma panóplia de possibilidades, escolheu-se as peças que, tal como de costume, se destacavam. Os padrões do costume, os cortes habituais, todas as cores certas. Como seria de esperar, automaticamente foram selecionadas todas as peças que seriam escolhidas numa situação normal, mas, é claro, convencida de que não o estava a fazer.

O segundo passo foi fugir dos olhos dos responsáveis por vender e manter a loja organizada e seguir para os provadores para dar início à sessão fotográfica. Aqui, os desafios eram dois, de forma intuitiva criar coordenados que desafiassem as leis do certo e errado na moda e, por outro lado, tirar fotos que captassem essa essência. Com um certo nervosismo, uma vontade paradoxal que os coordenados ficassem “aceitáveis” e ao mesmo tempo não, para encontrar o belo na desordem, lá se iniciou a sessão. Não se esperou muito, não foi um pensamento conscientemente, pegava-se nas peças e atirava-as para a cabine à frente em gestos frenéticos para a Sandrine se ir vestindo enquanto lhe segredava do outro lado como é que queria que ela as vestisse. Sobreposições foram a palavra de ordem. Casacos com vestidos por cima que, por sua vez, estavam por baixo de uma saia. Saias e camisas que serviam de cachecóis e lenços. Bolsos cheios de outras roupas.



Figura 9: Fotografias do exercício H&M

Como se pode verificar nas fotografias acima, as sobreposições, apesar de um pouco fora do comum, não estão tão distanciadas de uma visão ocidental sobre a moda. Maioritariamente, os vestidos continuaram vestidos, os casacos continuaram casacos, as saias continuaram saias. As exceções à regra foram poucas e mesmo essas refletiam uma bagagem de noções pré-estabelecidas muito forte.

Também o material utilizado para fotografar, o iPhone 5s, remete para estas noções. A Apple é a marca de eleição da grande maioria de pessoas ligadas ao mercado da moda. Não pela sua qualidade tecnológica, mas pelo seu estatuto, tal como é referido num artigo do jornal *The Guardian*, o iPhone é “one of the world's coolest hi-tech products”. Os ângulos, que em muito fazem lembrar as fotografias de moda que aparecem nas revistas. Adicionando os filtros utilizados na edição que, apesar de manipulados especialmente para a ocasião, não deixavam de ser filtros predefinidos e que eram utilizados por norma nas minhas edições de fotos para o *Instagram*. E até a própria plataforma usada para dar a conhecer este desafio. O *Instagram*, onde as fotografias esteticamente mais apelativas foram colocadas, com uma descrição falsa de “non-fashion”. E, conseqüentemente, inundadas pela aprovação dos amigos e conhecidos com gostos ou comentários sobre a beleza da imagem.

Depois de publicar o resultado desta sessão fotográfica, foi-se dando conta de que grandes nomes da indústria da moda, como é o caso da Zara e da Mango, estavam a usar este método de *layering* exagerado e aparentemente original, para vender a sua marca. Ora, como resultado verificou-se, numa primeira fase, que realmente o ciclo de pensamento seria muito dificilmente quebrado. E que, por outro lado, a própria envolvimento no que são os conceitos de estilo, elegância e, até mesmo, originalidade, seria muito forte.

Tendo isto em conta o desafio de criar um projeto que integrasse a Fanzine seria maior.

Assim sendo, teria de haver uma maneira de verificar de que forma eram percebidos os conceitos de banalidade e originalidade por uma seleção de artistas escolhidos para colaboração. E, neste seguimento, surgiram as entrevistas.

3.2. Entrevistas

3.2.1. O desafio e a entrevista feitos aos Artistas

Numa primeira fase, foi feita uma reflexão de forma a considerar uma lista de contactos pessoais que permitissem compreender de que modo esta beneficiaria o projeto. A escolha destas relações de proximidade pressupõe um fator de conquista de um determinado valor simbólico e estético. Assim, é criada uma confiança com o artista de forma a este se sentir na liberdade de experimentar e de falhar. Para, desta forma, ser possível o nascimento de algo novo.

Os artistas foram propositadamente escolhidos consoante as suas distintas áreas de interesse. A Ana Silva focando a fotografia. A Ana Margarida e o Jorge Monteiro na área da arquitetura. Tendo em atenção que foram desafiados dois artistas da mesma área de formação sendo que estes possuem estilos significativamente distintos. O Bruno Monteiro realçando a música. A Nerea Castro como artista visual com uma forte ligação ao estudo da luz. E por fim, a Sandrine Malta contextualizando-a na literatura, mas que hoje se dedica a âmbitos como a fotografia e a colagem.

Por um lado, foram escolhidos artistas que se dedicam naturalmente à possibilidade de criar obras que se desviem de padrões estéticos e conceptuais sociais. E, em contrapartida, artistas cujas obras se incluam num contexto mais frequente. Desta forma, forçar a liberdade de criar algo que desafie essa rotina.

Assim, foi lançado o pedido que resgata a cultura DIY. Os artistas foram desafiados a criar uma obra, com os materiais que quisessem, a duração ou dimensão que lhe fosse oportuna. Ou, por outro lado, entregarem trabalhos feitos previamente, num contexto distinto, mas que corresponda ao pedido. Consequentemente, ter liberdade para criar sem as barreiras impostas pela sociedade e, mais especificamente, pelas redes sociais. De modo a compreender o que lhes estava a ser pedido, foi dito que o trabalho que iriam apresentar, não seria alvo de gostos, comentários ou partilhas. Em contrapartida, foi referida a criação de uma fanzine digital de forma a servir de plataforma alternativa ao habitual uso de redes sociais.

Após a entrega gradual de trabalhos, foram feitas entrevistas. Estas surgem como método para investigar a possibilidade de realmente transcender o monopólio social e criar algo novo. Contudo, sendo que estas iriam ser expostas na Fanzine, acrescentaram-se perguntas que contextualiza-se o artista para ser possível ao leitor compreender melhor o seu trabalho.

Para isso, foram feitas as seguintes perguntas, cujas respostas se encontram transcritas em anexo:

1. Descreve um momento da tua vida em que te sentiste original
2. Descrever um momento da tua vida em que te tenhas sentido banal
3. Tens algum ritual de criação?
4. Consegues definir o teu estilo de trabalhos?
5. De que forma o formato da Fanzine pode ser reinventado, sendo que esta será digital?
6. Em relação ao teu trabalho, que elemento é nele original? E banal?

Cada uma destas perguntas foi criada, tendo em vista um estudo e interpretação do feedback que leva à criação não só da Fanzine, mas, também, de um trabalho pessoal direcionado para a área da moda.

A primeira e segunda perguntas, visam compreender noções pessoais de originalidade e banalidade por parte dos artistas. Através de experiências pessoais, de sentimentos reais, os artistas têm a oportunidade de revelar onde se encaixam estes conceitos nas suas vidas.

A terceira pergunta, remete para um processo de trabalho que possa existir, ou não. Assim, saber se para chegar a um produto original ou banal parte de alguma regra pessoal.

A quarta pergunta, emerge da necessidade de perceber se os artistas conseguem rotular os seus projetos. Assim, criar uma situação em que o artista avalia o seu próprio trabalho e percebe ou não que existe algo que o torna parte de um grupo. Ou que, por outro lado, o afasta de pressupostos sociais.

A quinta pergunta, é mais focada na criação da Fanzine em específico. É esperado compreender de que forma este formato pode ser reinventado num cenário digital. Consequentemente analisar as respostas e criar uma Fanzine que, apesar de herdar os pressupostos de uma definição pré-estabelecida, se torne original na sua conceção.

E por último, aprofundar as noções de originalidade e banalidade focando um cenário mais prático. Aliado a uma análise feita por parte dos artistas aos seus próprios trabalhos, de forma a refletirem sobre a possibilidade de criar algo original. E ponderar a inevitabilidade de criar algo que é ao mesmo tempo banal.

Estas entrevistas realizaram-se em espaços onde os artistas se sentissem confortáveis e que se integrasse nas suas rotinas habituais. Desta forma, dar oportunidade, aos artistas, de se expressarem confortavelmente, sendo que esta seria apenas uma conversa amigável e pontual como parte da rotina dos seus quotidianos .

Assim sendo, a conversa com a Ana Silva decorreu numa paragem de autocarro, a caminho de sua casa. Com a Ana Margarida num café habitual perto da sua casa. O Bruno Monteiro, por motivos de trabalho, sendo que estava a fazer uma tour com a sua banda, *Stone Dead*, foi entrevistado através de uma chamada. O Jorge Monteiro num café que costuma frequentar, na baixa do Porto. A Nerea Castro na faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. E por fim, a Sandrine Malta no café da Casa da Música, onde habitualmente se encontra a trabalhar.

3.3. Fanzine Original

“The central problems thus remain for those who want to question the basis of society: how do you avoid becoming part of what you’re protesting against? If everything exists in the media and you reject it, how do you exist?”

(Savage, Jon; 2000)

O objetivo nesta fase é criar uma plataforma que, por um lado, se associe ao formato reconhecido como Fanzine, mas que, por outro, não seja previsível.

Para isso, uma das perguntas colocadas nas entrevistas está diretamente relacionada com a plataforma, de como seria possível reinventar o formato tendo em conta a oportunidade digital. E, por conseguinte, tornar a Fanzine, Original.

Para isso, analisaram-se as respostas dadas. Passam-se a destacar:

- Complemento de uma fanzine física;
- Formato de jogo em que se lançam dados, de forma a criar aleatoriedade na visualização dos trabalhos;
- Um site, sem scroll, onde se clicava para mudar a página. Com bónus, ou informação oculta;
- Criação de hiperligações, para aceder a informações relacionadas com a temática;
- Tornar a leitura da revista não-linear. Dimensional ou Multidimensional;
- Um mapa gigante. Ter apenas uma página, em site, e permitir fazer scroll para todos os lados.

Tendo também em conta o trabalho não linear do João Pedro Azul para a *Fanzine*. Em que foram criados postais. Surge, aqui, a oportunidade de aglomerar estas ideias e construir uma plataforma que corresponde, de certa forma, a conceitos pessoais de originalidade.

Foram feitos os seguintes testes para estudar o formato mais adequado, tendo em conta não só as noções de originalidade acima descritas, como também percepções pessoais.

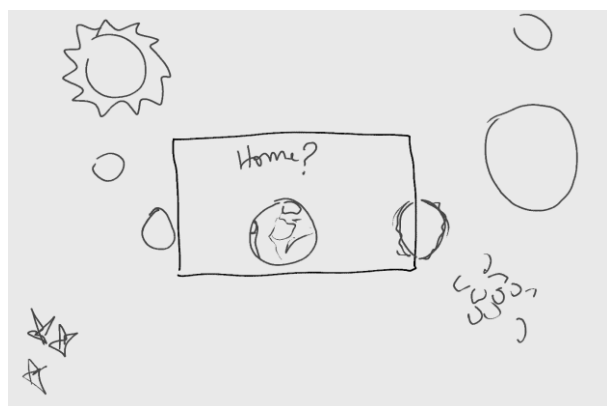


Figura 11: Esboço para a Fanzine 001



Figura 10: Esboço para a Fanzine 002

Nos esboços, aqui representados, tentou-se criar uma noção de universo que funcionasse como um mapa, com *scroll* em todas as direções. Uma leitura não linear, multidimensional.

Do lado esquerdo, um sistema solar, em que o retângulo representa a área inicial da página. Onde, arrastando com o rato, o leitor poderia chegar aos vários elementos e que, quando clicados, levavam ao planeta de cada artista.

Do lado direito, uma perspetiva semelhante. Todavia, associando um elemento irreal a cada um dos artistas, mas que se relacionasse com o trabalho realizado por este.

No entanto, apesar deste formato se aproximar de várias sugestões por parte dos artistas, não se adequa ao espaço temporal onde poderá ser construído. Adicionando a necessidade de focar a Fanzine no seu conteúdo e não na forma de navegação, decidiu-se criar uma interface mais simples.

Segundo os parâmetros acima considerados, foi criado um site, <https://beatrizcavaleiro.com/fanzine>.



Figura 12: Página inicial da Fanzine Original

Esta imagem corresponde à primeira interação com a Fanzine. Deparamo-nos com 8 (oito) quadrados ilustrados de forma distinta. À partida não será fácil perceber onde nos leva cada um deles. A noção de aleatoriedade, sugerida por alguns dos artistas, ganha forma neste momento.

Página Original:



Nota do Editor

Este projeto visa explorar a cultura D-I-Y, herdando determinados pressupostos da cultura Punk e, consequentemente, transportá-los para a era digital. Criando desta forma, uma Fanzine online. Conta com a participação de diversos artistas que aceitaram o desafio de criação em nome próprio. Assim, encontrar uma oportunidade de transcender a previsibilidade dos contextos criativos contemporâneos. Se o leitor assim entender, poderá usufruir do modelo proposto para eventuais futuros projetos. Para mais informações poderá ser consultado o documento relativo à dissertação de mestrado de Multimídia, através da página na faculdade de engenharia da Universidade do Porto.

Figura 13: Página da capa da Fanzine Original

A escolha do formato da imagem recorre a uma comparação direta com as páginas físicas de uma Fanzine. A sombra colocada acrescenta um fator alusivo a essa semelhança com a realidade. Tirando partido da possibilidade de conteúdo animado, foi criado um *Gif*. A colagem em si joga com dimensões e conjuntos irreais, tal como foi definido pelos artistas como original.

Para exemplificar o perfil de página só com imagens e entrevista escrita, passamos à análise da página da Ana Margarida:



Figura 14: Página do cartaz da Ana Margarida

Do lado esquerdo, o poster. A textura criada nos posters remete para uma fusão entre a textura de um papel de alta gramagem aliado ao ruído das imagens com pouca resolução. Assim, reforçar a

dualidade entre aquilo que é esperado de uma plataforma tipo, e a imprevisibilidade que o digital pode fornecer.

Do lado direito, um excerto da entrevista. Este foi retirado especificamente pela sua relação direta com as imagens apresentadas no cartaz. Abaixo estão dois links. O primeiro, para o leitor poder aceder à entrevista na sua íntegra. O segundo, lembrando a sugestão de hiperligação para aceder a informações relacionadas com a temática. Neste caso, para o website da Ana Margarida, onde o leitor poderá encontrar mais dos seus trabalhos, entre outros dados.

Para exemplificar o perfil de página com conteúdo em vídeo e som, passamos à análise da página da Nerea Castro:



Figura 15: Página do cartaz da Nerea Castro

A disposição mantém-se coerente. Do lado esquerdo, o poster. Ao contrário do poster analisado anteriormente, este contém elementos em movimento. Neste caso um vídeo, que inicia automaticamente ao entrar na página, mas que pode ser parado pelo leitor a qualquer momento.

Do lado direito, também um excerto da entrevista. Todavia, em alternativa ao download da entrevista escrita na sua íntegra, o leitor poderá ouvi-la. À semelhança do cartaz da Ana Margarida, também este tem um link que remete para a página pessoal da artista.

Em suma, encontra-se, através da Fanzine, um lugar onde existe liberdade para dispor trabalhos que possivelmente não se iriam partilhar nas habituais redes sociais. E que, dessa forma, contrariam a previsibilidade dos contextos criativos contemporâneos.

3.4. Poster de moda

Nesta fase, aparece a necessidade de contribuir para a Fanzine Original com um trabalho de autoria própria. Logo, partir de um desafio semelhante ao proposto aos artistas adicionando uma pesquisa e análise das entrevistas.

Após este confronto, foi-se verificando um conjunto de elementos que poderiam ser descritos como originais, nas imagens apresentadas pelos artistas. Dos quais:

- Pés magoados;
- Gato;
- Luz nem muito intensa nem muito sombria;
- Dourado barroco fora do contexto habitual;
- Enquadramento;
- Materiais como a ametista, demasiado dispendiosos;
- Um projeto resultar de um erro;
- Formas inesperadas;
- Incluir uma história numa só imagem;
- Mucos em sítios inesperados do corpo humano;
- Humanizar animais;
- Atribuir super-poderes a objectos inanimados;
- Títulos detalhados;
- Música acabar inesperadamente;
- Uma composição informal;
- A simplificação de uma imagem;
- A passagem de analógico para digital.

O cartaz criado, alusivo à moda serve-se destas noções de originalidade, de uma interpretação pessoal deste conceito e da investigação retratada no estado da arte, nomeadamente, no capítulo 'Indústria da Moda'.



Figura 16: Cartaz de Moda por Beatriz Cavaleiro

Um dos elementos sugeridos como novo meio de publicitar a moda foi o *Gif*. Em vez de as habituais imagens estáticas, cada vez mais, as marcas introduzem tanto em e-mails como websites, os *Gifs*. Assim sendo, decidiu-se criar movimento através das letras, ou títulos.

Os elementos de fotografia de moda, apesar de digitais, sofreram um tratamento de imagem que os tornou semelhantes a uma fotografia analógica. Para isso, no *Adobe Photoshop*, tornou-se a imagem monocromática e adicionou-se grão. Estes, foram recortados de forma a relembrar uma colagem.

Segundo as entrevistas, os animais surgem como componente original. Tanto na sua simples existência nas imagens, como também associando a alusivas atitudes humanas. Tendo isto em conta, decidiu-se colocar uma raposa e um urso. Os seus tamanhos incoerentes com a realidade remetem para uma criação de formas inesperadas, tal como referido nas entrevistas. E as suas posições na composição sugerem uma história a ser contada. A raposa colocada num diálogo com a imagem humana do canto superior esquerdo, protege de certa forma, o urso deitado nas flores.

Dando continuidade a esta ideia de história, é colocado uma lua, sugerindo o espaço de habitação de todos estes elementos.

Em síntese, esta imagem poderá ser descrita como a história de um universo paralelo em que animais e humanos se apoiam de forma a preservar o seu espaço. Sendo que, nesta lua alternativa, tudo é possível, também se torna plausível a total liberdade para contrariar noções de estilo e consequentemente escapar de definições criadas pelas grandes marcas de moda.

3.5. Síntese

Em suma, o processo de implementação passou por quatro fases.

Numa primeira, abordagem deu-se prioridade à pesquisa em campo de forma a delinear os problemas da criação criativa. Concluiu-se, portanto, que havia ainda necessidade de quebrar determinados pressupostos sociais de forma a produzir livremente. Acrescentando a conveniência de questionar os conceitos de originalidade e banalidade.

Assim sendo, foram feitas entrevistas aos artistas convidados, não só, para definir essas noções, mas também, criando um complemento que contextualiza, de certa forma, os trabalhos por eles produzidos.

De seguida foi criada uma Fanzine, de nome “Original”, que reuniu determinadas noções de originalidade, especificadas pelos artistas. Assim, os trabalhos elaborados, foram dispostos em formatos semelhantes a páginas físicas de uma Fanzine comum, de forma a criar uma associação com a realidade. No entanto, foram acrescentados detalhes que apenas se tornaram possíveis tendo em conta a sua natureza digital.

Para complementar a Fanzine Original, com um trabalho de autoria própria, e, tendo em conta as noções estabelecidas pelos artistas, foi criado um cartaz alusivo à moda. Este partiu, também, da pesquisa realizada nesse sentido. E da necessidade de dar liberdade para divulgar a moda e o estilo de uma forma menos comercial e mais experimental.

Por fim, segue-se um capítulo de conclusões e trabalho futuro. Onde será tratada a satisfação dos objetivos e como se pretende expandir o projeto.

4. Conclusões e Trabalho Futuro

4.1. Satisfação dos Objetivos

Tendo em conta que noções de originalidade e banalidade são muito pessoais, e que existem questões culturais e sociais das quais muito dificilmente nos desprendemos, é dificultada a criação que contribua com ideias novas para o meio em que nos inserimos. Em contrapartida, encontrou-se na cultura DIY uma oportunidade de criar algo novo, mesmo que muito semelhante ao que já existe.

Portanto, é possível transcender a previsibilidade dos contextos criativos contemporâneos através da cultura digital DIY. Sendo que, a partir desta prática, se desenvolvem elementos estéticos e semânticos novos, que emergem de uma criação original e autónoma. Através dos trabalhos dos artistas, foi possível entender que, lançando o desafio de uma criação livre, estes tiveram a oportunidade de, segundo as suas noções de originalidade, encontrar elementos que, de facto, tornam os seus trabalhos originais. No entanto, é inevitável a identificação de elementos banais, tendo em conta que fazemos todos parte de uma comunidade, acabamos por ter referências semelhantes.

A Fanzine, revela-se como mecanismo de produção e disseminação criativa assegurando a autonomia e originalidade. A vantagem desta plataforma, a nível de disseminação, em relação a qualquer rede social, é a possibilidade de criar um espaço seguro que ofereça liberdade aos artistas para um momento de criação em nome próprio. Excluindo a possibilidade de determinado trabalho ser aceite ou não, através de gostos, comentários ou partilhas. Desta forma, é possível contrariar o fenómeno recorrente de esvaziamento conceptual, contextual e até ideológico que é propiciado pelas grandes indústrias, quer seja de moda, como de redes sociais.

4.2. Limitações ao Estudo

Uma das limitações ao projeto foi a escassez de tempo, tendo em conta que não permitiu ampliar as dimensões do projeto. Poderia ter colaborado com mais artistas e reunir com mais pessoas associadas à temática, como é o caso do João Pedro Azul da *Fanzine*. Quantas mais contribuições, mais enriquecido se tornaria o projeto.

Sendo que as Fanzines são projetos independentes e normalmente impressos, é difícil encontrar um registo on-line associado. Assim sendo, dificultou um pouco a pesquisa nesse aspeto. No entanto, permitiu que a criação da Fanzine Original se desprendesse de quaisquer formatos ou padrões, tornando-a, conseqüentemente, Original.

As parcerias foram necessariamente criadas de forma a se integrar no quotidiano dos artistas. As entrevistas tiveram, portanto, de surgir de um contexto familiar ao artista. Tal como os próprios contributos. Assim sendo, foi inevitável depender das suas rotinas. Isso adiou, inevitavelmente, a conclusão da Fanzine. No entanto achou-se que seria essencial que assim fosse, tendo em conta um ambiente propício à liberdade e conforto do artista.

4.3. Trabalho Futuro

Num futuro próximo, está prevista a criação uma nova versão da Fanzine tendo em conta as sugestões apresentadas pelos artistas através das entrevistas.

Consequentemente, estender o seu número de colaborações. Sendo que, outros artistas mostraram interesse em colaborar com o projeto, mas que, infelizmente, não tiveram oportunidade de o fazer. Já surgiram até, mais contribuições, para edições futuras.

Está prevista também a criação de um espaço dedicado a conteúdo aleatório. Ou seja, reforçando a ideia de conteúdo imprevisível, criado através das ilustrações da página inicial da Fanzine Original, acrescentar uma ilustração que funcione como link para uma página de um artista inesperado. Da mesma forma que as ilustrações levam a um cartaz de determinado artista, esta irá levar o utilizador a um artista diferente de cada vez que fizer *clic*. Para isso, irá ser previamente limitado o número de *sites*, de forma a coincidir com uma temática pré-estabelecida.

Tal como referido, na nota de editor da Fanzine Original, este modelo poderá ser apropriado por outras pessoas e isso pode resultar numa série de Originais. Assim sendo, este projeto é um convite aberto, a todos os interessados, a transcender a previsibilidade dos contextos criativos contemporâneos.

Bibliografia

2. (2017). Confidências do Exílio. Retrieved 1 February 2017, from <http://confidenciasdoexilio.weebly.com/2.html>
- Benjamin, W., Jennings, M., Doherty, B., Levin, T., & Jephcott, E. (2008). The work of art in the age of its technological reproducibility, and other writings on media (1st ed.). Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard University Press. Retrieved 17 Março 2017 from https://monoskop.org/images/6/6d/Benjamin_Walter_1936_2008_The_Work_of_Art_in_the_Age_of_Its_Technological_Reproducibility_Second_Version.pdf
- Bennett, A. & Kahn-Harris, K. (2004). After subculture (1st ed.). Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Camellia,. (2015). Cowe SS15. Retrieved 15 Março 2017 from <https://vimeo.com/193291439>
- Camellia,. (2015). Daniela for Blast. Retrieved 15 Março 2017 from <https://vimeo.com/193287746>
- Cavaleiro, B. & Pereira, S. (2016). Anabela. Retrieved 14 Março 2017 from <https://www.youtube.com/watch?v=oyPndMhdCDM>
- Crystina Felipe Borges, H. (2009). Fanzines e as novas tecnologias. Porto: FBAUP. Retrieved from https://sigarra.up.pt/fbaup/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=23744
- Dazed,. (2016). Dazed Archive: "GANG" - A film by Clayton Vomero. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=M8GACSSqap4>
- Dazed,. (2016). Meet four London style tribes. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=InUZTmNhqmQ>
- Dazed,. (2016). "Midnight Ramblers" - A film by Wiissa. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=1NBptPuYdK8>
- Fanzines punk em Portugal (1978-2013): uma cronotopia | Keep it Simple, Make it Fast!. (2017). Keep it Simple, Make it Fast!. Retrieved 1 February 2017, from <http://www.punk.pt/2014/01/17/fanzines-punk-em-portugal-1978-2013-uma-cronotopia/>

Hujć, L. (2010). *The first to know - How hipsters and mavericks shape the zeitgeist* (1st ed.). Great Britain: Bubble Publishing.

Huq, R. (2006). *Beyond Subculture: Pop, Youth and Identity in a Postcolonial World* (1st ed.). USA and Canada: Routledge.

i-D Magazine,. (2015). A Guide to Being a Modern Lady with Natalie Westling. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=QZ3AoTo9GHo>

i-D Magazine,. (2015). A-Z of A Generation. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=o4S80oMERYg>

i-D Magazine,. (2015). Clubland: Beauty and Subculture Through the Ages. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=0ap5E5xjWLO>

i-D Magazine,. (2015). The Future of Fashion. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=yzKM_DXfOBA

i-D Magazine,. (2015). What is Beauty?. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Ow93PuPwa7Y>

i-D Magazine,. (2016). Exploring London's DIY Zine Revolution. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=7jl_EgojPOA

i-D Magazine,. (2016). Exploring Ukraine's Underground Rave Revolution. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=P4G1r2u8m9g>

i-D Magazine,. (2016). Inside Brazil's favelas and the rise of the new Afro hair movement. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=RTi0ebKXrZM>

KENDALL JENNER'S STYLE EVOLUTION. (2017). *Harper's Bazaar*. Retrieved 06 Março 2017 de <http://www.harpersbazaar.com/fashion/street-style/g5809/kendall-jenner-street-style/?slide=139>

Lagerfeld, K. (2011). The Tale of a Fairy. Retrieved 15 Março 2017 from https://www.youtube.com/watch?v=X3_r12fAyy4

Leblanc, L. (1999). *Pretty in punk* (1st ed.). New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.

Lydon, J., Zimmerman, K., Zimmerman, K., González Cobos, T., & Rodríguez Cañas, J. (2008). *Rotten* (1st ed.). Madrid: A. Machado Libros.

Muggleton, D. (2000). *Inside subculture* (1st ed.). Oxford: Berg.

Pacsun,. (2014). Kendall & Kylie Spring 2014 | PacSun. Retrieved 15 Março 2017 from https://www.youtube.com/watch?v=T-bxrR1Jq3Q&list=PL-yDh3wcEunbn2oOJI_TddJcB6f31CGNJ&index=13

Situationist international online,. Retrieved from <http://www.cddc.vt.edu/sionline/>

The Guardian, (2017). Retrieved 4 February 2017, from <https://www.theguardian.com/uk/culture>.

Harris, P. (2011). The iPhone: It's chic, smart and cool, but is it about to lose its mojo?. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/technology/2011/jan/16/iphone-android-apple-mobile-phone>

Thomson, J. (2017). How punk changed cities – and vice versa. *The Guardian*. Retrieved 17 março 2017 from <https://www.theguardian.com/cities/2017/mar/17/how-punk-changed-cities-and-vice-versa>

Apêndices

Apêndice 1: Experiência H&M









Apêndice 2: <Html>

Página Principal

```
<html>
<head>
  <meta charset="utf-8">
  <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
  <title>Original</title>
  <meta name="description" content="">
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
  <meta name="robots" content="all, follow">
  <link rel="stylesheet" href="http://maxcdn.bootstrapcdn.com/font-
awesome/4.6.1/css/font-awesome.min.css">
  <link rel="stylesheet"
href="http://maxcdn.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.3.6/css/bootstrap.min.c
ss">
  <link rel="stylesheet"
href="https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans:400,300,700,800,
400italic">
  <link rel="stylesheet" href="css/style.default.css" id="theme-
stylesheet">
  <link rel="stylesheet" href="css/custom.css">
  <link rel="shortcut icon" href="favicon.png">
</head>
<body>
<div class="se-pre-con">
  </img> Loading...
</div>
  <section id="portfolio" class="no-padding-bottom">

  <div class="container-fluid">
    <div class="row no-space">
      <div class="col-sm-4 col-md-3">
        <div class="box"><a href="original.html">
          </a></div>
      </div>
      <div class="col-sm-4 col-md-3">
        <div class="box"><a href="ana.html">
          </a></div>
      </div>
    </div>
  </div>
</section>
</body>
</html>
```

```

        <div class="col-sm-4 col-md-3">
            <div class="box"><a href="marga.html">
                </a></div>
            </div>
        <div class="col-sm-4 col-md-3">
            <div class="box"><a href="bruno.html" >
                </a></div>
            </div>
        <div class="col-sm-4 col-md-3">
            <div class="box"><a href="jorge.html" >
                </a></div>
            </div>
        <div class="col-sm-4 col-md-3">
            <div class="box"><a href="nerea.html" >
                </a></div>
            </div>
        <div class="col-sm-4 col-md-3">
            <div class="box"><a href="sandrine.html" >
                </a></div>
            </div>
        <div class="col-sm-4 col-md-3">
            <div class="box"><a href="bee.html">
                </a></div>
            </div>
        </div>
    </div>
</div>
</section>
<script
src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.11.0/jquery.min.js">
</script>
<script>window.jQuery || document.write('<script src="js/jquery-
1.11.0.min.js"></script>')</script>
<script
src="http://maxcdn.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.3.6/js/bootstrap.min.js"
></script>

```

```

    <script
src="https://maps.googleapis.com/maps/api/js?v=3.exp&amp;sensor=false"
></script>
    <script src="js/jquery.cookie.js"> </script>
    <script src="js/ekko-lightbox.js"></script>
    <script src="js/front.js"></script>
    <script
src="http://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/modernizr/2.8.2/modernizr.js"
></script>

    <script src="js/loader.js"></script>
</body>
</html>

```

Exemplo página com apenas imagem e texto

```

<html Lang="pt">
<head>
<meta charset="utf-8">
    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
    <title>Ana Margarida</title>
    <meta name="description" content="">
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
    <meta name="robots" content="all, follow">
    <link rel="stylesheet" href="http://maxcdn.bootstrapcdn.com/font-
awesome/4.6.1/css/font-awesome.min.css">
    <link rel="stylesheet"
href="http://maxcdn.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.3.6/css/bootstrap.min.css">
    <link rel="stylesheet"
href="https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans:400,300,700,800,400ita
lic">
    <link rel="stylesheet" href="css/style.default.css" id="theme-
stylesheet">
    <link rel="stylesheet" href="css/custom.css">
    <link rel="shortcut icon" href="favicon.png">
</head>

<body>
<div class="se-pre-con">
    </img> Loading...
</div>
    <div class="container">

```

```

<div class="row">
  <div class="col-md-7">

    <div class="poster">

</img>
</div>

</div>
<div class="col-md-5">
  <h4>Excerto da entrevista a Ana Margarida</h4> <br>

```

```

<h6>O que é que torna as tuas imagens originais. O que é que torna as
tuas imagens banais:</h6> <br>

```

Coração (Canto superior direito):
 Aqui o original é o enquadramento. Na fachada não tem importância nenhuma esta janela normal. Mas achei que seria engraçado a primeira percepção que se tem da casa ser espreitando pela janela. O que é banal é o poster do snoop dog. A cultura Pop. Para uma pessoa que veja a imagem arranjar uma referência da atualidade. Às vezes facilita a missão. Acaba por criar uma empatia forçada.

Baroque nest (A baixo do Coração):
O que faz desta imagem original é o dourado, o barroco. Como estava em Itália decidi ser patriota e mostrar algo português. E daí a talha dourada. Pegar em materiais da igreja, da antiguidade, do nosso passado, e usar numa cama de um cão. O banal é que tinha de ser exequível. Então a parte traseira do ninho tinha de seguir umas certas normas. Eu queria fazer algo mais orgânico, mas não pude porque tinha de fazer algo que suportasse este portal barroco. Portanto o banal é a forma.

Playground (A baixo do título):
 Original é a forma do objeto. Tentar criar espaços a partir de uma forma circular. A forma circular é muito forte, é uma forma que reúne e que te afasta, com o côncavo e o convexo. A originalidade aqui resulta da multiplicidade de formas que a forma circular permite. O banal aqui é ter que explicar como é que o espaço resulta. Pôr as silhuetas nos desenhos a fazerem as coisas para as pessoas perceberem. É banal porque é aquilo que todos os arquitetos usam.

Dialogar (Junto a Playground):
A originalidade da imagem resulta dos materiais. Fiz uma escadaria em ametista. Este é o piso de dialogar, então pensei nos anfiteatros e decidi dar muita presença à escadaria. E nunca vi escadas de ametista até porque é um material caríssimo. O banal são as questões arquitetônicas. A impossibilidade de fazer as entradas do espaço mais magníficas. Apesar de ter umas escadas de ametista, não deixa de ter umas entradinhas em arco.

Interstício (Canto inferior esquerdo):
 Esta imagem faz parte da torre, e este piso surgiu por acaso. Isto resultou de um erro e isso torna-a original. Eu só tenho este piso porque tinha um espaço entre outros dois pisos que não sabia como resolver. Por outro lado é banal porque apesar de tudo tive de seguir normas. As regras do pé direito que tem de ter, a luz que tem de entrar. Por muito que eu queira ser diferente tenho o meu lado arquitetónico a dizer-me para ter calma. Esta torre é utópica mas é exequível.

Síntese (Canto inferior direito):
Original é eu conseguir mostrar a minha visão através de uma só imagem. Conseguir mostrar o meu mundo através de uma só imagem. A originalidade desta imagem está no facto de resultar tão bem com tanta coisa. Conseguir ser uma síntese daquilo que eu sou enquanto arquiteta. O que tem de banal é ter de recorrer a referências, neste caso um arquiteto de renome, para validar a imagem. Uma referência para que as pessoas se sintam confortáveis em acreditar em mim.


```
<a class="btn btn-primary" href="img/entrevistas/marga.pdf" target="_blank"> Download da Entrevista <span class="glyphicon glyphicon-chevron-right"></span></a> <br> <br>
```

```
<a class="btn btn-primary" href="http://www.fantasizedarchitecture.com/" target="_blank">Descobre mais sobre a Margarida <span class="glyphicon glyphicon-chevron-right"></span></a>
```

```
</div>
```

```
</div>
```

```
<hr>
```

```
</div>
```

```
<!-- /.container -->
```

```
<script
```

```
src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.11.0/jquery.min.js"></script>
```

```
<script>window.jQuery || document.write('<script src="js/jquery-1.11.0.min.js"></script>')</script>
```

```
<script
```

```
src="http://maxcdn.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.3.6/js/bootstrap.min.js"></script>
```

```
<script
```

```
src="https://maps.googleapis.com/maps/api/js?v=3.exp&amp;sensor=false"></script>
```

```
<script src="js/jquery.cookie.js"> </script>
```

```
<script src="js/ekko-lightbox.js"></script>
```

```
<script src="js/front.js"></script>
```

```
<script src="js/loader.js"></script>
```

```
</body>
</html>
```

Exemplo página com conteúdo de vídeo e som

```
<html Lang="pt">

<head>
<meta charset="utf-8">
  <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
  <title>Nerea</title>
  <meta name="description" content="">
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
  <meta name="robots" content="all, follow">
  <link rel="stylesheet" href="http://maxcdn.bootstrapcdn.com/font-
awesome/4.6.1/css/font-awesome.min.css">
  <link rel="stylesheet"
href="http://maxcdn.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.3.6/css/bootstrap.min.css">
  <link rel="stylesheet"
href="https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans:400,300,700,800,400ita
lic">
  <link rel="stylesheet" href="css/style.default.css" id="theme-
stylesheet">
  <link rel="stylesheet" href="css/custom.css">
  <link rel="shortcut icon" href="favicon.png">
</head>

<body>
<div class="se-pre-con">
  </img> Loading...
</div>
  <div class="container">
    <div class="row">
      <div class="col-md-7">
        <div class="poster">
          <video src="img/portfolio/negev-nex.mp4" controls autoplay >
            </video>
        </div>
      </div>
      <div class="col-md-5">
        <h4>Excerto da entrevista a Nerea Castro</h4> <br>
```

`<h6>O que é que torna o teu vídeo original. O que é que torna o teu vídeo banal: </h6>
`

Não sei se é original. Acho que para as pessoas pode ser considerado original pelo facto de não estarem habituados a recolher uma imagem, e descompor essa imagem. Estamos habituados a ver uma imagem, uma fotografia e neste caso é recolher essa fotografia e analisá-la mais de uma forma temporal. A ideia é tentar ter uma experiência no tempo e não só... Neste caso o Negev foi tirada no deserto do Negev. Depois de ter oportunidade de passear pelo deserto. Então é tentar capturar aquela essência de como, neste caso em concreto tenho esse interesse, e como a luz não reflete as, não nas cores... Banal, de facto sim, porque faz dias que vi umas imagens muito parecidas e logo também vi a capa do, acho que é a capa, do novo disco de Ryuichi Sakamoto e justamente recolhia uma imagem e fazia o mesmo. É o facto de ser simples. Por isso é uma imagem com um confronto, por ser simples acho que é original mas a sua simplicidade também acho que é banal.

`

 Ouve a entrevista aqui
`

`<audio src="img/portfolio/nex.mp3" controls> </audio>`

`

`

`Descobre mais sobre a Nerea `

`</div>`

`</div>`

`<hr>`

`</div>`

`<script`

`src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.11.0/jquery.min.js"></script>`

`<script>window.jQuery || document.write('<script src="js/jquery-1.11.0.min.js"></script>')`

`<script`

`src="http://maxcdn.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.3.6/js/bootstrap.min.js"></script>`

`<script`

`src="https://maps.googleapis.com/maps/api/js?v=3.exp&sensor=false"></script>`

`<script src="js/jquery.cookie.js"> </script>`

`<script src="js/ekko-lightbox.js"></script>`

`<script src="js/front.js"></script>`

```
<script src="js/loader.js"></script>  
  
</body>  
  
</html>
```

Apêndice 3: Cartazes

ORIGINAL



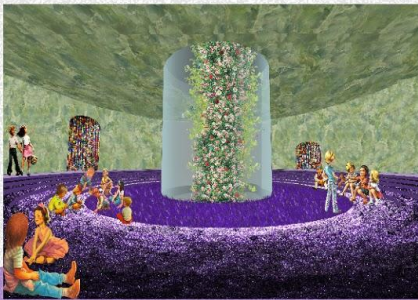


ANA CLÁUDIA SILVA



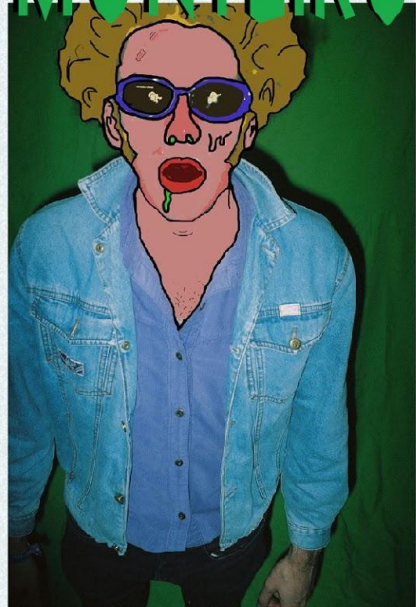


ANA MARGARIDA



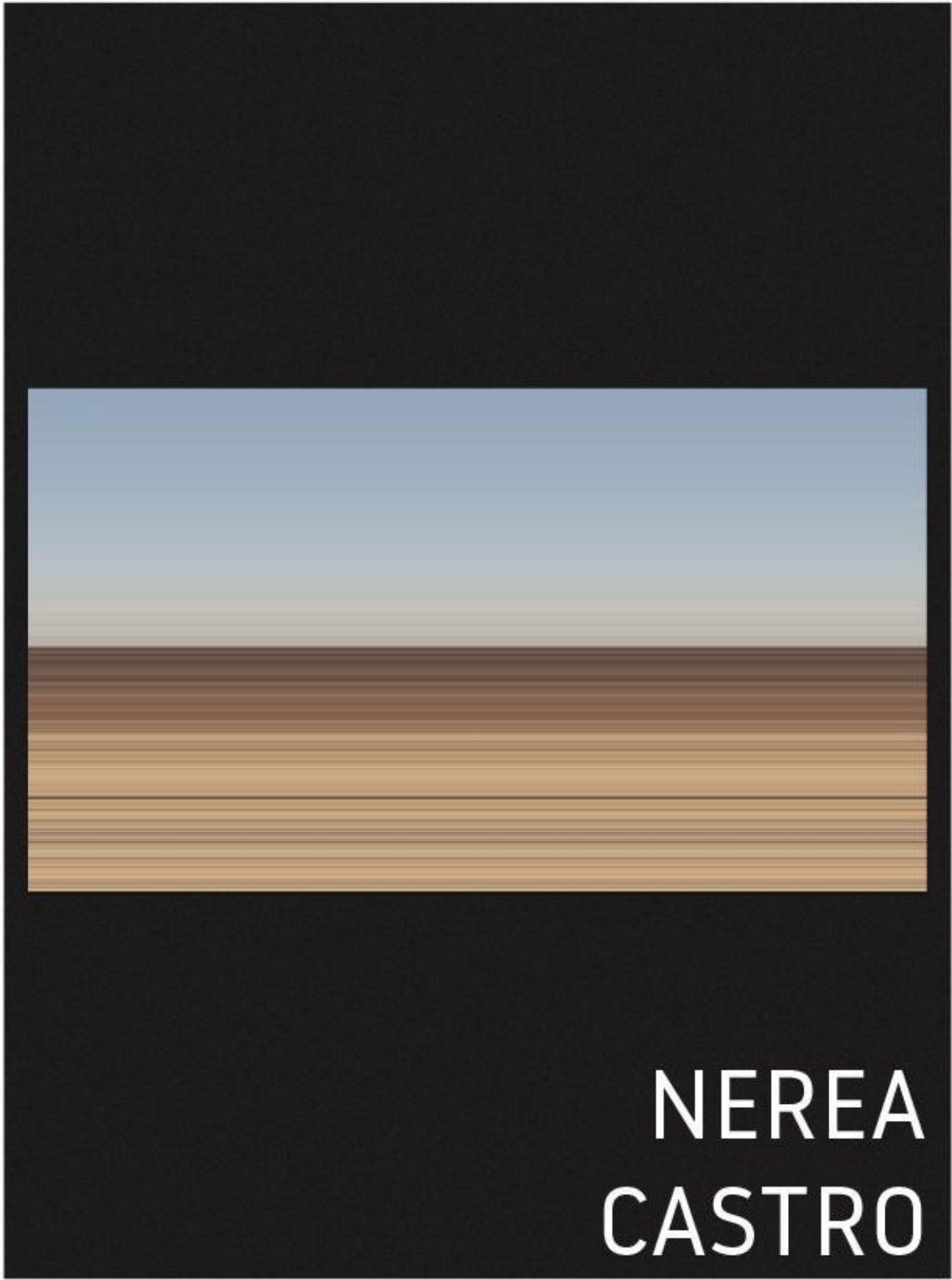


BRUNO MONTEIRO



Jorge
Monteiro





NEREA
CASTRO

SANDRINE MALTA

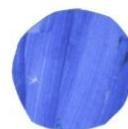


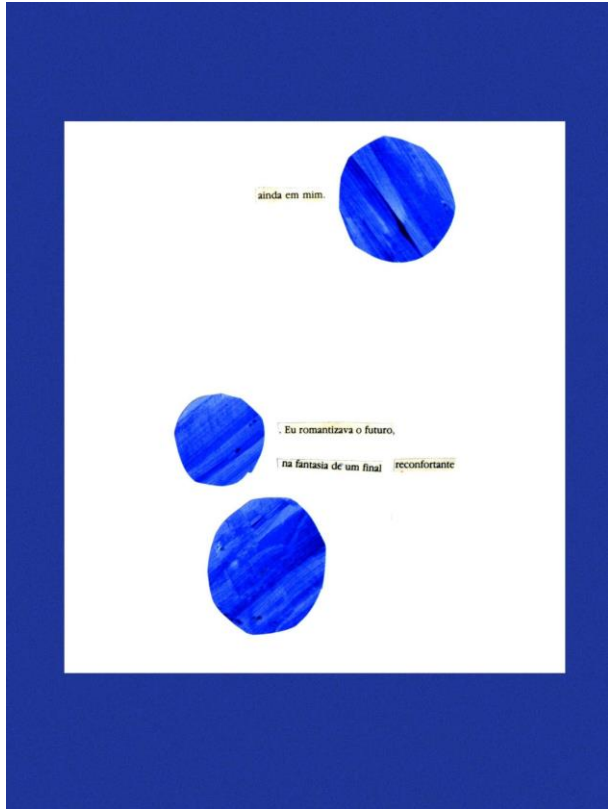
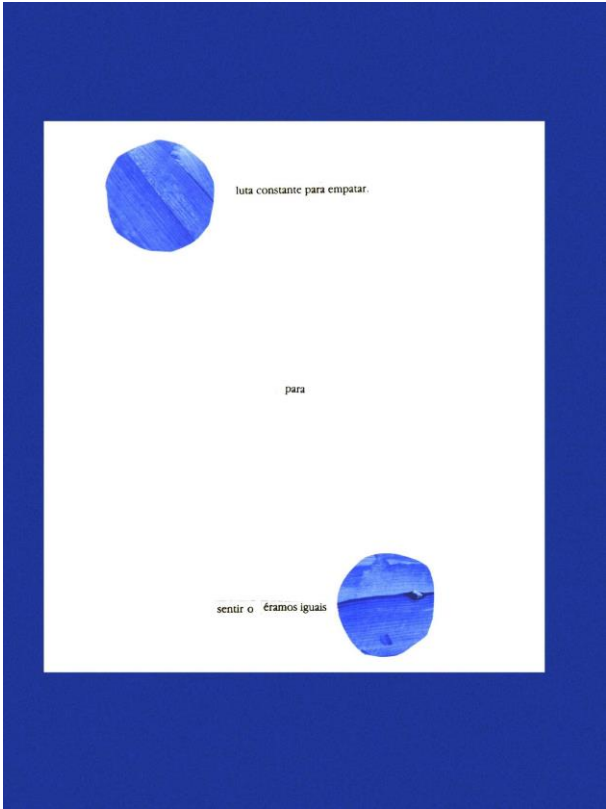
Dali em diante, ia metter mais um becado.



Ele não apareceu.
Esta era uma situação
das mais incomuns
foi a causa da minha
morte

Como posso
me livrar do
Seu cheiro.





CAVALEIRO



REVISTA

Apêndice 4: Transcrições

As entrevistas que se seguem foram transcritas através da gravação feita aquando o momento da entrevista.

Ana Cláudia Silva

Um momento da tua vida em que te sentiste verdadeiramente original:

- Um momento da minha vida em que me senti verdadeiramente original? Epa, isso é uma pergunta bastante difícil. Hum.. waw. Bom, se calhar diria que, o momento em que comecei a sentir-me ligeiramente original, porque eu acho que sentir-me sempre, ou verdadeiramente original, é assim mais utópico. Acho que podemos sempre conseguir um bocadinho mais e mais. Se calhar foi quando comecei a fotografar. Embora sempre estivesse envolvida em muitos projetos e muito distintos. Coisas bastante fora da minha vida. Nunca me senti aquela pessoa que tem ideias e que as concretiza. Muito pelo contrário. Eu preferia trabalhar em grupo, juntar-me a alguém em associações e assim, e a partir dessas ideias começar a fabricar. Ou alguém dizer-me ‘olha, quero fazer isto’, e a partir do ‘isto’ eu fazia mil e uma coisas. Realizava mil e uma coisas. Mas a partir dali, no momento em que começo a fotografar começo a perceber que aí estava a fazer algo que no meu olhar, é original. Claro que, hoje em dia, ser original também já é um bocadinho discutível, já há muita coisa, não é? Mas sim, a partir do momento em que comecei a fotografar.

Um momento da tua vida em que te sentiste particularmente banal:

- Ui! Não sei. Nunca pensei nisso. São temas que, sei lá, passamos o dia todo a correr, em trabalho, e em projetos, que isso nunca me passou pela ideia. Se calhar também na fotografia, possa cair no banal. Porque dentro do género de fotografia que eu me enquadro, entre aspas, no caso da fotografia de espetáculo, posso cair no banal. Porque há muita gente a fazer fotografia de espetáculo. Se calhar cai no digital quando eu digo que vai ser analógica e não há ninguém a fazer fotografia de espetáculo em analógico. E isso é uma dualidade.

Consideras que tens um estilo de trabalhos?

- Hum. Sim. Já me tinham feito essa pergunta uma vez. Curioso. Eu, cá está, eu enquanto observadora/fotógrafa, perdi-me. Não, eu não consigo rotular o meu estilo. Porque é assim, eu não tenho qualquer.. Não tenho um curso, sou completamente autodidata. Deram-me uma câmara para as mãos, explicaram-me três ou quatro coisas no funcionamento da câmara, e eu comecei a disparar. Sendo analógico então, para alguns é um pesadelo, é mais difícil, para outros é o mais fácil. Para mim nem foi mais fácil nem mais difícil, porque nunca tinha tido grande contacto com uma câmara. E na minha perspectiva, não há nada ali que eu olhe e que diga que é especial e que estou ali eu. Contudo, há pessoas que eu não conheço de lado nenhum, que às vezes me escrevem, e que me dizem ‘epa, adoro, e consigo ver, que há ali algo de ti’. E claro que eu fico super feliz. Ainda sendo fotografia de espetáculo as pessoas ainda vêm ali algo de que me conhecem. Porque há muitos anos que vejo espetáculo, e há muitos anos que vejo fotografia de espetáculo, acho que tenho muitas influências, mas acho que nunca me enquadrei ou imitei aquelas referências. São meramente referências, e gosto. E

também há referências que eu não gosto, mas tento sempre juntar tudo num todo, e a partir daí, tentar adaptar aquilo que vejo.

Tens algum ritual de criação?

- Não, de todo. (risos) Não tenho ritual de criação. É assim, quando eu comecei a fotografar, o conceito até hoje é o mesmo, eu fotografar para mim. Essa é a base principal, eu fotografo não é para agradar x, y, a minha mãe, o meu pai, a minha família, enfim, não. Nem para me agradar. Eu fotografo porque quero ter aquele registo para mim, para sempre. E sempre foi essa a base. Depois, a partir do momento em que começo a fotografar, os amigos e a família, e a tirar retratos, começo a entrar aí na fotografia de espetáculo, porque é o meu segundo lado. Primeiro o viver com quem é mais próximo, e depois o lado de viver aquilo que eu mais gosto que é música. E aí a experiência de fazer fotografia de espetáculo. E depois, começou a aparecer pequenas ideias mas de momento. Ou porque conheci um tipo brasileiro da qual me apaixonei, e surgiu dali um projeto, não está finalizado e não faço ideia de quando é que vai ser finalizado. Quando fui aos Açores também fotografei muito porque era algo que eu queria visitar há muitos anos e finalmente consegui e, queria trazer o máximo de memória. E a partir daí nasceu um outro projeto, também não sei quando é que vai ficar acabado, provavelmente só no fim do próximo ano, porque eu ainda quero lá ir. Vai ser um projeto em quatro mãos, com mais uma pessoa, e essa pessoa vai escrever. Portanto, eu ainda tenho de lá voltar, essa pessoa ainda tem de se inspirar para escrever. Sem nunca lá ter ido vai escrever sobre as fotografias que eu trago. Mas sempre foram coisas do momento. Nunca foi uma coisa do género 'ah eu tenho estas fotografias, ou eu queria abordar aquele conceito, então eu vou explorar'. Não há um método, não há um caminho, não há um princípio nem um fim. Quer dizer, agora neste projeto já há um princípio, não há é propriamente um fim à vista. Mas não há um momento, não. É quase tudo meio como se fosse uma epifania. Mais ou menos isso.

Como é que consideras que o formato da Fanzine possa ser reinventado?

- Sim, eu acho que sim. Aliás, acho que atualmente, do pouco que tenho visto, há muitas pessoas a criar objetos de autor, a vendê-los, a fazer pequenas edições limitadas. Mas a dar a conhecer aquilo que fazem. Como um objeto artístico. Eu não tenho grande contacto com essa realidade, digital. E acho que, na verdade, nunca vi uma fanzine online, sempre vi fanzines em papel. Seja coisas muito boas, com papel bom, com um design todo muito cuidado, como já vi folhas A4, dobradas em 8, e vêes aquilo numa cena bué minúscula, mas percebes que há uma dedicação por parte do autor. Também há aqueles que querem muito saber, e outros que não querem saber, que fazem só por fazer. Em digital, hum, fanzines, não tenho qualquer tipo de contacto. Portanto, acho que até pode ser como a cena dos livros e dos ebooks. Pode ou não funcionar, não é? Aliás, uma fanzine online, até pode ser o complemento de uma fanzine em papel. Teres, imagina, três fotografias, de um conceito, e no fim, se queres saber mais, vai ao tumblr, ou vai ao instagram. Acho que pode ser um complemento, claro que pode funcionar bem num todo, mas pode ser um complemento.

O que é que torna as tuas imagens originais? O que é que torna as tuas imagens banais?

- Pés: Bom, o banal pode ser a bagunça daqueles chinelos num canto. Porque eu deixo os chinelos em qualquer sítio e acho que qualquer pessoa que chega a casa a primeira coisa que faz é descalçar-se e calçar os chinelos. E depois de repente quer fazer não sei o quê e deixa os

chinelos num canto e começa a andar descalço pela casa, porque está calor ou não sei quê. O outro elemento se calhar particular, será os pés. Porque os pés servem para muita coisa. Servem para caminhares na tua vida, para caminhares seja físico ou mentalmente. Pode ser uma alusão a estas coisas. E depois há ali a minha unha preta, que me remete a um episódio muito particular e muito especial. Já estou assim há cinco meses. É original porque acho que ninguém vai tirar uma fotografia a uma unha com sangue pisado porque deixou cair uma câmara em cima do pé, numa noite de Dezembro, invernososa, com os pés molhados porque estava a chover torrencialmente.

- Gato: O Simão é o meu gatinho. Ele é o elemento fundamental naquela imagem. O elemento banal será aquela botija de gás que é onde ele está sentado em cima. (risos) Acho que é o único elemento banal ali, porque tudo o que está à volta do meu gato é ar, porque ele está centrado na fotografia. Na imagem, ele é o alvo, por isso ele está centrado. Tudo o resto é ar. Portanto só ele ali é que interessa. O elemento original é o meu gato. O Simão, grande Simão.
- Candeeiros: Os candeeiros.. O elemento original poderá ser a luz. Sim, pode ser a luz, porque é uma média-luz. Uma luz que não ficou nem muito intensa, nem muito, sei lá, sombria. O elemento banal será mesmo o objeto em si, o abajour. Toda a gente já viu candeeiros chineses num restaurante chinês. Agora, a luz é o elemento original e é o elemento que também nos transporta para grandes viagens.

Ana Margarida

Um momento da tua vida em que te sentiste verdadeiramente original:

- Quando comecei o mestrado. Em arquitetura temos 3 anos de licenciatura que é igual para todos e depois no mestrado, apesar de ser integrado, temos de escolher uma área. E quando eu escolhi utopias, foi aí que comecei a ter liberdade de escolha, foi aí que pensei ok, já não estou tão condicionada pelas regras, pelos enunciados. O professor dava-nos liberdade máxima. Nunca mais me vou esquecer, nós no primeiro ano tínhamos de fazer uma maquete de esferovite. E houve uma altura em que eles disseram ‘agora vão introduzir uma árvore’, e eu cheguei a casa e fiz uma árvore em fimo, uma laranjeira, com bolinhas laranja. Quando cheguei à faculdade as pessoas ficaram a olhar para mim do género ‘o que é que tu fizeste?’, viraram-se para mim e disseram ‘Marga, isso é ridículo’. Conclusão, o que eles queriam era uma árvore branca numa maquete branca, à escala. E isso cortou-me as pernas. Comecei o meu curso a pensar. Eu é que estou mal. Tenho que me adaptar a isto. Até que no meu quarto ano, quando tive Utopias, tive liberdade máxima, desde sempre. E pensei que podia ser quem eu sou na realidade, posso exprimir a minha maneira de ver as coisas, de desenhar as coisas, de pensar como é que é o habitar. Porque era para desenhar a minha casa. Não tinha compromissos com nada, até porque a casa era na lua. Foi muito importante para o meu percurso, foi aí que pensei, se aqui fiz isto, agora quero fazê-lo sempre. Foi aí que senti o clique. E se não fosse isso hoje estaria frustrada a fazer arquitetura.

Um momento da tua vida em que te sentiste particularmente banal:

- Foi no início da faculdade. Entrei em arquitetura cheia de expectativas. Depois de vir de ciências. Para poder seguir a minha veia artística. E dei por mim a fazer um trabalho igual a toda a gente. Eles obrigavam-nos a isso mas eu fui na onda. Aqueles três anos de faculdade

foram frustrantes porque eu era mais uma. E nessa altura o meu trabalho, para mim, não me interessava minimamente. Eu não questionava, porque era muito imatura, e então eu achava que era assim que tinha que ser. Eu pensava, tens que seguir a fórmula e ser igual aos outros. E agora olho para trás e penso ‘o que é que foste fazer da tua vida naqueles três anos?’. Enquanto que agora o trabalho é das coisas mais importantes da minha vida, na altura não era nada motivante. Sentia-me banal, porque eu fazia porque tinha de ser, porque eram as regras. E já sabia que se fizesse uma laranjeira de fimo ia ser recriminada. Como me fartei de ser humilhada por aquilo que fazia, decidi seguir a norma.

Tens algum ritual de criação?

- Como sou uma pessoa muito regrada eu tentei ter regras, mas nunca funciona. Fazia listas e dizia que a ordem ia ser esta, esta e esta. E esforçava-me para seguir, só que quando o tentava fazer, nada acontecia. A criatividade não fluía simplesmente. Quando menos esperava apareciam as coisas. Às vezes quando estava a passear com o Ghandi, o meu cão, ou a acordar, aparecia-me tudo. Na minha tese criei uma fórmula para a fantasia. No início ia chamar-lhe receita, mas para ser assim tinha de ter regras específicas e ingredientes. E por isso o meu orientador sugeriu o nome fórmula. Tento impor regras na minha vida pessoal, mas no meu trabalho isso não funciona.

E consegues definir o teu estilo em termos de trabalho?

- Não. Acho que acima de tudo, o meu tema de foco é a fantasia. A minha inspiração vem do mundo da fantasia, dos filmes, dos livros, das utopias, das distopias. Mas se quiser rotular torna-se limitativo. Até porque acho que é uma coisa que nem existe. O que eu estou a tentar explorar muita gente não entende e acha que é devaneio meu. E já me disseram isso. Cada trabalho que faço tem uma abordagem diferente. A semente principal é que tento que seja o mais fantasioso possível, o mais carismático possível e fazer algo que emocione. O que eu quero mesmo é que a pessoa olhe para aquilo e se emocione, que sinta algo. Que não passe e ache giro, mas sim algo que faça a pessoa parar e que desperte algo nela. Nem que seja gozo ou repulsa. Mas que ao menos faça com que a pessoa se queira manifestar perante aquilo que eu fiz. Criar uma reação.

O que é que torna as tuas imagens originais? O que é que torna as tuas imagens banais?

- Baroque nest: O que faz desta imagem original é o dourado, o barroco. Como estava em Itália decidi ser patriota e mostrar algo português. E daí a talha dourada. Pegar em materiais da igreja, da antiguidade, do nosso passado, e usar numa cama de um cão. O banal é que tinha de ser exequível. Então a parte traseira do ninho tinha de seguir umas certas normas. Eu queria fazer algo mais orgânico, mas não pude porque tinha de fazer algo que suportasse este portal barroco. Portanto o banal é a forma.
- Coração: Aqui o original é o enquadramento. Na fachada não tem importância nenhuma esta janela normal. Mas achei que seria engraçado a primeira percepção que se tem da casa ser espreitando pela janela. O que é banal é o poster do snoop dog. A cultura Pop. Para uma pessoa que veja a imagem arranjar uma referência da atualidade. Às vezes facilita a missão. Acaba por criar uma empatia forçada.
- Dialogar: A originalidade da imagem resulta dos materiais. Fiz uma escadaria em ametista. Este é o piso de dialogar, então pensei nos anfiteatros e decidi dar muita presença à escadaria.

E nunca vi escadas de ametista até porque é um material caríssimo. O banal são as questões arquitetônicas. A impossibilidade de fazer as entradas do espaço mais magníficas. Apesar de ter umas escadas de ametista, não deixa de ter umas entradinhas em arco.

- Interstício: Esta imagem faz parte da torre, e este piso surgiu por acaso. Isto resultou de um erro e isso torna-a original. Eu só tenho este piso porque tinha um espaço entre outros dois pisos que não sabia como resolver. Por outro lado é banal porque apesar de tudo tive de seguir normas. As regras do pé direito que tem de ter, a luz que tem de entrar. Por muito que eu queira ser diferente tenho o meu lado arquitetónico a dizer-me para ter calma. Esta torre é utópica mas é exequível.
- Playground: Original é a forma do objeto. Tentar criar espaços a partir de uma forma circular. A forma circular é muito forte, é uma forma que reúne e que te afasta, com o côncavo e o convexo. A originalidade aqui resulta da multiplicidade de formas que a forma circular permite. O banal aqui é ter que explicar como é que o espaço resulta. Pôr as silhuetas nos desenhos a fazerem as coisas para as pessoas perceberem. É banal porque é aquilo que todos os arquitetos usam.
- Síntese: Original é eu conseguir mostrar a minha visão através de uma só imagem. Conseguir mostrar o meu mundo através de uma só imagem. A originalidade desta imagem está no facto de resultar tão bem com tanta coisa. Conseguir ser uma síntese daquilo que eu sou enquanto arquiteta. O que tem de banal é ter de recorrer a referências, neste caso um arquiteto de renome, para validar a imagem. Uma referência para que as pessoas se sintam confortáveis em acreditar em mim.

Bruno Monteiro

Um momento da tua vida em que te sentiste verdadeiramente original:

- Epa, um momento em que me senti verdadeiramente original, sei lá. Hum! Estas perguntas são bué difíceis. Eu não sei se já me senti verdadeiramente original. Se calhar não. Se calhar, ou nunca ou sempre. Não sei. Deixa ver, o que é que eu já fiz assim... Ah! Eu descobri uma cena, que depois vi que não era original. Pois, então não conta. Mas eu na altura até me senti original. Foi comer banana com pão e canela. Eu lembro-me de uma vez, que experimentei meter banana dentro do pão, e canela. E senti que foi alta descoberta. Senti que, opa, isto é grande cena. Se calhar nunca ninguém pensou nisto, mas depois passado uns anos percebi que ya, que muita gente faz isso.

Um momento da tua vida em que te sentiste particularmente banal:

- Opa, olha no outro dia senti-me.. Mas não é igual a toda a gente. Era uma altura que o meu irmão trazia sempre lembranças para a minha mãe. Que eram imans de frigorífico. E houve uma altura que lhe comprei também imans de frigorífico, e depois senti-me um bocado... Não sei se se aplica nessa pergunta. Mas senti-me um bocado igual ao meu irmão.

Tens algum ritual de criação?

- Pá! Não tenho propriamente... Foi o que eu te disse já da outra vez. Geralmente, sei lá, com música, pá, geralmente no banho surgem-me melodias fixe. É onde surgem mais coisas. Ou quando vou a andar na rua e não sei quê. E geralmente antes de gravar tipo a ideia final, gravo sempre umas coisas no pc. E gravo sempre umas experiências antes e não sei quê. E só depois

é que passo sempre à gravação de uma cena final. Epa, quanto a vídeos ou a imagens também passa um bocado por aí. Eu ando sempre com um caderno atrás. As músicas por acaso surgem-me naturalmente. Mas quando é cenas de imagem e de vídeo, geralmente é sempre 'ok, agora vou pensar nisto que tenho para fazer'. É quando tiro mesmo tempo para pensar em ideias e depois é que elas surgem. Não surgem assim muito naturalmente. Eu vejo muitos tutoriais. E ao ver tutoriais meto-me a mexer e acabam por surgir ideias e etc. É mais por aí. É mais também a ver outras coisas que já foram feitas.

E consegues definir o teu estilo em termos de trabalho?

- Opa não sei, as coisas em geral se calhar são um bocado mais irónicas. Mas nem sempre. Se calhar um bocado infantil. Eu gosto muito da cena infantil. Deve ser por aí. Sei lá, fazer piada das merdas mais banais ou mais estúpidas. Ya, é estúpido e idiota. No fundo é divertido.

Como é que consideras que o formato da Fanzine possa ser reinventado?

- Eu por acaso curto os formatos típicos. Até tenho uma fanzine aqui ao lado. Trouxe da França. Opa, sei lá, eu acho piada a isto ser pequenino e de papel. E para além de ter informação e não sei quê, ter joguinhos, tipo palavras cruzadas e coisas assim, de ver as diferenças. Mas não sei, como podia ser reinventado? Primeiro de tudo dava para meter vídeos e coisas animadas. Que é o que acho que tu vais fazer, né? Se calhar punha num formato tipo site normal. Ya, mas que não te permitisse andar para baixo e para cima. Ser só tipo o tamanho do ecrã do pc, estás a ver? E depois podia dar para mudar a página, clicavas. E depois podias ter bónus no meio, coisas escondidas. Geralmente tu sabes onde é que há-de clicar para as coisas acontecerem mas teres tipo um objeto ou dois que não te passe pela cabeça que tens de clicar lá mas que por acaso descobres e clicas lá e aquilo dá-te um bónus qualquer. De informação, ou um jogo ou assim.

O que é que torna as tuas imagens originais? O que é que torna as tuas imagens banais?

- imagens
 - Gallini tipo cartoon:
 - Original- Ranho a sair me da boca
 - Banal- Igual aos montes de montagens que aparecem no youtube quando pesquisas "Photoshop Tutorials"
 - Sandrine:
 - Original- Nunca tinha visto um porco da Índia às compras, vestido de mexicano
 - Banal- As cores são um bocado irritantes
 - Big Pappus:
 - Original- Hamburguers voadores com capacidades elásticas
 - Banal- O degradé de cores tipicamente usado quando os putos do 5o ano descobrem o WordArt
 - Gif Jonas:
 - Original: Invenção da guitarra elástica
 - Banal: o Jonas arrochar no fim
- música:

- 3 Bananas Spanking a Fat Cop:
Original- O título ser detalhado
Banal- O título corresponder exatamente às imagens que vêm à cabeça de qualquer pessoa quando ouve a música
- Keep Reff:
Original- Isto acabar inesperadamente aos 13 segundos
Banal- Todos os instrumentos estarem afinados

Jorge Monteiro

Um momento da tua vida em que te sentiste verdadeiramente original:

- Lembro-me de um momento, que é muito triste porque não é verdadeiramente original. Mas eu acreditei muito que sim. (risos) É tão engraçado. Que foi no meu 12º ano, portanto já há alguns anos atrás. Que eu desenhei um edifício, que achei que era super revolucionário, era de habitação. E basicamente aquilo funcionava por um piso de acessos outro piso sem acessos, um piso de acessos, outro piso sem acessos. E as habitações o que faziam, basicamente era, intercalar e encaixarem-se umas nas outras, quase como em L, se visses em corte. E o corredor de acesso às habitações era feito pelo meio. Na altura estava super entusiasmado a desenhar a proposta. E na altura falei disso com a minha professora de desenho, e ela pediu-me para lhe explicar o projeto, que ela também gostava bastante de arquitectura. E então, ela disse que aquilo lhe fazia recordar algum projeto, que ela já tinha visto. E eu fiquei muito intrigado com aquilo, e de certa forma, um pouco triste, porque afinal de contas não tinha sido verdadeiramente original. Alguém já o tinha feito. E ela disse-me que deveria ser alguém chamado Corbusier, ou alguma coisa assim. E eu pensei 'ok', então fui ver. Fui pesquisar obras do Corbusier e realmente encontrei uma, que é a unidade de habitação em Marselha, que era exatamente aquilo que eu estava a desenhar na altura. Sem saber que ele já tinha tido essa ideia montes de anos antes. E fiquei um pouco triste, por causa da ideia não ser única. Mas também um pouco honrado. Porque ter uma ideia que, supostamente veio do nada mas que é semelhante à de um arquitecto que é considerado dos mais importantes do séc.XX, não é muito mau. Agora, verdadeiramente original, já que estou a falar desse período de tempo, se calhar, quando tive um desafio de pintura. No qual essa mesma professora, deu-nos um exercício de pintura. E ela disse para termos atenção às formas, à luz, à cor. Então basicamente eu decidi pegar em cartolinas e pintar com um xizato. E deu coisas incríveis. Sei que na altura, muita gente discutiu comigo, a dizer que não era aquele o exercício, que não era suposto. E no entanto, depois até foi um dos mais apreciados. Gostei muito dessa experiência porque senti que não estava a seguir as regras.

Um momento da tua vida em que te sentiste particularmente banal:

- O momento em que me senti mais banal, igual a toda a gente, talvez tenha a haver com a faculdade. Quando eu era muito obcecado, no início, com o curso. E vivia muito focado em tudo o que tinha que fazer, e querer ser melhor, e querer mais. Sem muitas vezes sequer questionar, ou pôr em causa, nada daquilo que estava a fazer. E senti-me banal nesse momento, em que me apercebi que estava a fazer porque era um status quo. Era responder a tudo aquilo que os outros querem que respondas. Talvez tenha sido aí.

Tens algum ritual de criação?

- faço sempre coisas totalmente diferentes. tendo em conta que uma das coisas em que tenho apostado mais ultimamente, que é escrever. e era uma coisa que eu estava sempre um bocadinho em negação. Eu não mostrava, não falava sobre o assunto. Também não falo muito atualmente, mas já falo mais do que aquilo que falava antes. O meu ritual, não sei se é propriamente um ritual. Quer dizer, não, não tenho nenhum ritual. Há alturas em que me sinto mais predisposto a criar, ou a precisar de, sei lá, de desenhar, de ver coisas novas. Normalmente é quando eu estou mais deprimido. Ou quando preciso de extrapolar alguma coisa que sinto e que não sei bem como. Portanto, um ritual de criação para mim é uma espécie de exorcismo.

E consegues definir o teu estilo em termos de trabalho?

- Não tenho. Como em tudo na vida eu sou muito desorganizado. O que aparecer, apareceu. Não sei bem porquê. Muitas das vezes não me preocupo em explicar o porquê. E tento cada vez mais, preocupar-me menos em explicar. Porque lá está, como eu te disse há pouco, aquilo de seguir o status quo. É uma coisa que, ao mesmo tempo me foi imposta, de tal maneira que eu me fui deixando levar. Isso depois começou a fazer parte de mim e do meu método. Então a partir do momento em que eu me apercebo que não é isso que eu quero, é um pouco difícil desprender dessas garras. O que eu tento sempre, mais e mais é fazer diferente, quanto mais diferente tanto melhor. E se não conseguir explicar paciência. No entanto, ainda não consigo aquela total liberdade que eu gostaria de ter. Mas também não sei se a vou conseguir ter. Porque ainda é isso do status quo. Ainda é essa coisa de se a resposta não estiver à expectativa. falta saber se a expectativa são dos outros ou são minhas.

Em relação à fanzine, como é que consideras que é possível o formato ser reinventado?

- Não imagino de imediato como seria possível reinventar aquilo que é uma fanzine, sendo que parte quase sempre, a meu ver, de uma intenção pessoal e amadora até, de reunir conteúdos relativos a um determinado tema ou temas. Penso mais no que seria uma forma mais imediata de divulgação, edição e publicação dessas mesmas fanzines, a possibilidade de uma publicação dessas ter um maior impacto e chegar ao maior número de interessados possível, sendo que uma plataforma digital poderia ser um ponto de partida para reunir vários exemplares e aceder a qualquer um de uma forma simples e até criar conexões entre várias fanzines e temáticas semelhantes (ou até de temáticas opostas, quem sabe?) para criar a possibilidade de encontros de interesses que fossem crescendo como hiperligações, ramificações de uma primeira ideia que criaria uma rede de temáticas, opiniões e exposições que partiria do anonimato, do amador, do singular, para uma rede de pesquisa e partilha alargada e através daí divulgar os projectos que de outra forma teriam um menor impacto. A fanzine poderia assim também passar a ser mais interactiva e participar tanto do autor como do leitor!

O que é que torna a tua imagem original? O que é que torna as tua imagem banal?

- - A originalidade e banalidade da minha imagem andam de mão dada, ela é original na concepção, na forma como apresenta a ideia que pretende transmitir e na forma como poderia ser distribuída informalmente, sendo que a originalidade parte também do elemento mais simples que é o desenho e a composição da imagem. No fundo a origem é pessoal, é a reunião de algumas intenções num postal que pretende ser também uma alusão ao tema que é apresentado, um postal dedicado ao turismo da cidade que se vê representada e que recebe os turistas de malas às costas enquanto se vêem com menor destaque os habitantes de caixas à porta, prontos a partir. A temática é banal, é actual e é já discutida em várias plataformas, presente em vários formatos, formais e informais, pela cidade e pelos media, no fundo o tema abordado é banal, e é dele que parte a origem do trabalho e daí a originalidade de uma imagem que pretende acrescentar à banalidade do tema mais uma opção de o abordar. De certa forma penso agora também que da banalidade podem surgir várias ideias ou concepções originais que pretendem acrescentar e dar a essa paisagem novos destaques até que a sua relevância se torne evidente.

Nerea Castro

Um momento da tua vida em que te sentiste verdadeiramente original:

- Ui! Acho que o momento em que me senti verdadeiramente original foi depois de ver as minhas ideias desenvolvidas por outros artistas.

Um momento da tua vida em que te sentiste particularmente banal:

- Acho que sempre. Em todo o momento. Acho que uma dualidade entre a individualidade e o facto de que a banalidade não deixa de ser, o facto de que ainda que somos indivíduos, somos indivíduos da mesma raça. Pertencemos a uma comunidade, a um colectivo. Não sei, e muitas vezes o que achamos que é original, não é. E muitas vezes achamos que o banal não é, é original. Acho um confronto constante.

Tens algum ritual de criação?

- Não. Acho que depende muito do processo do que se vai fazer. Mas sei que ajuda a desligar do mundo. E muitas vezes também desligar do trabalho.

E consegues definir o teu estilo em termos de trabalho?

- Acho difícil. Às vezes tento dizer que é minimalista. Mas tendo havido o movimento minimalista dos anos 60, não é minimalista. Mas também não consigo identificar com nenhum outro movimento. Então não, não consigo.

Como é que consideras que o formato da Fanzine possa ser reinventado?

- Acho que eu, agora mesmo, o facto de existir o hipervínculo. Veio com a net e tudo isso, como está construída a net. Acho que pode ser uma forma de criar, ou de dar uma volta ao Fanzine. Não recriar mas sim, não sei. Porque quando pensas num Fanzine estás a pensar no formato de uma revista, ou de um livro. Na leitura esquerda-direita ou direita-esquerda.

Linear. Então, se calhar, essa alternância, entre conteúdos e o facto de isso não ser linear, se calhar dimensional. Não? Ou multidimensional. Poderia ser algo interessante, mas também pode ser um bocadinho mais complexo. Agora, como situar essa informação... Acho que se calhar poderia ser interessante, não tenho visto, não tenho aprofundado, mas acho que o Olafur Eliasson fez um site. O seu site agora é bastante interessante porque tem uma forma assim, ou seja, é um, não sei, um universo e os seus trabalhos estão lá. Dá-se a volta ao universo para seleccionar os trabalhos e aprofundar cada informação. Poderia ser um conceito.

O que é que torna o teu vídeo original? O que é que torna o teu vídeo banal?

- Não sei se é original. Acho que para as pessoas pode ser considerado original pelo facto de não estarem habituados a recolher uma imagem, e descompor essa imagem. Estamos habituados a ver uma imagem, uma fotografia e neste caso é recolher essa fotografia e analisá-la mais de uma forma temporal. A ideia é tentar ter uma experiência no tempo e não só... Neste caso o Negev foi tirada no deserto do Negev. Depois de ter oportunidade de passear pelo deserto. Então é tentar capturar aquela essência de como, neste caso em concreto tenho esse interesse, e como a luz não reflete as, não nas cores... Banal, de facto sim, porque faz dias que vi umas imagens muito parecidas e logo também vi a capa do, acho que é a capa, do novo disco de Ryuichi Sakamoto e justamente recolhia uma imagem e fazia o mesmo. É o facto de ser simples. Por isso é uma imagem com um confronto, por ser simples acho que é original mas a sua simplicidade também acho que é banal.

Sandrine Malta

Um momento da tua vida em que te sentiste verdadeiramente original:

- Mais ou menos. Pá, no máximo, senti-me original se calhar quando o pessoal dizia que eu era estranha e não era como o resto do pessoal. Mais por aí. Depois também acho que com o passar do tempo também vamos definindo a personalidade e aí sim, se calhar sinto que sou mais original do que um estereótipo criado pela sociedade.

Um momento da tua vida em que te sentiste particularmente banal:

- A adolescência. Completamente. Não sei, acho que quando estamos ainda a definir a nossa personalidade, o nosso carácter principalmente, vamos muito por aquilo que nos é imposto. E aí sim, eu acho que ia muito pelas tendências para tentar ser aceite talvez, não sei. Mas na adolescência não sei, há sempre aquele problema de ser aceite pelo grupo de amigos. Não digo que passei muito por isso mas acho que nessa altura sim, era um bocado banal.

Tens algum ritual de criação?

- Tenho! A maioria das vezes é de madrugada que trabalho. E normalmente costumo sempre ouvir muito música antes, tanto em Português como outras línguas. Mas depois quando estou a criar o produto tenho de ter uma música que não tenha letra sequer, é só melodia.

E consegues definir o teu estilo em termos de trabalho?

- Pá, eu comecei um bocado a tentar aprender por mim mesma. No fundo eu não sou de artes, não sou propriamente uma escritora porque acho que para isso, é preciso muito. É difícil, sou bastante autodidata. É mais porque eu não sei propriamente técnicas em si, mas gosto de explorar. Eu gosto muito de experimentar. Menos música, porque acho que não tenho muito jeito. Gosto de ouvir mas não tenho jeito. De resto gosto de experimentar, até porque comecei mais a desenhar. Eu diria conceptual e experimental.

Como é que consideras que o formato da Fanzine possa ser reinventado?

- Um mapa gigante. No fundo porque acabamos por descobrir... Não sei, um mapa gigante pode ser engraçado, porque, lá está, eu não sei o que é que os outros estão a dizer mas, ter aquilo de passar páginas e ir explorando mesmo na página em si. Só teres uma página mas puderes fazer scroll por vários lados. E acaba por ser um mapa. Imagina, de um lado encontras coisas mais relacionadas com literatura, do outro, desces, e já tem mais a haver com montanhas que são os altos e baixos de uma música. Não sei, como se fosse só um. Na verdade vivemos todos no mesmo mundo. Não sei, faria sentido estar tudo no mesmo, só. Que até era engraçado.

O que é que torna as tuas imagens originais? O que é que torna as tuas imagens banais?

- Azul Melancolia. Pá, no fundo o projeto é analógico. E as manchas azuis, é um bocado o azul melancolia, tem a haver por aí. Porque era o cartaz de uma peça de teatro que fiz, e reaproveitei, só que não correu como eu queria, então acabei por desenhar por cima azul. Acaba um bocado por ser a melancolia de não ter conseguido aquilo que eu queria no início, com o projeto, do cartaz. E depois reaproveitei sempre com a colagem. E fiz uns recortes e depois tornei-o digital. Fiz uma pequena animação com isso. O que o torna original é essa passagem do analógico para digital. Mais banal é se calhar o vídeo em si. Porque agora os pequenos teasers, não sei, está na moda. Mesmo publicidade. Nós somos muito visuais. Qualquer coisa tem que ter um teaser, qualquer empresa já quer um pequeno vídeo. Se calhar é mais por aí.