

PUBLICAÇÃO

INDEPENDENTE

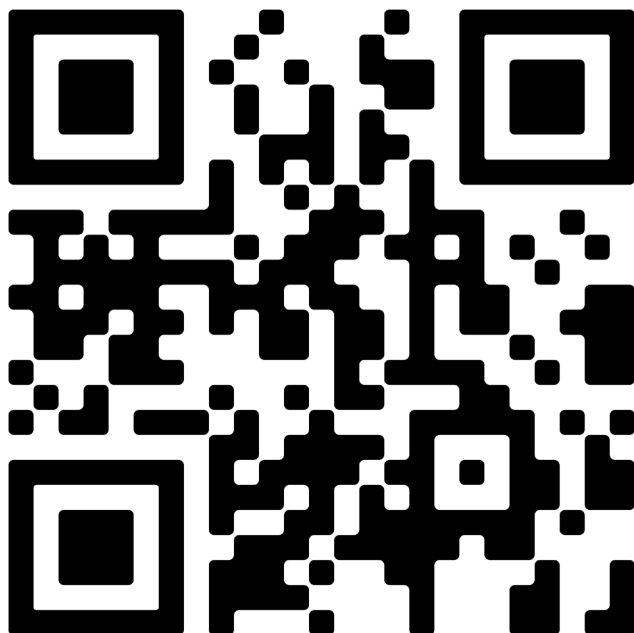
COMO

PLATAFORMA DE

URGÊNCIA

rio de janeiro
julho de 2019

**Você pode encontrar todo o material
desta zine e demais desdobramentos
no nosso Google Drive.**



**É só escanear o código acima usando o
seu celular. Boa leitura!**

Democráticas, obsoletas, cooptadas, múltiplas, elitistas, emancipadoras [...]. O que podemos dizer sobre as publicações independentes atualmente? E o que elas podem nos dizer? Nos últimos anos, o fortalecimento do circuito independente abriu caminhos férteis para a circulação de discursos contra-hegemônicos. Mas, na prática, para onde esses caminhos nos levaram? Estamos atravessando um período turbulento. Diante de um cenário sociopolítico obscuro e instável, observamos a sensação de urgência crescer e um alarme soar avisando que a espera se tornou impossível. Na verdade, ela sempre foi. E se o presente convoca à ação imediata, torna-se primordial compreender de que tipo de ação estamos falando. É preciso fazer, mas antes perguntar-se: fazer o quê, como, com e para quem?

Como publicador_s, talvez nossa discussão possa partir de duas questões iniciais: Por que publicamos hoje? O que publicamos? A página impressa carrega conteúdos. Como plataforma, é disseminadora de ideias e pon-

te para conexões. Publicar é materializar, mas não só. Ao publicar, tornamos algo público, difundimos alguma coisa. Nesse sentido, uma publicação age como um amplificador, um alto-falante, um canal à espera de interlocutores que inicia um movimento em cadeia aberto e infinito, impossível de ser controlado. Ter isso em mente ajuda a dimensionar a responsabilidade de nossas escolhas. Esforçar-se pela criação de uma publicação não descartável é pensar, do começo ao fim do processo, sobre a relevância dos temas, as narrativas ali exaltadas, as relações promovidas na cadeia de produção, as escolhas gráficas integradas ao conteúdo - afinal, forma é conteúdo! - e as reflexões impulsionadas pelo material produzido.

Escolher produzir de forma independente significa, em maior ou menor grau, atuar em um terreno de autonomia, liberdade e experimentação. Ter a urgência como guia de ação implica numa busca constante por viabilizar a publicação de conteúdos pertinentes de modo

acessível e democrático. Para isso, é preciso horizontalizar o sistema o máximo possível, permitindo que toda e qualquer pessoa se torne um_ publicador_ se assim desejar. Garantir a presença de grupos sociais marginalizados em todas as etapas da produção de publicações é uma forma de começar a democratizar o circuito. Nesse processo, a instrumentalização é peça chave. Compartilhar conhecimentos e meios de produção objetivando a construção de uma rede articulada de publicador_s que colaboram entre si expande e enriquece a produção ao aumentar a diversidade de discursos em circulação.

É importante dizer que quando falamos em relevância não estamos tratando necessariamente de obras panfletárias e explicitamente políticas. Em uma sociedade avessa às diferenças e violentamente padronizadora, trabalhos que dão visibilidade a subjetividades não hegemônicas são potencialmente transformadores além de desempenharem uma importante função de registro

de diferentes formas de existência, algo profundamente político por si só.

Para além da democratização da produção, é necessário repensar a distribuição desses materiais de forma responsável. Onde queremos chegar? Quem queremos alcançar com o que criamos? Urge alargar o circuito e, simultaneamente, fazer com que as obras penetrem outras esferas. Talvez o que estamos propondo seja a própria diluição do circuito, ou, ao menos, sua capilarização. Uma publicação é um ponto inicial a partir do qual podem desdobrar-se inúmeras ações e relações. Publicar é abrir/iniciar/fomentar um espaço público de conversa infinito, algo poderoso, eletrizante e desafiador. Instrumentalizar as pessoas para produzirem de forma autônoma e pensar em promover encontros entre os agentes dessa rede, buscando compreender como as relações podem se desenhar e se fortalecer, representa uma maneira concreta de provocar ruídos num sistema caduco e autoritário.

**POR QUE
PUBLICAR?**

Publicar, mais do que imprimir, é tornar um conteúdo público. Materializando nossas próprias ideias e fazendo-as circular, disputamos a hegemonia das narrativas e podemos fazer isso de inúmeras maneiras.

Nos projetos mais simples, você pode fazer uma zine usando apenas papel ofício e tesoura. No caso de publicações mais complexas, é possível experimentar com costuras externas, papéis diferentes e detalhes mais elaborados de acabamento. Tudo vai depender do seu mote para publicar, o tempo disponível para o desenvolvimento do projeto e seu orçamento. Se seu objetivo é a disseminação de uma ideia urgente com o intuito de alcançar o maior número possível de pessoas, talvez a zine de xérox seja a melhor opção.

Para publicar fotografias ou desenhos, pode ser imprescindível o uso de impressão colorida. Se a grana for pouca, talvez seja uma boa optar por uma tiragem pequena ou simplificar o modelo da encadernação. Agora, se o que você busca é experimentação, fique livre para testar diferentes formatos. Vale lembrar que quando falamos em autopublicação estamos falando de liberdade criativa. Para quem não sabe por onde começar, pesquisar modelos de livros feitos à mão, livros de artista e zines pode ajudar.

O que entendemos por livro pode ser colocado em cheque, sobretudo quando nós os criamos. No caso do trabalho manual, a experimentação e o erro são partes valiosas do processo. Siga sem medo!

Em geral, para qualquer projeto de publicação ou arte impressa é interessante ter disponíveis:

- | | | | |
|----------|--|----------|----------------------------------|
| 1 | Conteúdo a ser publicado | 2 | Idéia do formato |
| 3 | Arquivo a ser impresso ou boneca para ser xerocada | 4 | Disposição para errar e aprender |

Em termos de material, é interessante ter:

- | | |
|----------|----------------------|
| 1 | Papel Ofício |
| 2 | Régua |
| 3 | Vincador |
| 4 | Furador de papel |
| 5 | Grampeador e grampos |

TIPOS DE PUBLICAÇÃO

São muitos os tipos de publicações existentes. Nessa cartilha vamos trabalhar com alguns dos mais comuns nas publicações independentes, só para começar a abrir possibilidades. São elas:

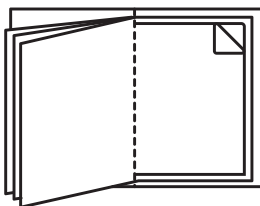
A zine é o livro mais simples do mundo. Podendo ser confeccionada e impressa de infinitas maneiras. Normalmente é copiada por xerox, sendo a opção mais barata, acessível, e democrática. Considerada mais “roots”, ela é uma ótima ferramenta para disseminar idéias políticas, ideológicas e urgentes.



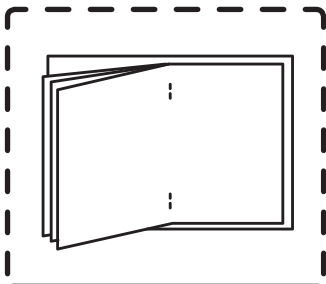
ZINE

Sabe o livro clássico, grande, que com uma lombada larga, que você compra na livraria? Ele é feito em cadernos e consiste basicamente em vários bloquinhos de papel, costurados um a um – igualzinho no canoa – que depois se juntam com cola, prensa, e depois recebe acabamento (folha de guarda, capa, alguns podem prender os cadernos com um pedaço de tecido, ou uma fita colante larga – procure referências!). Essa opção dá muito mais trabalho, mas é su-

per viável. Vale a pena investir para projetos realmente grandes em termos de conteúdo.

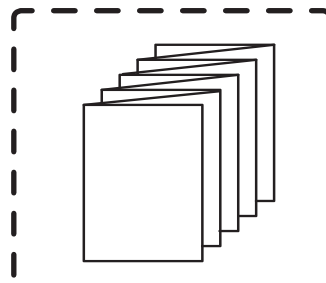


LIVRO EM CADERNOS



LIVRO CANOA

O livro no formato canoa consiste apenas em um bloco de papel de tamanho Ofício comum (A4) dobrado no meio e unido no centro pelo tipo de encadernação da sua escolha (grampo, costura, elástico). É uma ótima opção para publicar histórias, crônicas, poesias, um até um livro de fotos ou registros imagéticos.



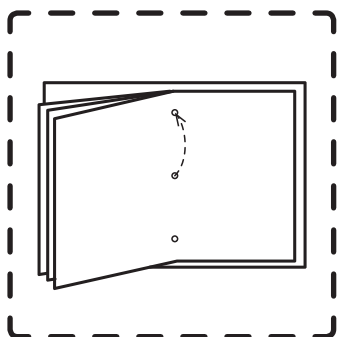
LIVRO SANFONADO

O livro sanfonado é a opção diferente e mais conhecida que tem e pode ser feito em diversos tamanhos. Ele é montado apenas colando a parte de trás de uma folha com a outra, e voilà! É bacana para criar uma outra experiência manual com o livro, feito apenas com cola e dobras – e fica lindo.

Pensando em viabilizar a experimentação desses quatro tipos de publicações, preparamos modelos de cada um deles para te ajudar a diagramar e preparar seu arquivo para impressão. No nosso Drive, você encontra os arquivos e instruções – para acessá-lo, é só usar o código QR do início dessa zine.

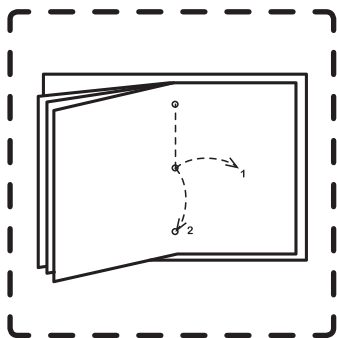
Lembrando que esses layouts são apenas um pontapé inicial para você começar a fazer seus testes e impressões. Existem diversos livros e tutoriais na internet que podem te ensinar a usar programas de editoração mais completos. Além disso, se você tiver a possibilidade, é sempre interessante e bem vindo convidar um profissional da área de design ou artes para colaborar no seu projeto.

encadernação



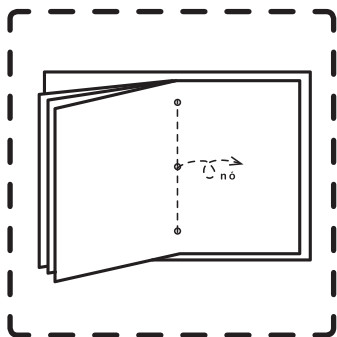
COSTURA BORBOLETA

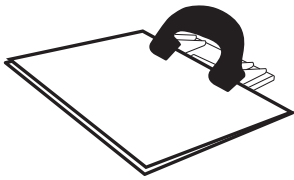
Utilizada para costurar tanto o livro canoa quanto os cadernos. No caso do livro canoa o ideal é usar uma linha grossa como fios encerados, e no caso dos cadernos, uma linha mais fina, como de costura comum. Você deve fazer 3 furos igualmente espaçados na dobra o papel, e costurar como indicado no desenho ao lado, começando e terminando sempre no furo do meio e para dentro. Caso seja difícil de visualizar, você pode procurar vídeos na internet, ou fazer vários testes. É um tipo de acabamento resistente e bonito.



GRAMPO

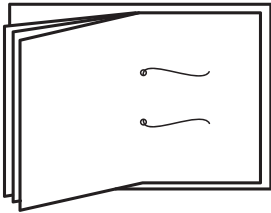
O mais prático de todos, né? Só grampear seu livreto no meio. Se você não tiver um grampeador grande, é fácil usar o comum apenas dobrando um dos lados da publicação levemente no meio, ou utilizando ele aberto – com uma borrachinha em baixo, pra não grampear a mesa junto!





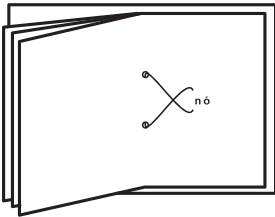
ELÁSTICO

Tá bom, na verdade esse é o mais prático de todos. É só pegar um elástico (de escritório ou revestido) e colocar na dobra da sua publicação. Vai prender todas as folhas no meio, sem nenhum trabalho manual. Você também pode usar um furador de papel e, nos furos, passar um elástico revestido com um nó, como na ilustração ao lado.



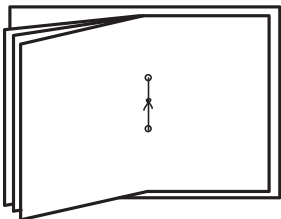
COSTURA JAPONESA

A costura japonesa é aquela linda que fica por fora aparente na lombar dos livros. Ela é utilizada em livros de cadernos, unindo todos os cadernos com uma costura em vez de cola. Ela é um pouco mais complexa, então é melhor procurar um vídeo para aprender, tudo bem?



MÁQUINA DE COSTURA

Esse truque é perigoso para sua máquina, tente apenas com máquinas muito fortes (as máquinas novas com estrutura de plástico não costumam dar conta) e blocos de papel muito finos! Porém é um grande adiantamento quando fazemos grandes tiragens de livros com muitos cadernos. Coloque um ponto largo e sinta a maravilha de ver seus cadernos se materializarem em poucos minutos.



diagramação

Diagramar é dispor o conteúdo nas páginas, algo que pode ser feito de forma muito simples ou mais elaborada. Mais do que “encaixotar” um texto no word em um formato pré estabelecido e pouco criativo de livro, o ideal é que as escolhas formais do projeto (passando pela capa, material, fonte das letras) contribuam na transmissão de uma mensagem a quem lê. Dependendo da proposta e da verba disponível, você pode considerar conversar com um profissional.

Mesmo as diagramações mais simples devem levar em consideração fatores como:

LEGIBILIDADE (ou a falta de legibilidade, se isso for um conceito do seu projeto)

MARGENS E ESPAÇOS VAZIOS

FONTES

HIERARQUIA DA INFORMAÇÃO

IMAGENS E ILUSTRAÇÕES

IMPRESSÃO

Você pode imprimir seu livro ou zine em uma impressora caseira, copiadora ou gráfica. Separamos algumas dicas para facilitar a sua vida e não pesar o seu bolso:

- ○ É mais barato fazer uma impressão e várias cópias. As lojas de xérox das universidades públicas (no Rio, a UERJ principalmente) costumam ter valores muito em conta.
- ○ Você pode criar uma boneca manualmente e fazer cópias dela, para não ter que criar um arquivo no computador
- ○ Você pode imprimir em papéis coloridos e usar a tinta preta para um resultado barato e esteticamente interessante – procure gráficas que topem experimentar com você.
- ○ Hackear impressoras velhas é uma ótima opção se você pretende imprimir esporadicamente. Tem alguns canais no Youtube que ensinam a fazer isso, assim, você consegue comprar a tinta mais barata, e render um número maior de folhas impressas. Apenas saiba que é uma gambiarra e impressoras hackeadas exigem constante manutenção – podendo custar mais do que a ida na gráfica, no fim das contas.

custo e precificação

O custo do projeto é algo essencial a ser pensado antes de começar a produzir. É preciso saber o valor de custo de cada unidade, para então calcular a sua tiragem de acordo com o seu orçamento. Como exemplo, vamos calcular o valor de um livro canoa fictício:

MATERIAIS E SERVIÇOS	
Resma de papel ofício A4 500 folhas - para o miolo	R\$22,00
Impressão preta por página	R\$0,70
30 Folhas Papel Craft 200g - para a capa	R\$10,60

Qualquer projeto em formato livro, precisa ter um número de páginas que seja múltiplo de 4. Isso porque, dobrando uma folha ao meio (seja ela um A4, um A3 ou qualquer tamanho), ficamos com 4 páginas.

Então, supondo que o seu livro tenha 56 páginas no total, serão 14 folhas impressas frente e verso. Ou seja: um total de 28 impressões (29 contando com a capa), certo?

Agora que já sabemos a quantidade de impressões, vamos calcular o preço de cada folha de miolo e capa (1 e 2), para, depois, calcular o custo de uma publicação (3, 4 e 5):

1	$500 \text{ fls} = 22,00$ $22 / 500 = 0,044$	2	$30 \text{ fls} = 10,60$ $10,60 / 30 = 0,35$
3	$0,044 \times 14 = 0,61$	CUSTO DE PAPEL - MIOLO	
4	$0,70 \times 29 = 20,30$	CUSTO DE IMPRESSÃO - MIOLO + CAPA	
5	$0,61 + 20,30 + 0,35 = 21,26$	CUSTO TOTAL	

Lembre-se de adicionar aqui um valor médio para os outros gastos de acabamento, como linha ou grampos, por exemplo. A partir do custo total, você ainda pode adicionar o valor da sua mão de obra, criatividade, autoria, tempo, distribuição, etc.

* Esse valor é fictício e orçado pela internet. Se você fizer vários orçamentos antes de começar seu projeto, consegue preços muito mais camaradas.

E SE EU QUISER FAZER UMA

GRANDE TIRAGEM?

Parece impossível fazer uma grande tiragem de um livro artesanal e independente, né? Uma pessoa sozinha provavelmente não consegue mesmo, mas nada que o esforço coletivo não torne possível.

Quando começamos a pensar em imprimir uma grande tiragem o primeiro desafio ao qual nos deparamos é provavelmente o investimento inicial. A não ser que você faça parte da minoria que não está todo dia na árdua luta para pagar os boletos, o investimento é alto e você provavelmente não tem esse dinheiro disponível. Para desviar dessa primeira pedra no caminho, hoje, graças a maravilhosa internet, temos duas possibilidades muito úteis que podem ajudar a realizar esse tipo de projeto: financiamento coletivo; e a pré-venda do livro.

Com um projeto interessante e transparência do seu orçamento, é possível engajar apoiadores interessados no seu projeto e dispostos a colocar dinheiro antes do produto final estar pronto, viabilizando sua realização.

O segundo - e maior desafio - se encontra na mão de obra, confecção e realização prática do projeto. Principalmente quando trabalhando com pré-venda ou financiamento coletivo, o projeto tem um prazo para ser finalizado. Aí você já se desespera: como eu vou imprimir, encadernar, costurar e fazer todos os acabamentos de 200 livros em 1 mês?

É aí que pode entrar a parte mais divertida, incrível e revolucionária desse processo todo. Você já ouviu falar em MUTIRÕES?

O mutirão nada mais é do que um grupo de pessoas que se reúne para realizar uma grande tarefa coletivamente, diluindo as funções entre várias pessoas e aumentando a produtividade e eficiência do trabalho.

O mutirão de publicação não vai ser diferente. Nele, vamos planejar todas as etapas da produção da publicação e dividi-las entre um grupo de pessoas. Organize amig_s interessad_s em publicação e faça chamadas abertas para as pessoas participarem. Não é necessário que todas as pessoas do grupo saibam ou tenham experiência com publicação artesanal: a variedade de saberes possibilita trocas e soluções criativas para problemas. Se você manja de imprimir e conhece alguém que sabe muito de encadernação, já é possível o mutirão acontecer. Você só precisa de uma pessoa com conhecimento em cada etapa e disposta a ensinar aos outros.

Sendo assim, organiza-se uma linha de produção (não necessariamente linear) na qual os participantes podem se revezar por todas as etapas. Ainda utilizando o livro canoa como exemplo, o mutirão poderia se organizar dessa maneira:

No primeiro momento, imprimimos o miolo do livro e das capas

Uma pessoa, dupla ou grupo (depende da quantidade de envolvidos no seu mutirão) pode ir montando as páginas em ordem e/ou em grupos.

Outra pessoa pode vincar todos os livros que já estão organizados

Costurar

Colocar para prensar

É claro que essas etapas de desenvolvimento não são uma regra, e dependem da quantidade de pessoas envolvidas, de espaço e impressoras disponíveis e, é claro, o tipo de projeto. Certifique-se de que você possui todo o equipamento necessário para realizar a publicação que você planejou. Caso não tenha, você pode encontrar apoio em oficinas, universidades ou gráficas dispostas a te auxiliar com algum material ou serviço.

Também é muito importante pensar na remuneração dessa mão de obra. Claro que seus amigos podem topa te emprestar esse tempinho só pra ver seu projeto acontecendo ou pelo conhecimento prático a ser adquirido, mas pense que essa também é uma forma de trabalho e instrumentalização.

É interessante prever um valor destinado a ser dividido entre os participantes do mutirão no seu financiamento coletivo ou custo do livro. Como essa divisão acontecerá, fica ao seu critério para decidir com seu grupo.

Fazer um mutirão de publicação é muito legal e pode render projetos incríveis. Para saber mais sobre projetos feitos nesse formato – ou se precisar de uma forcinha – procure na web por Colaboratório ou Editora Mutirão.

ATENÇÃO

Esse foi um anti-manual do editor-guerrilheir_-urban_. O conteúdo encontrado aqui teve o intuito de te inspirar a publicar sozinh_. Pode parecer muita coisa, mas o mais importante é começar! Talvez a sua primeira publicação não fique exatamente como você planejou, mas lembre que a gente te avisou: tem que ter disposição para errar e acertar – e, com o tempo, a gente garante que você vai passar a gostar dos erros também.

Existem muitos outros guias e materiais que você poderá consultar na hora de fazer a sua publicação. A gente levantou alguns aqui, e você pode encontrar outras leituras no nosso Drive (acesse pelo código QR que está na primeira página):

- Autopublicação: uma introdução ao sonho perfeitamente possível de contar suas próprias histórias impressas - Ricardo Rodrigues
- Pensar com tipos - Ellen Lupton
- Indie publishing - Ellen Lupton
- Elementos do estilo tipográfico - Robert Bringhurst
- Grid: Construção e desconstrução - Timothy Samara

**POR QUE
CIRCULAR?**

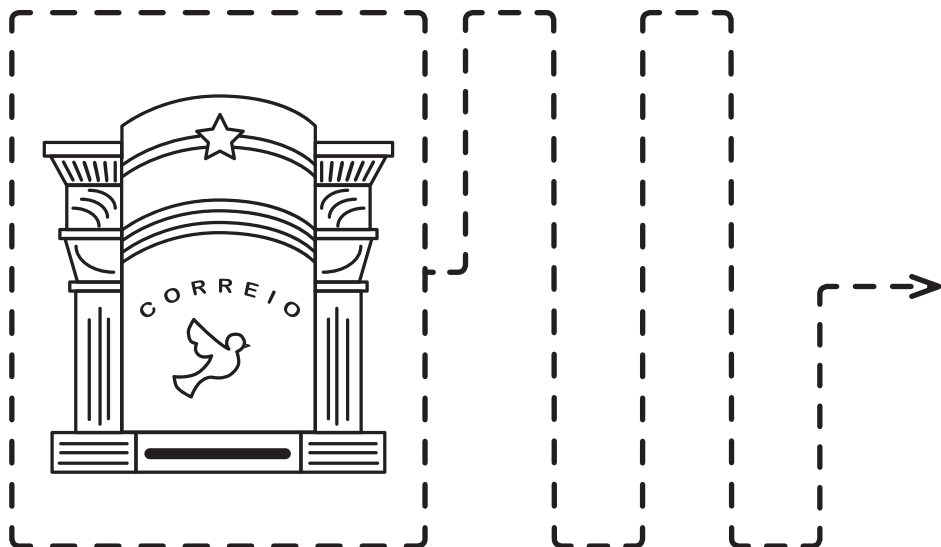
Historicamente, as publicações independentes tem a facilidade de chegar a lugares que outros materiais impressos podem não acessar. Ao pensar na distribuição do seu trabalho, tente responder: onde e como eu desejo chegar com as minhas publicações?

Saber a sua intenção com antecedência pode facilitar todo o processo, já que alguns fatores influenciam na própria materialização do seu projeto. Ter em mente algumas questões pode auxiliar na tomada de decisões importantes, como por exemplo: Qual público eu desejo atingir? Qual será a tiragem da minha publicação? Preciso pensar em uma embalagem? A durabilidade dos materiais é um fator relevante considerando a exposição da minha zine? Em que áreas da cidade eu desejo chegar com a minha publicação? Além do custo de materiais, é preciso adicionar porcentagem de vendas?

Mais uma vez, não existem respostas certas. Pondere esses fatores de acordo com o seu objetivo e o que é viável para você no momento. Existem várias possibilidades para fazer a sua publicação circular, e aqui listamos algumas:

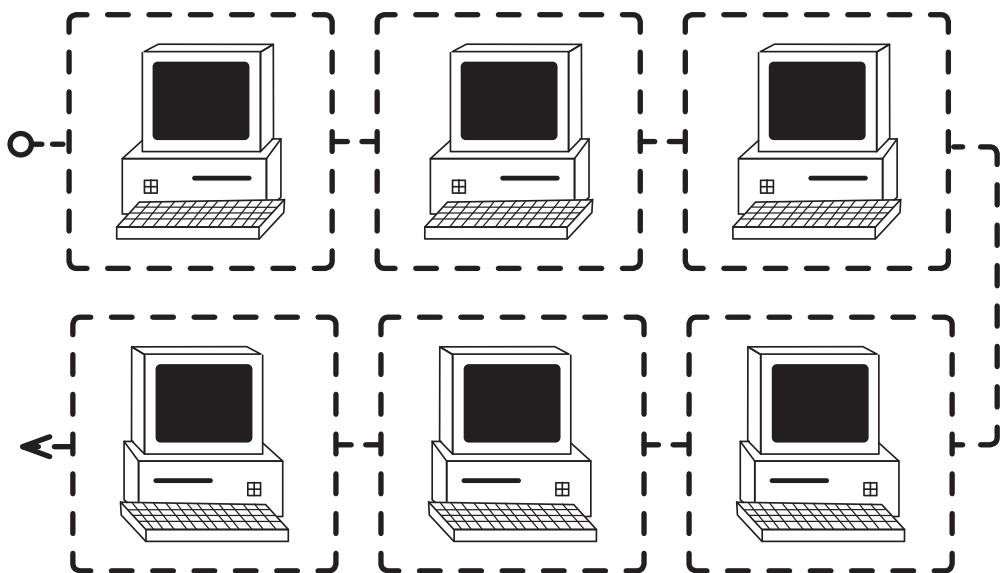
distribuição própria

Lembre-se: nem toda a publicação precisa ser vendida. Muitas vezes, você pode colocar uma ideia no papel apenas para distribuir entre o seu círculo próprio ou presentear amig_s. Também pode-se pensar nesse tipo de distribuição presencial e gratuita para conteúdos de urgências comuns, como panfletagens, intervenções urbanas e performances.



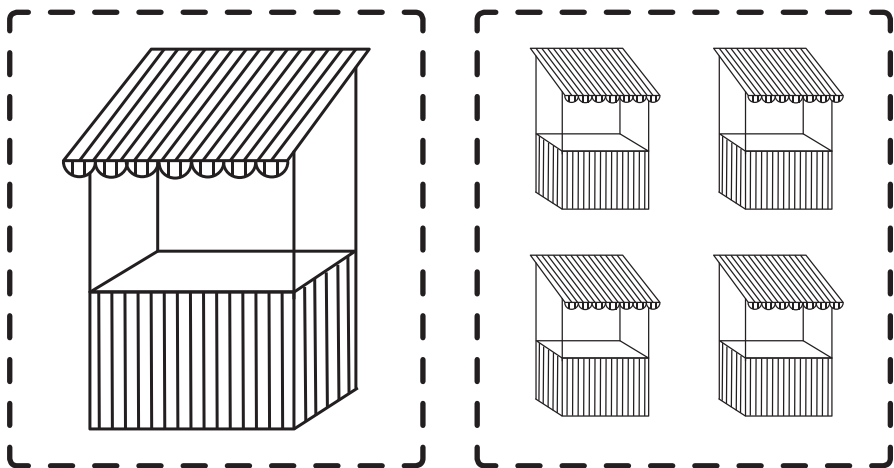
venda online

Uma opção simples de venda é o anúncio nas redes sociais. Você pode criar um post apresentando sua nova zine e disponibilizando-a para venda, pode criar uma página para sua produção editorial ou mesmo um site de vendas online. Enquanto a primeira ideia é muito simples e funciona com transferência bancária e entrega em mãos, a proposta de uma loja online já envolve etapas como a criação de uma conta de pagamento eletrônico e também o envio pelos correios.



feiras

As feiras são um ótimo local de venda para publicações, pois atraem um público interessado nessas mídias e permitem seu contato direto com _s publicador_s, o que rende ótimas conversas e a possibilidade de ver os produtos ao vivo. Você pode se inscrever para participar das feiras existentes em sua cidade – ou em outras cidades, lembrando que terá de arcar com os custos da viagem –, pode criar um coletivo que junte as publicações de diversas pessoas em uma só mesa, ou pode também criar sua própria feira, como ensina o guia “Por que organizar uma feira?”

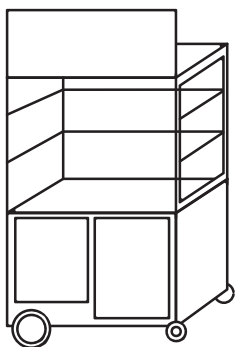


bancas e espaços de publicação independente

Nos últimos anos, a ocupação de bancas de jornais para a venda de publicações independentes tem se multiplicado em algumas cidades brasileiras. Cada espaço tem o seu método de funcionamento – algumas com venda consignada, outras com aluguel de nichos – e os valores variam entre si. Ao escolher algum desses espaços, é importante ponderar a logística de entrega, devolução e reposição, a porcentagem das vendas e o público que frequenta esses espaços.

Normalmente, as bancas também movimentam o panorama independente, promovendo feiras, oficinas e atividades. Se for do seu interesse, proponha uma ativação – pode ser uma ponte interessante para divulgar o seu trabalho, debater questões e instrumentalizar outras pessoas. Para mais dicas de como organizar a sua atividade, confira o guia “Por que promover encontros?”.

É importante lembrar que, geralmente, esses espaços também são independentes e dependem de uma rede de colaboradores para fortalecer o circuito. Listamos aqui algumas bancas e espaços no Brasil, que abrigam publicações independentes de diferentes tipos. Para mais informações, entre em contato individualmente com cada espaço:



○ RIO DE JANEIRO

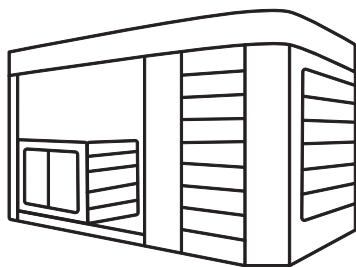
Banca Carrocinha

○ BELO HORIZONTE

Banca

Polvilho Edições

Banca Sinapses



○ SÃO PAULO

Banca Tatuí

Banca Curva

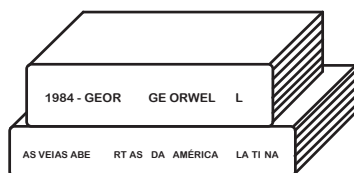
Casa Plana

Ugra Press

livrarias

As livrarias podem aceitar algumas publicações independentes em seu catálogo, mas isso varia bastante, especialmente com o grau de importância que o _curador_ da livraria dá para esse tipo de publicação. As publicações costumam ser consignadas, ou seja, o _publicador_ deixa elas na livraria e recebe pela venda apenas quando ela é de fato realizada. Cada estabelecimento pode cobrar uma taxa sobre o preço final de venda de cada publicação, que geralmente varia entre 30 e 50%. É fundamental fazer os cálculos necessários para entender se é sustentável colocar suas publicações na livraria, visto que a publicação independente costuma ter um custo-benefício menor que

as publicações produzidas em larga escala. Finalmente, por serem empresas, as livrarias costumam ter de seguir normas mais burocráticas para receber as publicações, e normalmente é necessário que elas sejam cadastradas no ISBN, e, junto a isso, que você tenha um CNPJ (podendo ser uma empresa ou um microempreendedor) para emitir uma nota fiscal de consignação e, posteriormente, uma nota fiscal de venda.



pré-venda, financiamento coletivo

e sistema de assinatura

Os sistemas de venda antecipada podem ser vantajosos para garantir que um número mínimo de vendas seja realizado, muitas vezes ajudando no custeio da produção de uma edição. Ou seja, você pode vender as suas publicações antes de estarem prontas, e receber o dinheiro para produzi-las e distribuí-las. Nesses casos, é muito importante saber apresentar previamente o seu projeto, para que o seu público se envolva e aceite financiá-lo antes de conhecer o produto final. Campanhas bem sucedidas de financiamento coletivo normalmente contam com recompensas para cativar o público, então, capriche! Paralelamente, os sistemas de assinatura são uma solução interessante encontrada pelo mercado editorial, que garantem uma venda “certa” dentro de uma periodicidade combinada. Algumas assinaturas são mensais, trimestrais ou semestrais – tudo depende da quantidade de assinantes e de publicações disponíveis para a sua distribuição. Se você acha que não tem publicações suficientes, que tal se juntar a outras editoras e montar o seu próprio selo de assinatura?

**POR QUE
ORGANIZAR
UMA FEIRA?**

Hoje contamos com diversas ferramentas que podem, e muito, impulsionar o alcance das suas publicações como as redes sociais, bancas físicas e virtuais. Contudo, o contato direto com o público ainda continua sendo poderoso para a divulgação e aprofundamento do que você, como publicador, quer fazer circular. A feira por si só já é um espaço de trocas, não só entre autor_s e visitantes, mas entre toda a cadeia que constrói diariamente o circuito independente, em suas mais variadas expressões. Tão importante quanto vender seu trabalho e pagar seus boletos, é conhecer outras pessoas que estão se autoproduzindo, enfrentando os mesmos desafios e criando alternativas que dificilmente não conheceríamos em outro tipo de dispositivo.

Essas são algumas feiras que acontecem/já aconteceram com certa frequência. Que tal começar pesquisando uma delas?

LEVANTAMENTO DE FEIRAS

ASTERISCO - RJ

BANANEIRA SERÁ? - RJ

BANCADA - RJ

CRIA - Recife

DENTE - BSB

ERRANTE - RJ

FANTASMA - RJ

FLAMBOIÃ - Florianópolis

lis

FOLHAGEM - POA

GRAMATURA - RJ

KRAFT - SP

LADEIRA - Salvador

LAMBE-LAMBE NA LAJE

- SP

MIOLOS - SP

MOTIM - BSB

PÃO DE FORMA - RJ

PARQUE GRÁFICO - Florianópolis

PIQUENIQUE ZINE - RJ

PLANA - SP

POC COM - SP

PÓLVORA - SP

PRINTA FEIRA - SP

RELÂMPAGO - SP

TIJUANA - SP, RJ Lima e

Buenos Aires

TINTA FRESCA - SP

TEXTURA - BH

TOMBO - RJ

UGRA FESTIVAL - SP

URCA - RJ

URUCUM - BH

estudos de caso

Fizemos uma breve análise de algumas das principais feiras que aconteceram nos últimos anos, a título de exemplo. Muitas feiras bacanas ficaram de fora desse estudo (mas estão na lista anterior, dá uma olhada lá!), mas optamos por fazer um recorte considerando a diversidade entre elas.

Mesmo sabendo que tamanho não é documento, classificamos as feiras de acordo com o número de expositores, sendo: pequena (até 20), média (de 21 a 50), grande (de 51 a 100) e giga (mais de 100). Vamos lá:

o Plana - SP

A feira começou pequena e, com os anos, aumentou bastante sua escala, tornando-se o maior festival de publicações independentes da América Latina. Atualmente conta com expositores nacionais e internacionais e com uma ampla programação cultural paralela à feira, incluindo debates, lançamentos, filmes, oficinas e performances. A feira cobra um valor para inscrição que varia de acordo com a escala do expositor.

Número de expositores: 200 (2018)

Periodicidade: Anual

Local: Itinerante

Escala: Giga

o Tijuana - RJ

A Tijuana Rio é um desdobramento da feira Tijuana que já acontecia em São Paulo há alguns anos. Como parte das propostas de expansão da feira, ela tem ocupado anualmente o Parque Lage no Rio de Janeiro, com a proposta de investigar editores e artistas latino-americanos. Esses artistas podem se inscrever através de um formulário online que passa pela curadoria da organização. Além dos expositores, a feira conta também com uma programação de workshops, conversas e performances que acontecem durante todo o final de semana.

Número de expositores: 60

Periodicidade: Anual

Local: EAV - Parque Lage

Escala: Grande

Dente - Brasília

A Dente Feira de Publicações, principal produção do coletivo Dente, é uma feira nacional e anual, que surge com o objetivo de legitimar Brasília como ponto de referência dentro do mercado editorial e de dar visibilidade e destaque à produção brasiliense independente. A feira busca proporcionar o contato entre a comunidade do DF e produções de outras regiões do país, prezando pela relação direta entre autores, editoras e consumidores. Assim, propõe-se a fomentar a renovação do público leitor, consumidor e de novos produtores, por meio de atividades diversas, como oficinas, mesas de debate e rodas de conversa.

PRÊMIO: a feira também organiza uma premiação - o Dente de Ouro - que a partir de um júri selecionado e especializado premia diferentes categorias de publicação. São elas: Zine, Publicação de Quadrinhos e Publicação de Poesia.

Número de expositores: 60 (2018)

Periodicidade: Anual

Local: Itinerante

Escala: Grande

o Fantasma - RJ

Surgiu a partir da vontade de três amigos de fazer uma feira que não desse muito trabalho, que fosse divertida durante todo seu processo. Para isso, eles têm como parâmetro a medida de que a organização deve se dar em uma semana. Por ser uma feira de menor escala, se sentem aptos a experimentar coisas que não cabem nas feiras mais formais: identidade gráfica, sinalização, etc.

Número de expositores: 20

Periodicidade: Indeterminada

Local: Itinerante

Escala: Pequena

o Piquenique Zine - RJ

A proposta era fazer uma feira em formato de piquenique, sem depender de espaços ou estrutura. Ideia simples, _s expositor_s chegavam com sua canga ou toalha e expunham seus trabalhos. Aconteceram 3 edições entre 2015 e 2017 em diferentes lugares públicos.

Número de expositores: 15

Periodicidade: Indeterminada

Local: Parques públicos

Escala: Pequena

○ Bananeira será? - RJ

É uma feira de livros e arte impressa itinerante, com objetivo de ocupar espaços ociosos. Combina em uma grande mesa impressos de diferentes artistas, gerenciada por poucas pessoas (uma equipe de vendas ou mesmo _s própri_s autor_s se revezando). Busca trazer outras manifestações artísticas para o mesmo espaço, como exposições, performances e apresentações sonoras.

Número de expositores: 30

Periodicidade: Indeterminada

Local: Itinerante

Escala: Pequena

○ Lambes na laje - SP

A feira trabalha apenas com o formato de lambe lambe. Eles abrem uma chamada para inscrições e _s publicador_s são selecionad_s por uma equipe curatorial. Os trabalhos têm preços entre R\$25 e R\$150, e no dia do evento a venda das obras é feita através de fichas de R\$25 vendidas pelos organizadores. Para comprar um lambe basta trocá-las com _ vendedor_. Ao final do evento, _ artista realiza a prestação de contas das fichas recebidas junto à produção, ficando com 75% das vendas e a organização com 25%.

Número de expositores: não informado
Periodicidade: Anual
Local: Redbull Station
Escala: Pequena

o Asterisco - RJ

A Feira Asterisco propõe a reunião do que é colocado à margem, censurado e visto como tabu. Em sua primeira edição selecionou projetos pelo caráter independente de suas obras e suas representações, protagonizando a sexualidade, o gênero, o erotismo e o corpo reunindo artistas, editoras e designers em um espaço aberto e inclusivo à diversidade. Os trabalhos apresentados tinham como essência as principais características dos meios de produção independente — tiragem reduzida, aspecto artesanal e o desejo de explorar o corpo e suas representações políticas e poéticas. Além de expor zines, livros, pinturas, pôsteres, esculturas, fotografias, produtos (como artigos de fetiche, acessórios eróticos, etc), a feira também contou com uma programação de conversas, performances, vídeos, instalações e uma festa.

Número de expositores: 34
Periodicidade: Indeterminada
Local: Espaço Saracvra
Escala: Média

COMO PRODUZIR UMA FEIRA?

Depois de uma breve pesquisa que te ajude a entender o tamanho da sua feira, é hora de planejar e realizar. Mais uma vez, não pense que você precisa fazer tudo isso sozinho_: procure outr_s interessad_s e mão na massa! Aqui vai uma lista que pode te ajudar a começar:

1

ESPAÇO

O primeiro passo é escolher um espaço para a feira. Ela pode acontecer em locais públicos, centros culturais, praças, escolas, SESC's ou em espaços privados, sendo que para estes talvez seja necessário combinar um aluguel ou uma contrapartida. Alguns pontos para levar em consideração incluem a facilidade de acesso ao espaço, bem como a existência de meios de chegar até lá via transporte público, a estimativa de participantes e de público, infraestrutura existente, as normas para exposição, entre outros.

É evidente que a concentração de feiras no eixo do Sudeste é maior do que nas outras regiões do Brasil, e dentro dessas cidades ainda existem recortes das zonas onde essas feiras se realizam. Então, priorize organizar uma feira em lugares que não recebem tantos eventos desse tipo – ou, que tal uma feira itinerante entre cidades?

2

FINANCIAMENTO

É preciso colocar na ponta do lápis quais serão os custos relacionados a produção total da feira. Espaço, mesas, equipamento de som, apoio e divulgação podem ser alguns dos itens que gerem gastos. Algumas feiras recorrem a inscrições pagas pelos expositores, ingressos de entrada, bar gerenciado pela própria organização, contribuição voluntária e ajuda financeira de incentivos públicos ou privados. Tudo vai depender da escala que se pretende organizar o evento.

3

PARTICIPANTES

A feira se torna mais interessante à medida que s expositors e seu público são mais diversos. A diversidade garante também que a feira seja sustentável com o tempo, pois expositors variads atraem um público cativo junto ao público novo. A escolha ds expositors pode ser feita através de convites individuais (uma curadoria prévia) ou através da abertura de uma chamada para inscrições. Existem feiras com temáticas diversas, e uma curadoria pode ser feita também nesse sentido. De toda forma, vale ressaltar a importância de se pensar a inclusão de publicadors de circuitos variados: ninguém quer ver sempre a mesma coisa!

4

MOBILIÁRIO

A feira pode oferecer mesas e cadeiras para _s editor_s exibirem seus produtos ou pode requerer que cada um leve sua estrutura. Talvez seja necessário alugar algumas mesas, e isso vai pesar no financiamento do evento (também por isso pode ser necessário cobrar uma taxa de inscrição). Além disso, também é importante oferecer mesas e cadeiras para o público sentar – ou talvez uma grama com cangas e almofadas ;)

5

ATIVAÇÃO

Para além da exposição e venda de publicações, organizar outras atividades* ajudam no aumento do público e na permanência do mesmo durante todo o tempo de funcionamento da feira. Promover oficinas de instrumentalização e rodas de conversa em torno do tema ajudam a dinamizar o espaço e garantem trocas mais duradouras entre o público e _s expositor_s. Ações artísticas como apresentações musicais e recitais também ajudam na diversificação e permanência dos visitantes, contudo, é preciso cuidado para que essas atividades não tirem o foco das publicações.

* Para mais informações, consulte o guia “Por que organizar um encontro?”

6

INFRA-ESTRUTURA BÁSICA

Uma feira tem necessidades espaciais mínimas para sua realização. Entre elas, é importante prover banheiros para _s expositor_s e para visitantes, boa iluminação para os produtos, energia elétrica e tomadas (para carregar celulares e máquinas de passar cartão), e ocasional proteção de chuvas e ventos.

7

CALENDÁRIO E PERIODICIDADE

As feiras podem acontecer com frequências variadas. Isso vai depender da sua disponibilidade de organizá-las, com possibilidade de alternância de expositor_s e também com a viabilidade de seu financiamento. As grandes feiras costumam ocorrer uma ou duas vezes ao ano, devido à quantidade de trabalho necessária para sua organização, enquanto feiras menores podem ocorrer até mesmo mensalmente. Ao escolher uma data para a feira é importante levar em conta que o público terá maior facilidade em comparecer em dias e horários alternativos aos de trabalho, como finais de semana e feriados, e também em dias convidativos para sair de casa (um solzinho vai bem, né?).

Procure saber de outros eventos que vão acontecer na cidade simultaneamente – e melhor não marcar duas feiras de publicação no mesmo dia né? Bora se ajudar!

8

DIVULGAÇÃO

A presença do público é um ponto importantíssimo da feira, e para isso é necessário investir na divulgação. É legal pensar tanto na criação de eventos e no compartilhamento de imagens nas redes sociais como também na impressão de cartazes e flyers a serem distribuídos em regiões frequentadas por potenciais participantes. Se a feira já tiver um nome, você, que está se aventurando no mundo dos impressos, pode também desenvolver uma identidade visual para ela – sozinha_ ou em colaboração com amig_s –, e fazer com que sua divulgação seja um atrativo para muitas pessoas!

9

SINALIZAÇÃO

No dia do evento, é importante que a montagem do espaço facilite a locomoção e o entendimento, por parte do público, de tudo que está ocorrendo lá. Pensar na sinalização do espaço, com o uso de placas, cartazes ou faixas indicando as mesas, os banheiros, lanches, entre outros, é uma forma de ajudar nessa compreensão. Junto a isso também é interessante sinalizar a localização das mesas de cada editora, para que a pré-organização também seja tranquila para os expositores.

As vendas podem ocorrer de diferentes maneiras nas feiras. A forma como elas ocorrem está relacionada à disponibilidade de mesas e espaço para os publicadores, à cobrança ou não de uma porcentagem dos valores para a organização e mesmo ao conceito da feira.

A cobrança de porcentagem de vendas deve ser estipulada desde o início do processo e precisa estar combinada entre organização e publicadores. É fundamental considerar o valor dessa porcentagem de acordo com a cobrança ou não de taxa de inscrição, tornando a participação na feira vantajosa para ambos os lados.

Ah! E não se esqueça que as feiras são um lugar de contato entre _s expositor_s e seu público, e que essa é uma oportunidade de encontro muito rica para os dois lados. Caso as vendas sejam centralizadas pela produção da feira é necessário se atentar bastante ao atendimento aos visitantes, escalando pessoas que atuem como bons livreiros e saibam dizer informações de cada obra e editora. Um modo de simplificar essas informações é pedir _s publicador_s que façam um pequeno release de cada um de seus trabalhos e também de sua editora, para acompanhá-los na mesa.

para participantes

COMO SE INSCREVER EM FEIRAS?

Como citado anteriormente, cada feira possui o seu processo seletivo. Para feiras com chamadas abertas, pode ser importante reunir o seu material em um portfólio simples, mas eficaz. Fotografe as suas publicações com qualidade, faça uma apresentação sua/da sua editora de maneira objetiva e, é claro, mantenha-se dentro do prazo de inscrição. Essa é a porta de entrada para que _s organizador_s conheçam o seu trabalho, então, valorize-se ;)

QUAIS INFORMAÇÕES SÃO NECESSÁRIAS?

Normalmente as feiras disponibilizam o preenchimento de um formulário online, onde serão solicitados dados pessoais de um dos participantes, informações básicas d_expositor_ e algumas imagens ou links que possam apresentar o seu material. Algumas feiras buscam fazer uma curadoria mais específica de seus expositores, e isso pode influenciar na complexidade do formulário.

| Participar de uma feira é muito divertido – mas dá |
| trabalho! Na pré-produção, você com certeza esta- |
| rá envolvido com todos os detalhes relacionadas às |
| suas publicações, e algumas coisas podem passar |
| despercebidas. Para facilitar, confira ao lado uma |
| lista rápida: |

KIT BÁSICO DE SOBREVIVÊNCIA

CADERNINHO: para anotações importantes e controle de vendas

FITA CREPE: uma parceirona, sempre útil.

TESOURA: outra amiga de fé, irmã-camarada.

ETIQUETAS: ou algum material para precificar os seus trabalhos

MASSINHA ADESIVA: ótima para colar cartazes na parede, sem danificar nenhum dos lados

BARBANTE/PREGADORES: se você não tiver paredes disponíveis,

você pode fazer um varal de cartazes!

MÁQUINA DE CARTÃO: muito, muito útil. se você não tem uma, tente negociar uma alugada ou emprestada com a colega

TROCO: tão importante quanto a máquina de cartão.



CARREGADORES: da máquina de cartão e do celular, claro.

EXTENSÃO: nem todas as feiras conseguem garantir tomadas para todos os expositores, mas é aí que a extensão salva!

ILUMINAÇÃO: uma fonte bem básica já ajuda no caso de um evento externo que vai até à noite. pode ser uma luminária de mesa ou um piscapisca mesmo

MESA E BANQUINHO: sempre bom conferir se a feira vai garantir para tod_s, principalmente se você faz parte de uma dupla ou coletivo.

**POR QUE
PROMOVER
ENCUENTROS?**

Escuta, então você está pensando em realizar um encontro sobre/com/em torno de publicações independentes? Ótimo! Reunimos aqui algumas sugestões para te ajudar nessa missão. De cara, é preciso saber que na condição de agente do encontro você será a pessoa responsável pelas dores e delícias que virão. Isso não significa que você precisa fazer tudo sozinho_, ative a sua rede e vá em frente!

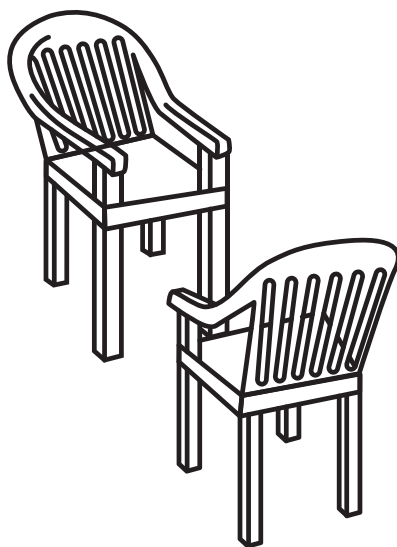
Antes de mais nada, é sempre bom refletir sobre a relevância da atividade que você deseja propor. Ela promove reflexões e convivências interessantes? Esse encontro contribui para discussões pertinentes sobre a página impressa? Esta atividade é acessível, gratuita e aberta ao público? A quem interessa esse encontro? Não existem respostas certas, apenas questionamentos que iniciam e permeiam o processo. Pode parecer muita coisa, mas, respire! Pegue um caderno e comece lembrando que o planejamento é parte essencial dessa empreitada.

TIPOS DE ENCONTRO

O circuito de publicações independentes é vasto - que bom! Isso permite que diversos tipos de encontros aconteçam de maneira única, dependendo do seu recorte de público, lugar e tema. É possível explorar questões que passem pela prática da escrita ou da produção gráfica, até debates sobre a democratização do acesso às publicações. Listamos algumas possibilidades:

Oficinas
Roda de conversa
Debate
Palestras
Imersões
Residências
Feiras*
Lançamentos
Conversa com autores
Clube de leitura
Atos/ Performances
Seminários
Grupo de estudo/ trabalho
Cineclube
Panfletagem
Intervenções Urbanas (lambe-lambe)
Mutirão
Sarau

... ou que você quiser: misture saberes, pessoas e lugares que normalmente não se encontrariam!



* para saber mais, consulte nosso guia
“Por que organizar uma feira?”

público

Mais uma vez, pontuamos aqui a importância de construir um espaço diverso e contra-hegemônico, promovendo diálogo e conexões entre pessoas de experiências e contextos múltiplos. Lembre-se: a cidade vai além da sua bolha! Garantir a participação de pessoas de outros contextos sociais, culturais, familiares, etários, regionais e étnicos representa a potência do encontro. Promover chamadas abertas e inscrições qualitativas pode ser uma maneira de atingir um público diverso. E não esqueça de ativar mecanismos para garantir que esses convites cheguem a pessoas além da sua rede presencial e virtual.

Além dos grupos já citados acima, também é possível pensar encontros que levem a reflexão da publicação independente para pessoas que talvez não tenham uma relação direta com o circuito, mas que detém narrativas que precisam circular por si próprias. Pense nesses encontros como a potência de criar nov_s publicador_s, nov_s leitor_s e novos espaços de circulação.. É MUITA RESPOSTA!

— pensando em tudo isso, priorize propor atividades para:

PUBLICO LGBTQI+

PESSOAS NÃO
BINÁRI_S

PESSOAS EM
VULNERABILIDADE
SOCIAL

MULHERES

PESSOAS NÃO
BRANCAS

ESTUDANTES DA
REDE PÚBLICA

IDOS_S

E OUTR_S

locais

Com seu público definido, busque um local que dialogue com sua proposta. Certifique-se de que este espaço é acessível: é possível chegar através do transporte público? Pessoas com restrição de mobilidade conseguirão participar? É gratuito ou pago? Leve em consideração o horário de funcionamento e a infraestrutura básica do espaço (a saber: banheiro, água, luz) para verificar se ele está adequado às suas necessidades.

A seguir, trazemos algumas sugestões de lugares que podem receber seu encontro. Os aparelhos municipais são espaços públicos que atravessam um momento de séria precarização e dos quais podemos nos apropriar para movimentar a cultura. Além deles, há outros espaços públicos e privados que podem estar abertos a esse tipo de iniciativa. Algumas dessas instituições possuem editais de financiamento ou chamadas abertas, mas estes não necessariamente apresentam regularidade fixa. Por isso, não espere um convite para propor alguma atividade. Dialogue e promova os encontros que você quer ver acontecendo. Apesar das precarizações, tente colocar-se como um agente ativo e procure sua rede. “O não você já tem”.

ESPAÇOS PÚBLICOS

A RUA!

Escolas e Universidades Públicas

Praças, parques, calçadões e viadutos

Bibliotecas

Museus*

Centros culturais*

***Nestes casos, é preciso buscar as especificidades de cada instituição. Procure saber!**

ESPAÇOS ALTERNATIVOS

Espaços alternativos de cultura podem ser uma boa opção para sediar o seu evento, já que costumam ser abertos a propostas de atividades. Centros culturais comunitários, pequenas galerias, ateliês, casas coletivas, livrarias, bancas de jornais e, por que não, um boteco de sua preferência? Procure os responsáveis pelo espaço, faça a sua apresentação e mão na massa!

Pra ajudar, olha só essa lista de aparelhos municipais no Rio de Janeiro, disponível no site da Secretaria Municipal de Cultura:

CENTROS CULTURAIS

Centro Coreográfico da Cidade do Rio de Janeiro - Tijuca

Centro de Artes Calouste Gulbenkian - Praça Onze

Centro Cultural Municipal Laurinda Santos Lobos - Santa Teresa

Centro Cultural Municipal Oduvaldo Vianna Filho - Flamengo

Centro Cultural Municipal Parque das Ruínas - Santa Teresa

Centro Cultural Municipal Professora Dyla Sylvia de Sá - Jacarepaguá

Centro da Música Carioca Artur da Távola - Tijuca

Centro Municipal de Arte Hélio Oiticica - Centro

Centro Cultural João Nogueira (Imperator) - Méier

Centro Cultural Municipal José Bonifácio - Gamboa

Cidade das Artes - Barra da Tijuca

Memorial Municipal Getúlio Vargas - Glória

Terreirão do Samba - Centro

LONAS CULTURAIS

Lona Cultural Municipal
João Bosco
Vista Alegre

Lona Cultural Municipal
Carlos Zéfiro
Anchieta

Lona Cultural Municipal
Terra
Guadalupe

Lona Cultural Municipal
Jacob do Bandolim
Jacarepaguá

Lona Cultural Municipal
Elza Osborne
Campo Grande

Lona Cultural Municipal
Herbert Vianna
Maré

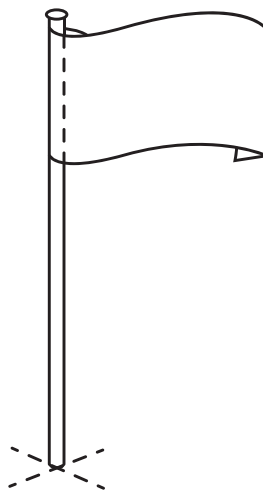
Lona Cultural Municipal
Sandra de Sá
Santa Cruz

ARENAS

Areninha Carioca
Hermeto Pascoal
Bangu

Areninha Carioca
Renato Russo
Ilha do Governador

Areninha Carioca
Gilberto Gil
Realengo



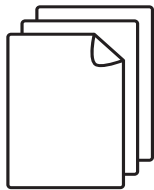
Ainda na dúvida? Existem alguns órgãos que você pode procurar na hora de buscar um local, como a Secretaria Estadual de Cultura, SEBRAE, SESC, associações de moradores e centros comunitários.

financiamento

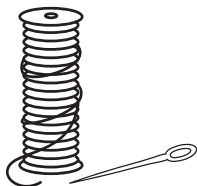
Cada encontro pode ter um custo diferente, dependendo do tamanho, do número de participantes e da estrutura pretendida. Atividades que incluem material ou outros pequenos custos podem ser financiados de diversas maneiras, entre eles, contribuição voluntária, apoio de parceiros, sugestão de lista de materiais, etc. Para encontros maiores, pode-se buscar captação de patrocínio, leis de incentivo, editais e financiamento coletivo.

material

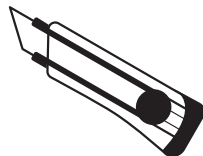
A lista de materiais é variável de acordo com o tipo de encontro, mas listamos aqui alguns itens básicos para uma oficina de construção de zines, por exemplo. Lembre-se de considerar o transporte desses itens, a geração de lixo e a organização anterior e posterior de todos eles.



papéis variados



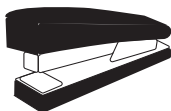
linha e agulha



estilete



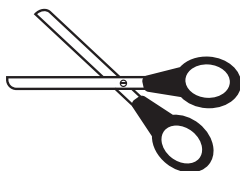
cola



grampeador



impressora



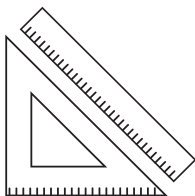
tesoura



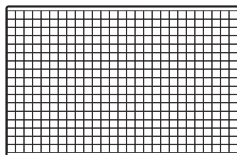
furador de papel



pregadores



régua e esquadros



mesa de corte



estrutura básica

organização

Antes de tudo, lembre-se de propor horários e dias da semana acessíveis para o seu público. A partir daí, defina: quanto tempo é necessário para a realização da atividade proposta? Aqui vão algumas sugestões:



Espontânea: panfletagem, intervenção urbana, ato/performance



Curta Duração (até 3h): roda de conversa, lançamento, oficina, palestra, clube de leitura, cineclube



Média Duração (de 3h a 6h): oficina, mutirão, grupo de estudo



Longa Duração (mais de um dia): seminário, residência, imersão, mutirão

Como proponente, é importante ter um cronograma organizado e tentar, dentro do possível, monitorar o tempo destinado a cada atividade e garantir a construção de um espaço de diálogo produtivo e saudável. Que tal planejar momentos para estruturar o seu encontro?

INTRODUÇÃO

Faça uma apresentação resumida de você, dos objetivos do encontro e, se for o caso, dos convidados do evento.

APRESENTAÇÃO

Se for pertinente, sugira que cada participante se apresente e também diga quais as expectativas para o espaço de diálogo/atividade. Para quebrar o gelo, você pode propor uma dinâmica de apresentação individual ou para o grupo nesse momento.

DESENVOLVIMENTO

Essa é a hora de realizar o que você se propôs. O tempo necessário varia de acordo com o objetivo da atividade, mas é bom saber que é a etapa que tomará mais tempo dentro do seu cronograma - se tudo correr bem!

INTERVALO

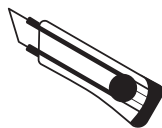
No caso de uma atividade longa, é importante considerar horários para pausas (de almoço, de café ou só para descansar).

FINALIZAÇÃO

Pode ser interessante fazer uma reflexão acerca do encontro, pontuando o que foi positivo e o que ainda pode ser feito. Esse momento é uma ótima oportunidade para pensar em desdobramentos do encontro, por isso, que tal passar uma lista de contatos entre _s participant_s?

PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE

COMO PLATAFORMA DE URGÊNCIA



Esta publicação é um dos desdobramentos da Imersão Publicação Independente Como Plataforma de Urgência, promovida pela Banca Carrocinha em parceria com a PISEAGRAMA e tijuana > rio.

Durante os dias 22 a 27 de julho de 2019, ocupando uma das salas do Centro Municipal de Arte Hélio Oiticica, Rio de Janeiro, um grupo composto por entusiast_s, publicador_s e pesquisador_s do circuito independente, se propôs a repensar ativamente o papel da publicação em uma conjuntura política esmagadora como a de agora. Os guias presentes nesta zine, assim como a biblioteca virtual que reúne material de apoio e uma lista atualizada de profissionais dispostos a trabalhar em rede, são uma tentativa, ainda que inicial, de se descentralizar as narrativas e abarcar corpos e vozes que disputam a hegemonia do campo das ideias, dos livros, das artes, das subjetividades.

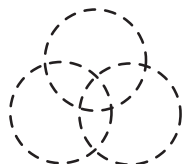
Esperamos que muito em breve este material se encontre desatualizado, reafirmando o constante movimento e renovação do mundo das publicações independentes.





e fogo nos fascistas!

O conteúdo desta zine foi criado coletivamente,
durante a imersão Publicação Independente como
Plataforma de Urgência, realizada
em julho de 2019.



Participaram da imersão:

Anna Thereza de Menezes - Beatriz Carneiro
Bruna Saddy - Carol Incerti - Clara Meliande
Jefferson Barbosa - João Paulo Racy - Julia Aiz
Larissa Vaz - Lorena Germano - Lucas Fontes
Maria Helena Pereira da Silva - Mariana Paraizo
Paula Lobato - Pedro Vidal - Rafaela Miranda
Rodrigo Rosm - Tania Grillo

O custo de impressão deste
material gráfico é de R\$7,60.

realização

PISEAGRAMA



tijuana