

AS ZINES NO ENSINO DE DESIGN: CONTRIBUIÇÕES DO MOVIMENTO PUNK E DO FAÇA-VOCÊ- MESMO

ZINES IN DESIGN TEACHING: PUNK MOVEMENT AND DO-IT-YOURSELF CONTRIBUTIONS

Lindsay Jemima Cresto ¹

Resumo

Os *fanzines* eram muito utilizados pelo movimento *punk*, na divulgação de ideias, *shows*, eventos e consistiam em impressões de pequenos formatos. Eram confeccionados de forma simples e rudimentar, com recortes de jornal, fotografias e imagens, com as fontes montadas e organizadas manualmente e muitas vezes eram feitas cópias para distribuição, importando mais a comunicação do que o respeito aos princípios do design. Na disciplina de Teoria do Design 2, ministrada para os cursos de Design e Design Gráfico da UTFPR, as zines foram propostas como atividades para discutir os conteúdos de história do design, analisar a linguagem gráfica do movimento *punk* e na discussão de estratégias de comunicação de ideias, valores e ideologias, avaliando sua inserção em uma cultura de produção, circulação e consumo. As zines evidenciam o potencial de comunicação de ideias, convidando a uma reflexão sobre a articulação de diferentes produções do design, tais como caricatura, ilustrações, tipografia, *lettering*, colagens, fotografias. As zines, neste sentido, devem ser valorizadas como expressões gráficas que fazem parte do design, e não como exceções às atividades e práticas do campo.

Palavras-chave: zines; punk; faça-você-mesmo; teoria do design.

Abstract

Fanzines were widely used by the punk movement, in the dissemination of ideas, shows, events and consisted of small format prints. They were made in a simple and rudimentary way, with newspaper clippings, photographs and images, with the fonts assembled and organized manually and copies were often made for distribution, importing more communication than respecting the principles of design. In the discipline of Design Theory 2, taught for UTFPR's courses in Design and Graphic Design, the zines were proposed as activities to discuss the contents of the history of design, analyze the graphic language of the punk movement and in the discussion of communication strategies of ideas, values and ideologies, evaluating their insertion in a culture of production, circulation and consumption. The zines show the potential for communicating ideas, inviting reflection on the articulation of different design productions, such as caricature, illustrations, typography, lettering, collages, photographs. In this sense, zines should be valued as graphic expressions that are part of the design, and not as exceptions to the activities and practices of the field.

Keywords: zines; punk; do-it-yourself; design theory.

¹ Professora Doutora em Tecnologia e Sociedade, Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Curitiba, Paraná, Brasil, lindsayjcresto@utfpr.edu.br; <https://orcid.org/0000-0002-2598-153>

1. Introdução

O movimento punk surgiu na Inglaterra nos anos 1970, como expressão de revolta contra as condições socioeconômicas das classes dominantes, com atitudes sociais desviantes, procurando “com determinação separar-se do panorama das chamadas formas normalizadas”, atraindo grande desaprovação (HEBDIGE, 2018, p.11). Sua estética era agressiva, tanto na moda, objetos, como na linguagem gráfica. O *punk* colocava-se como antítese do movimento *hippie* e como uma força crítica ao sistema político e econômico da época. Influenciado pelo movimento situacionista, questionava as altas taxas de desemprego e exigia novas posturas e comportamentos frente a uma sociedade desgastada por conflitos, desigualdades, pelo apelo constante ao consumo e por governos pouco interessados em políticas sociais.

O Situacionismo foi um movimento europeu, criado em 1957 e que se manteve até meados dos anos 1970, com forte crítica social, cultural e política e reuniu arquitetos, artistas, poetas comprometidos em refletir sobre a sociedade mercantilizada e de consumo. O Situacionismo foi influenciado pelas obras dos pensadores da Escola de Frankfurt, obras de Henri Lefebvre, Georg Lukács, Karl Marx que indicavam os efeitos nocivos do capitalismo avançado, defendendo a reinvenção da ordem social e da vida cotidiana. A utopia do situacionismo consiste na “projeção de uma sociedade comunista próxima aos ideais anarquistas, capaz de ser alcançada pela recusa radical do autoritarismo de Estado e da burocracia” (ITAÚ CULTURAL, 2021). Situacionistas defendiam a construção de novas situações nas ações cotidianas, com propostas de intervenções como cartazes, panfletos e novas experiências de apreensão do espaço urbano, pensando a cidade de uma forma mais afetiva.

O *punk* era uma reação à cena musical da época, de ascensão do *rock* progressivo, defendendo maior liberdade na criação, produção e divulgação das bandas, baseado no conceito *faça-você-mesmo*. “Na sua vertente musical, o ideário punk rejeitou a música reinante nos anos 1970, a indústria da música e os seus procedimentos, as modalidades de divulgação tradicionais, as sonoridades progressivas e a estética padronizada reinante” (GUERRA; STRAW, 2017). Neste contexto, bandas como *Sex Pistols*, *The Clash*, *Ramones*, *Blondie*, *Patti Smith* apresentavam músicas agressivas, em composições críticas e por vezes com certo tom ácido, acompanhadas de guitarras distorcidas e posturas questionadoras. As letras de muitas bandas do período mostravam esta nova postura, como por exemplo, *People have the power*, de Patti Smith, que fala do poder da liberdade que deve ser reivindicado pelas pessoas.

Para Teal Triggs (2010) o movimento punk teve uma primeira onda, marcada pelos *Sex Pistols* e a morte de Sid Vicious em 1979, embora não possa ser definido somente pela banda e pela atuação de seu agente, Malcolm McLaren. Entre 1973-1974 o *punk* ganha força em Nova York, com bandas como *Television* e *Ramones*. A segunda onda surge nos anos 1980, com os grupos de *anarco-punks*, *punks* de rua, *hardcore* e movimentos neo-fascistas. As zines *punk* acompanham essas transformações e posicionamentos políticos, com novas publicações. No Brasil, o *punk* chegou nos anos 1980, tendo como protagonistas as cidades de São Paulo e Brasília. O *punk* ganhou mais visibilidade no país com o festival *O começo do fim do mundo*, realizado em 1982 em São Paulo, ao estilo *faça-você-mesmo* na produção e organização do evento, idealizado por Antônio Bivar. *Ratos de porão*, *Cólera*, *Negligentes*, *Inocentes*, *Olho Seco*, *Desertores*, *Restos de Nada*, *Garotos podres* foram algumas das bandas que se apresentaram no festival no Sesc Pompéia.

A estética visual do *punk* era tão provocante e emocional como a música. Na linguagem gráfica do movimento punk, encontramos características como recortes, colagens e rejeição aos métodos convencionais do design gráfico, como o uso do *grid* e de princípios

como legibilidade, clareza e objetividade. Segundo Rick Poynor, os “artistas gráficos associados ao *punk rock* organizaram e executaram um verdadeiro ataque aos métodos organizados e às convenções polidas do design profissional, deleitando-se em divergência e caos, recusando-se a reconhecer a existência de qualquer categoria de ‘erro’ (POYNOR, 2010, p.38).

Jamie Reid, artista formado pela Escola de Artes de Croydon em Londres, foi uma figura importante na divulgação e identidade dos *Sex Pistols*. Reid começou sua carreira em uma revista comunitária, a *Suburban Press*, sendo responsável pelo visual de algumas edições, nas quais utilizava recortes de manchetes de jornais. Reid criou a capa de *God Save the Queen* (1977), que marcava as comemorações do jubileu de prata da rainha, com uma imagem dela, com tiras de papel grosseiras rasgadas e coladas sobre os olhos e a boca. O título do álbum e o nome da banda apareciam nesses espaços vazios, em letras recortadas, com tipografias diferentes (Figura 1). Em *Never mind the bollocks* (1977), Reid usou um fundo amarelo ácido com tipografias recortadas exibindo o nome da banda, contrastando com a caixa alta na cor preta do título do álbum. Essa composição pode ser considerada a “antítese do design harmonioso, profissional e de bom gosto”, tido como uma “ofensa estética imperdoável” na perspectiva de muitos designers profissionais (POYNOR, 2010, p.40).

Figura 1. Álbuns do Sex Pistols, 1977.



Fonte: Poynor, 2010.

A rejeição aos princípios do design era uma característica compartilhada por muitos artistas gráficos do movimento *punk*, que utilizavam a linguagem dos cartazes de rua para divulgar *shows* e eventos. Segundo Rick Poynor (2010, p.12), “uma das inovações mais importantes o design gráfico, ao longo das duas últimas décadas, foi o desafio explícito dos designers às convenções ou normas um dia vistas como constituintes da boa prática”. Entre essas inovações estão técnicas gráficas improvisadas, como os cartazes e fanzines reproduzidos a partir de fotocópias, as colagens de recortes de revistas e jornais e as cópias mimeografadas e as serigrafias.

As soluções gráficas adotadas caracterizavam-se pela grande velocidade de execução, como se não houvesse tempo a perder, resultando em uma estética anárquica. Mesmo com uma recusa de designers profissionais em reconhecer a produção de artistas gráficos do movimento *punk*, alguns designers nos anos 1980 adotaram estratégias semelhantes. A desconstrução foi um conceito muito utilizado por designers profissionais, influenciados pelo movimento punk. A desconstrução foi a base de um movimento de questionamentos acerca das convenções do design gráfico profissional, enfatizando as experiências com os significados

linguísticos, colocando ideias sob rasura, convidando leitores/as a contestar e interpretar as soluções gráficas do período. Mais o que o aparente caos, a desconstrução propõe uma interpretação e contestação de significados linguísticos e formais, formando um jogo complexo e divertido da linguagem (POYNOR, 2010).

2. O Faça-Você-Mesmo e Zines no Movimento Punk

Na estética *punk*, o conceito faça-você-mesmo, também conhecido pela expressão *do it yourself* (DIY), exerceu forte influência com a multiplicação de bótons, broches, colagens, fotografias instantâneas etc. As chamadas *fanzines* (*fan magazines*) tornaram-se bastante populares e consistiam em impressões de pequenos formatos, com divulgação de ideias, *shows* de bandas e eventos. Essas *fanzines* eram confeccionadas de forma simples e rudimentar, com recortes de jornal, fotografias e imagens, com as fontes montadas e organizadas manualmente e muitas vezes eram feitas cópias para venda e distribuição. Uma das ideias promovidas pelo movimento *punk* era de qualquer pessoa que tocasse um instrumento poderia ser músico ou ter uma banda. A ideia era que qualquer pessoa poderia produzir produtos, customizar roupas, com o conhecimento que tivesse, utilizando recursos disponíveis para execução, pois “para a cultura do faça-você-mesmo, todo ser humano é artista” (TOLOKONNIKOVA, 2020, p.35). Para Tolokonnikova, a cultura do faça-você-mesmo é uma estratégia de evitar a alienação, quando se perde de vista o cenário mais amplo e funcionamento do sistema como um todo (TOLOKONNIKOVA, 2020). Neste sentido, o faça-você-mesmo é uma atividade que contribui com a expressão da criatividade e da liberdade, explorando possibilidades, sem depender necessariamente de especialistas no assunto. Neste sentido, a noção de poder individual como motivação para um protagonismo ativo na sociedade é um aspecto positivo do conceito faça-você-mesmo.

As origens do faça-você-mesmo são associadas ao período de reconstrução do pós-guerra, sobretudo nos EUA. Uma das versões mais aceitas é a de que o “faça você mesmo” é um fenômeno produzido como reação à escassez de produtos e de mão de obra do período do pós-guerra. Atitudes como a produção e reutilização de tecidos, peças de roupa e materiais diversos eram estimuladas: “autoridades americanas e europeias aconselhavam as mulheres a aproveitarem o material disponível em casa, transformando cortinas em vestidos, lenços em bolsas” (AZZI, 2012). Nas décadas posteriores ao fim da guerra, nos anos 1960 e 1970, com os movimentos de contracultura e o movimento *hippie*, o faça-você-mesmo ganha força como estratégia de oposição à cultura de massa, às mídias e à disseminação do consumo.

Historicamente, o faça-você-mesmo abrange diferentes tipos de atividades, que exigem distintos níveis de criatividade e habilidades, tais como bordados, crochês, construção de luminárias, móveis, barcos e casas; publicação de livros e fanzines; fazer/customizar roupas; jardinagem, arranjos florais; consertos e reparos nos interiores domésticos; instalação de papel de parede etc. Atualmente somam-se a essas atividades os trabalhos com papéis, brindes e decoração de festas, bijuterias, e reparos domésticos (ATKINSON, 2006).

O faça-você-mesmo, mais do que uma forma de lazer ou *hobby*, é um processo de design democrático, autônomo, amador, autodirigido e mais próximo do usuário final, sendo considerado uma antítese do design (ATKINSON, 2006). Essa reflexão sobre atividade amadora e o design como atividade profissional é importante para compreender o apagamento de certas produções consideradas amadoras ou contrárias aos fundamentos do design, como as fanzines e produções gráficas do movimento *punk*.

A ideia principal da cultura do faça-você-mesmo é parar de consumir o que é feito para você e fazer sua própria cultura (TRIGGS, 2006). As zines *punk* eram desajeitadas, pouco profissionais, resultado de um processo constante de recortes e colagens. Na confecção das zines importava mais comunicar certas ideias aos grupos e comunidades do que respeitar *grids*, tipografia legível, pontuação, gramática e direitos autorais (TRIGGS, 2010).

Sniffin' Glue (Figura 2), de Mark Perry, é considerada a primeira zine punk britânica (TRIGGS, 2010). Com cerca de catorze edições, caracterizava-se por uma estética agressiva que empregava letras feitas com máquina de escrever, textos manuscritos, caricaturas e fotografias de *shows* (TRIGGS, 2010). *Anarchy in the U.K.*, zine do *Sex Pistols*, foi classificada por Malcom McLaren como uma declaração de independência. A zine trazia na capa uma garota *punk*, com acessórios como correntes e brinco, maquiagem pesada e os cabelos com as laterais no estilo moicano (Figura 2).

Figura 2. Zines *Sniffin' Glue* (1976-1977) e *Anarchy in the USA*.



Fonte: TRIGGS, 2010.

O movimento *punk* defendia que, assim como a música e a moda, qualquer pessoa poderia criar sua zine. As zines transformaram-se em veículos de comunicação da subcultura jovem, contribuindo para a construção da identidade e comunidade punk como grupo político. As zines converteram-se em porta-vozes das bandas, divulgando informações de eventos, horários de shows e eventos políticos.

3. A Experiência das Zines no Ensino de Design

Durante as aulas das disciplinas de Teoria do Design 2 e Teoria e História do Design 2, ministradas para os cursos de Design e Design Gráfico da UTFPR, as zines possuem um papel fundamental na articulação e discussão dos conteúdos trabalhados, na análise da linguagem gráfica do movimento *punk* e na discussão de estratégias de comunicação de ideias, valores e ideologias, avaliando sua inserção em uma cultura de produção, circulação e consumo. A atividade é realizada desde 2018 como parte das avaliações da disciplina, desenvolvida em horário de aula e fora de sala, em equipes de estudantes. Os requisitos para a confecção da zine são: conteúdo original e reprodução de poemas, trechos de textos ou músicas; imagens,

ilustrações e fotografias (próprias ou não); dimensões de uma folha A4, com dobras internas e/ou na estrutura toda; impressão (cópia) preto e branco; colagens.

Os temas das zines são comuns para a turma toda e variam a cada semestre. Alguns temas propostos foram: “o design na UTFPR”, com o objetivo de refletir sobre o curso na universidade, características, dificuldades, visões de estudantes; “o design pra mim é...”, motivado por discussões sobre diferentes concepções de design, entre estudantes, docentes e sociedade, e “a universidade pública no Brasil”, tema proposto para motivar um debate sobre a importância da universidade pública, da educação como direito e contribuições para a sociedade, em um momento no qual as universidades estavam sendo criticadas por alguns setores.

É interessante observar que estudantes possuem afinidades com certas técnicas e métodos de representação e expressão, como por exemplo a quantidade de ilustrações dependendo do tema/turma, ou o uso de imagens e colagens de acordo com os temas tratados (Figura 3). Algumas equipes utilizam mais textos, buscando aproveitar toda a área disponível da folha A4, enquanto outras escolhem frases de impacto, notícias que circulam nas mídias no momento e “memes” das redes sociais para promover suas ideias.

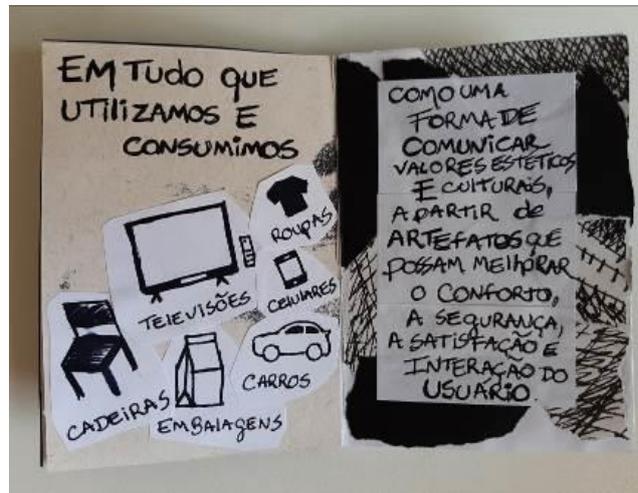
Figura 3. Zines confeccionadas por estudantes.



Fonte: acervo da autora.

Nas zines com o tema “o design pra mim é...” surgiram vários questionamentos acerca das contribuições do design para a sociedade, entendendo-o como atividade ampla e complexa, que integra produção, circulação, uso e consumo de artefatos, podendo reforçar estereótipos e desigualdades ou promover a visibilidade para temas contemporâneos, como a diversidade, contribuir com melhorias na vida de comunidades ou grupos (Figura 4). A ideia de que o design é uma atividade neutra, de caráter universal, também é criticada por estudantes, que fazem questionamentos sobre suas próprias concepções profissionais muitas vezes, sobre a atividade ser considerada elitista e representada muitas vezes como preocupação estética de modo superficial, influenciando um entendimento errado sobre a prática profissional de designers.

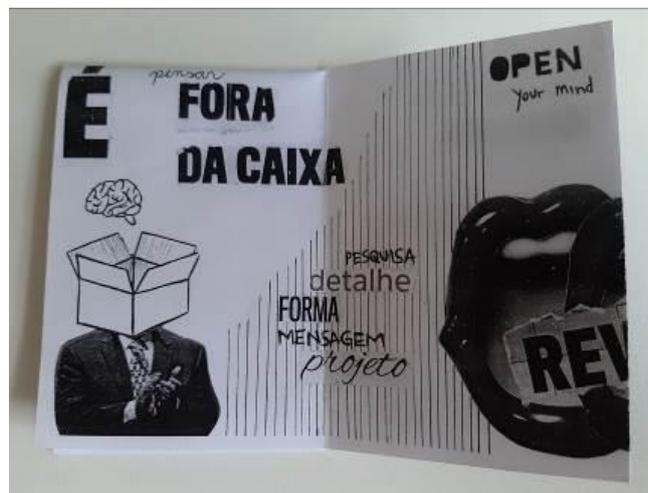
Figura 4. Zine confeccionada por estudantes.



Fonte: acervo da autora.

Outras zines com o mesmo tema refletem sobre a atuação profissional de designers e etapas de trabalho, metodologia, projeto, representação etc. As zines unem ilustração, texto e imagens para construir um panorama questionador da prática do design, a partir do “pensar fora da caixa” (Figura 5). Textos escritos à mão com marcadores e canetas, colagens de jornais e revistas são empregados junto às ilustrações e desenhos, como nesses exemplos (Figura 3, 4, 5, 6).

Figura 5. Zine confeccionada por estudantes.

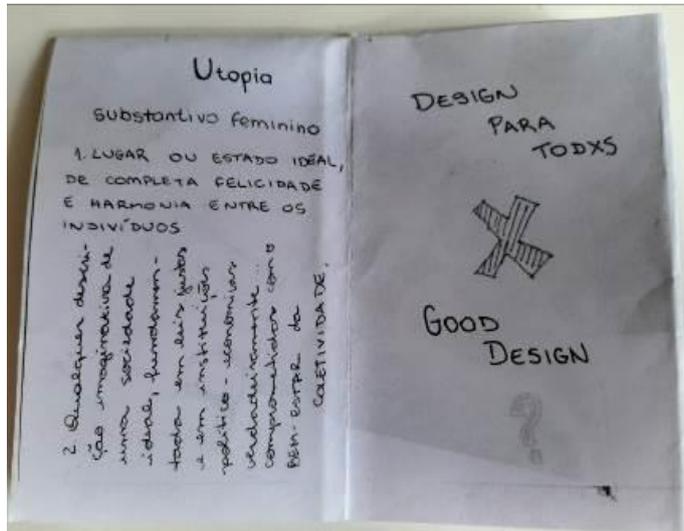


Fonte: acervo da autora.

As zines discutem aspectos ideológicos da atividade profissional, como o “good design”, um princípio caro ao design, contrapondo-o à ideia de utopia, “um substantivo feminino” (Figura 6), evocando uma diferença de gênero muitas vezes associada ao design moderno, considerado masculino, e o design pop e pós-moderno, mais femininos. A utopia também estaria relacionada à harmonia, à noção de um design universal e as contradições que essas concepções trazem à prática profissional, como a questão do design se conectar às

peças, grupos e suas necessidades e não se fixar em aspectos universais. Nesta zine, a escrita à mão é usada como estratégia de diálogo com a utopia, reforçando o apelo do texto.

Figura 6. Zine confeccionada por estudantes.



Fonte: acervo da autora.

Outra zine (Figura 7) aborda os temas do cotidiano de estudantes na graduação em design, indicando a relação entre expectativa e realidade do curso, de acordo com os períodos cursados. No 'primeiro período', o gato, personagem de "memes" nas mídias, está sendo entrevistado, com um microfone com símbolos de canais de televisão e afirma: "eu vim aqui fazer designer. Meu pai bem que me falou que é curso de vagabundo mas é que eu gosto de desenhá". A linguagem bem-humorada e irônica reproduz o tom usado em mídias e redes sociais, inclusive apoiando-se em imagens e personagem, adotando ainda a linguagem das Histórias em Quadrinhos.

Figura 7. Zine confeccionada por estudantes.



Fonte: acervo da autora.

O trocadilho “fazer designer” também ganha mais significados, pois é uma das piadas feitas entre estudantes a dificuldade de nomear adequadamente a profissão e profissionais de design. Na mesma zine (Figura 7), elementos da prática profissional são ironizados, juntos com instrumentos e softwares utilizados por estudantes nos anos iniciais de formação: “*já sei pesquisá, desenhá, e usá um escalímetro mas eu queria mesmo era mexer no Coré!*”. O olhar irônico para as atividades cotidianas do curso, como a prática do desenho, continua: “*vai dar tempo de fazer esses mil duzentos e cinquenta e dois desenhos de representação técnica em nome de Santa Monalisa de Da Vinci salve nois tudo Amém!*”.

Outras zines (Figura 8 e 9) questionam a visão do senso comum, de que o design é uma atividade predominantemente estética, ou tratada a partir de uma oposição entre estética e função. Palavras ligadas ao entendimento de estudantes sobre o que é design e seus principais conceitos mostram o potencial e alcance das discussões em sala de aula: *teoria, boa forma, composição, problema, imaginação, solução, futuro, inovação*. A palavra design, por ser expressão de língua estrangeira, também é tema das zines, escrita da forma como se fala, expondo questões que ainda permanecem nos debates acerca da atividade profissional do Brasil.

Figura 8. Zine confeccionada por estudantes.



Fonte: acervo da autora.

As zines da Figura 9 brincam com a palavra design, escrevendo-a a partir de sua sonoridade, junto com ilustrações da arte, de elementos do Surrealismo e da arte pop e uso de tipografia variada. A outra zine questiona a relação entre função e *Styling*, tema das discussões da disciplina, baseando-se nas contribuições da escola alemã Bauhaus e sua importância para o design. O desenho é feito de forma rude e grosseira, com traço grosso e a tipografia parece ter sido escrita com certa dificuldade, estratégias adotadas para ironizar as questões colocadas.

Assuntos como saúde mental e assédio foram abordados por zines, embora o tema proposto fosse o “design na UTFPR”. A percepção de muitos/as estudantes sobre a graduação inclui críticas às situações que aumentam a ansiedade, como as cobranças, quantidade e prazos de trabalhos a serem feitos; os transtornos mentais que muitas vezes são ignorados pelos docentes ou por colegas, impactando no cotidiano de atividades da universidade. Na

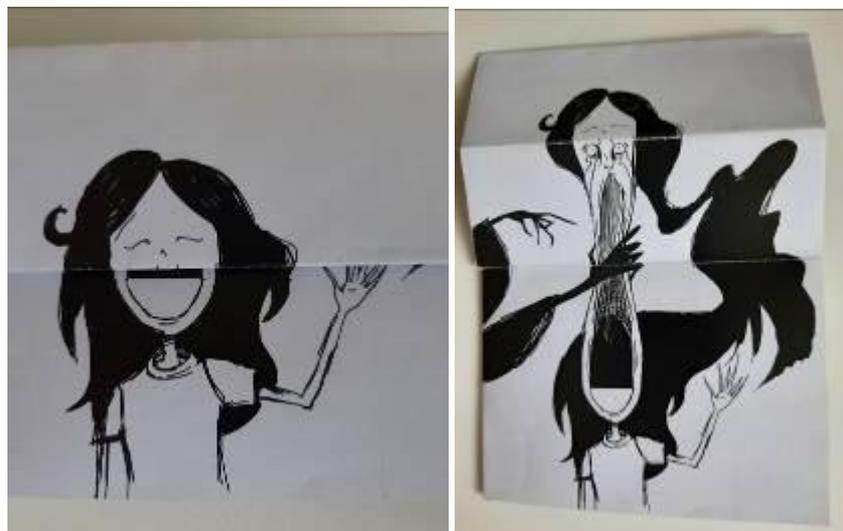
imagem abaixo (Figura 10), a ilustração da capa mostra os estados emocionais de uma pessoa bipolar, tema tratado pela zine. Ilustração, caneta e dobras foram as estratégias para comunicar o assunto na capa, com certa dose de humor, que buscava sensibilizar as pessoas para o assunto.

Figura 9. Zines confeccionadas por estudantes.



Fonte: acervo da autora.

Figura 10. Zine confeccionada por estudantes.



Fonte: acervo da autora.

Outro tema proposto foi “universidade pública no Brasil”. As zines reproduziram falas do ministro da educação na época e o termo “balbúrdia” foi muito utilizado por estudantes (Figura 11). As zines empregaram muitos recortes de notícias e manchetes, que tratavam da importância e da contribuição das universidades públicas para a ciência e para a sociedade brasileira (Figura 11). A zine que tem na capa “ninguém precisa dessa balbúrdia que é a

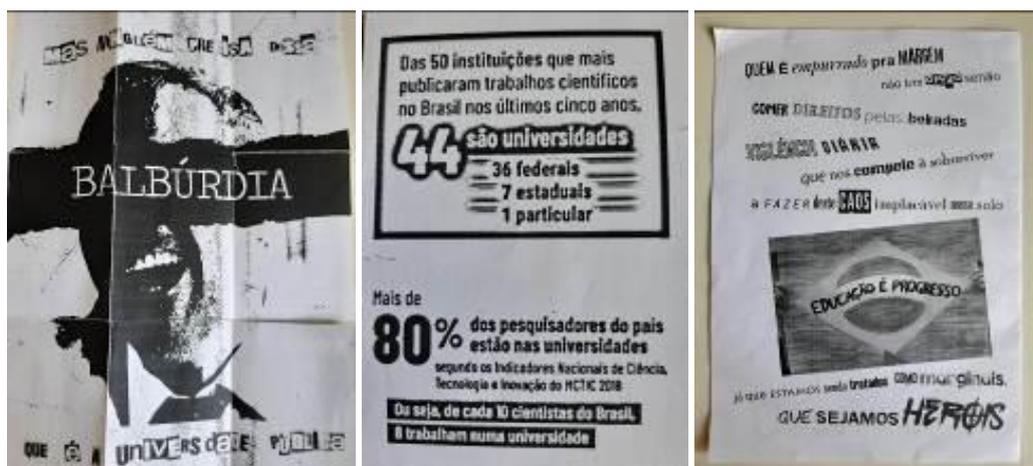
universidade pública” (Figura 12) trazia em suas páginas informações que rebatiam as críticas, como dados de pesquisas, publicações, patentes em várias áreas, reproduzindo estratégias adotadas em portais de notícias e páginas de universidades e instituições científicas. Um aspecto interessante das zines com esta proposta foi o uso de ilustrações e caricaturas, do presidente da república e do ministro da educação, além de imagens da bandeira nacional, de universidades, manifestações e referências da educação e do conhecimento, como os livros e lápis. O uso da caricatura reforça o tom crítico das zines, que buscavam fortalecer um discurso adotado pelas universidades, de serem local de produção de conhecimento e não apenas de “balbúrdia”.

Figura 11. Zines confeccionadas por estudantes com o tema “universidade pública no Brasil”.



Fonte: acervo da autora.

Figura 12. Zines confeccionadas por estudantes com o tema “universidade pública no Brasil”.



Fonte: acervo da autora.

4. Considerações finais

O movimento *punk* foi por muito tempo tratado como expressão musical e as contribuições para o design foram pouco discutidas. Ao investigar o design pós-moderno, grupos de

antidesign e o design contemporâneo, as contribuições ficam mais evidentes e torna-se difícil negar que a estética punk, mesmo com sua aparente anarquia, dialoga muito com o design. Exemplo dessas contribuições são as zines, um tipo de publicação que se popularizou nas décadas de 1980, 1990, 2000 com várias temáticas e assuntos, não apenas músicas, bandas e *shows*. São realizadas feiras de colecionadores, zines são comercializadas e distribuídas em eventos musicais, ligados ao universo das Histórias em Quadrinhos, por exemplo. Isso reforça o potencial da cultura de massa e das subculturas, como o punk, na difusão de ideias, estilos e visões de mundo.

A estética *punk*, como antítese do design profissional, também pode ser utilizada para refletir, questionar e compreender princípios de design e outras técnicas e tecnologias que envolvem a produção de zines. Como um meio de comunicar ideias, os exemplos criados para a disciplina de Teoria do Design 2 colocaram lentes sobre assuntos ligados ao cotidiano de estudantes, como a prática profissional, as técnicas, conhecimentos e ferramentas usadas no design gráfico, a saúde mental, os desafios da educação superior e as diferentes percepções de recursos gráficos para conferir forma material às várias visões e valores de estudantes.

As zines evidenciam o potencial de comunicação e compartilhamento de informações e ideias, de forma barata e rápida, convidando a uma reflexão sobre a articulação de diferentes produções do design, tais como caricatura, ilustrações, tipografia, *lettering*, colagens, fotografias. As zines, neste sentido, devem ser valorizadas como expressões gráficas que fazem parte do design, e não como exceções às atividades e práticas do campo.

Referências

ATKINSON, Paul. Do it Yourself: Democracy and Design. **Journal of Design History**, vol. 19, n. 1, 01 março de 2006. semestral.

AZZI, Christine. **DIY: a origem cultural do “faça você mesmo”**. Modamodamoda. 10 dez. 2012. Disponível em: <<http://modamodamoda.com.br/diy-a-origem-cultural-do-faca-voce-mesmo/>> Acesso em: 08/09/2014.

BESTLEY, Russ. Design it yourself? Punk’s division of labour. **Cadernos de Arte e Antopologia**. Vol. 6 n.1, 2017. Disponível em:< <https://journals.openedition.org/cadernosaa/1219>> Acesso em: 20/1/2021

BIANCHIN, Victor. **O que foi o movimento punk?** Cultura Mundo Estranho. Super interessante. 4 jul. 2018. Disponível em:< <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-o-movimento-punk/>> Acesso em: 18/01/2021.

ITAÚ CULTURAL. **Situacionismo**. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2021. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3654/situacionismo>>. Acesso em: 20/01/2021.

FERRAZ, Marcos Grinspum. **‘O começo do fim do mundo’ e a invasão punk na fábrica da Pompéia**. São Paulo São. 31/03/2016. Disponível em:<<https://saopaulosao.com.br/conteudos/recomendados/1437-o-come%C3%A7o-do-fim-do-mundo-e-a-invas%C3%A3o-punk-na-f%C3%A1brica-da-pompeia.html>> Acesso em: 10/02/2021.

GUERRA, Paula; STRAWL, Will. I wanna be your punk: o universo de possíveis do punk, do D.I.Y. e das culturas underground. **Cadernos de Arte e Antopologia**. Vol. 6 n.1, 2017. Disponível em:< <https://journals.openedition.org/cadernosaa/1189>> Acesso em: 20/01/2021.

HEBDIGE, Dick. **Subcultura**. O significado do estilo. Lisboa: Maldoror, 2018.

LIMA, Juliana Domingos de; ALEXANDRAKIS, Fredy. **Como começar a ouvir bandas do movimento riot grrrl**. Podcast. Nexo. 21/08/2020. Disponível em:< <https://www.nexojornal.com.br/podcast/2020/08/21/Como-come%C3%A7ar-a-ouvir-bandas-do-movimento-riot-grrrl>> Acesso em: 22/08/2020.

MODA DE SUBCULTURAS. **A história do movimento Riot Grrrl: punk e feminismo na década de 1990**. 03/05/2016. Disponível em:<<http://www.modadesubculturas.com.br/2016/05/-historia-do-movimento-riot-grrrl-punk-feminismo.html#comment-form>> Acesso em: 20/01/2021.

POYNOR, Rick. **Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SPARKE, Penny. **An Introduction to Design and Culture: 1900 to the presente**. London: Routledge, 2004.

TOLOKONNIKOVA, Nadya. **Um guia Pussy Riot para o ativismo**. São Paulo: UBU Editora, 2020.

TRIGGS, Teal. **Fanzines**. London: Thames & Hudson, 2010.

TRIGGS, Teal. Scissors and glue: punk fanzines and the creation of a DIY aesthetic. **Journal of Design History**. Oxford University Press. Vol. 19 n.1. p.69-83, 01 março de 2006. Semestral.