

Fanzinismo catódico experimental desde España

Álvaro M. Pons Moreno

Experimental cathodic fanzine from Spain. *In the last decade, small press and self-publishing has undergone an important boom in Spain, mainly around two phenomena: on the one hand, the generalization of the introduction of comics in higher art studies; on the other hand, the appearance of a circuit of festivals and events of self-publishing and small press. Two forces that have contributed to the appearance of a brilliant generation of young authors who have found in the comic a valid way of expression, far from any previous canon of the comic and without previous baggage in the medium. As opposed to a tradition that was marked by the influence and admiration of the great authors on the past of the medium, this new generation has been influenced by the culture of the audiovisual image, from television series, cinema and, of course, the omnipresent graphic presence in social networks such as Instagram, DeviantArt or Pinterest. Despite the fact that most of the creation has been developed on paper, as part of a claim for the organic in rebellion against the digital omnipresence, this work has been also published in social media or online, questioning the limitations between media and taking full advantage of the new options that web publication brings. An example of this fruitful relationship is Tik Tok comics, a website showing the work of young authors in search of new expressive paths, which has evolved into an Instagram channel, Tris Tras, where the dynamics of the social network itself establish new contours of interaction. New experiences that advance in a line of radical experimentation in which we would find Joselito, by Marta Alteri, who hybridizes the medium without concessions.*

Keywords: *audiovisual image, social network, fanzine, fanzineism.*

Desde el papel a las redes sociales: evolución del fanzine

El fanzine ha estado ligado de forma unívoca a la producción amateurística asociada la prensa marginal y la subcultura. Considerado como una expresión del DIY (Do it Yourself, *Hazlo Tú Mismo*) los fanzines se han definido de forma tradicional como publicaciones no comerciales, con circulación y tirada reducida, que están distribuidos por sus propios creadores o creadoras (Spencer, 2008). Una definición formal que evita entrar directamente en el aspecto más importante: el absoluto control creativo que tiene el autor o autora sobre su obra. Es evidente que ese dominio puede derivarse de la propia concepción del DIY, pero sostener la definición sobre componentes formales equipara la creación de fanzines a una tarea artesanal que obvia la que posiblemente sea la motivación más importante para llevar adelante este tipo de publicaciones: la independencia total frente a la línea cultural *mainstream* establecida. Ya sea desde el tratamiento de géneros como la ciencia-ficción, tradicionalmente relegados por la alta cultura, o por la necesidad de independencia de estructuras de edición que se entienden sometidas

a los comportamientos y deudas del sistema económico dominante, el fanzine se configura como un espacio de libertad creativa por encima de sus deudas formales. Una característica esencial que ya fue remarcada, paradójicamente, por Fredric Wertham, considerado como uno de los grandes enemigos de las formas la cultura popular¹. Tras su persecución de las publicaciones de género más populares, el famoso psiquiatra encontró un campo de estudio novedoso en los fanzines, publicando en 1973 su obra *The world of fanzines*. En esa obra, Wertham remarca:

Zines give a voice to the everyday anonymous person. The basic idea is that someone sits down, writes, collects, draws or edits a bunch of stuff they are interested in or care deeply about, photocopies or prints up some copies of it and distributes it. The zine creating process is a direct one, remaining under the writer's control at all times. Perhaps its outstanding facet is that it exists without any outside interference, without any control from above, without any censorship, without any supervision or manipulation. This is no mere formal matter; it goes to the heart of what fanzines are.

Desde esa perspectiva, cualquier publicación personal que se aleje del corpus establecido o que no encuentre espacio dentro de la edición o cultura tradicional entronca totalmente con la esencia del fanzine: el *Poor Richard's Almanack* de Benjamin Franklin puede ser considerado como un precursor de los fanzines (Friedman 1997), al igual los panfletos radicales de Thomas Paine, *Common Sense*, o incluso las publicaciones dadaístas como *Cabaret Voltaire* (Duncombe 1997). Todas ellas cumplen los principios de la autoedición, la independencia y el alejamiento de los presupuestos establecidos por la cultura dominante.

Pero más allá de esa definición, también hay que atender a otros criterios: la materialidad del fanzine y sus modos de distribución establecen un importante valor añadido en la creación de comunidades. El reconocimiento en ideas que pueden ser consideradas ajenas a las imperantes favorece el establecimiento de un modelo de relaciones entre individuos, creando colectivos interesados en un tema

¹ La publicación de *Seduction of the innocent* (1954, New York: Rinehart & Co) es considerada como el punto álgido de una persecución política de los cómic-books de género, que dio como resultado un sistema de autocensura previa por parte de los editores, el Comics Code. Para más información, Haduu D, *The Ten Cent Plague* (2008, New York: Farrar, Straus and Giroux)

común. Como indica Piepmeier (2008), “la materialidad del fanzine produce la encarnación de comunidades”.

No es difícil encontrar este espíritu en los fanzines que se popularizan en los años 30 y 40 alrededor del género de ciencia-ficción en los EEUU. Publicaciones como *The Comet* (1930) nacían no solo con la voluntad de debatir sobre las historias que aparecían en revistas como *Amazing Stories*, sino como amalgamadores de grupos dispersos que descubrían en el fanzine un lugar de encuentro y debate entre iguales que eran rechazados por las posturas dominantes de forma doble: tanto por una cultura establecida que arrinconaba el género como un arte menor, como dentro de las líneas de la misma publicación, lo que llevaba al establecimiento de caminos paralelos de comunicación.

A la materialidad del fanzine hay que añadirle la necesaria incorporación de un lugar físico para la venta: las librerías se erigen como cómplices necesarios en la cadena de distribución y venta de los fanzines. La naturaleza efímera de este tipo de publicaciones casa con dificultad con el tipo de venta habitual de la librería, pero la incorporación de los fanzines creaba alrededor de los establecimientos desde tertulias a grupos consolidados de debate, que favorecía la difusión de las revistas autoeditadas.

Esta relación y constitución de sentimiento de comunidad se ve todavía más durante los años 60, en la emergencia que se da en los EEUU del cómic *underground* desde los fanzines autopublicados. Fanzines como *Zap Comix!* se convierten en éxitos de ventas gracias a los circuitos de venta de las *head shops*, que actúan a su vez de puntos de encuentro entre aficionados y creadores.

Estas características se mantuvieron inalteradas durante décadas, pero la aparición de internet supuso un profundo revulsivo que afectó profundamente a los fanzines. Más allá de la simple transformación del sustrato de publicación, el traslado del fenómeno del fanzine a internet supone cambios que, como indican Devis y Castillo (2016), pueden vulnerar la propia naturaleza del fanzine. Sin embargo, ese temor parece infundado a la vista de los hechos: la introducción de los formatos digitales no ha cambiado la esencia del concepto del fanzine y solo ha hecho que abrir posibilidades expresivas a la par que aumentar la visibilidad y, paradójicamente, favorecer el impulso de la publicación en papel.

El concepto de fanzine se traslada al entorno de la web a través de la idea del webzine, que recibe una definición claramente derivada de la de su referente impreso: “aquella publicación situada al margen del sistema comunicativo establecido, asociada generalmente al término fanzine, y que ha sabido aprovecharse de las redes telemáticas y las llamadas autopistas de la información [...]” (Meso 2008). Un aprovechamiento que favorece la difusión, pero que deja completamente inalterado el concepto de DIY: el “corta y pega” de la era analógica basada en la composición con tijeras, celo y máquina de escribir de los fanzines tradicionales se traduce al “Ctrl+Cy Ctrl+V” de la era digital a través de las herramientas de edición en web, en muchos casos totalmente gratuitas. La sencillez de uso de plataformas como Blogspot o Wordpress ha multiplicado la presencia de webzines que son una continuación natural de la publicación en papel, pero conviviendo con ella y generando una oferta complementaria (Magán, 2009). Si nos atenemos a la esencia de la publicación personal y libre que enunciaba Wertham, los webzines y las publicaciones digitales mantienen las temáticas que los apartan de la línea establecida en el mainstream, ya sea digital o en papel, pudiéndose encuadrar a la perfección dentro de la definición de subcultura que establece Servando Rocha (2008), si bien es cierto que la publicación online añade un debate a la distribución: mientras que la publicación en papel asume la existencia de un lector que compra el fanzine, en el medio digital la publicación puede existir sin público (Rebillard, 2002). La individualidad de la creación puede tener como efecto subsidiario la individualidad de la recepción, en una extraña pirueta de endogamia creativa.

Sin embargo, es evidente que la publicación digital abre puertas a nuevas posibilidades a través de una experimentación formal que, paradójicamente, volverá al papel. Frente a las propuestas de algunos autores como Scott McCloud (2000) que aprovechaban las nuevas tecnologías para proponer la introducción de nuevos recursos y conceptos narrativas como el *infinite canvas*², la experimentación ha tenido una importante potenciación en los fanzines, pero especialmente en los impresos en papel a través del art-zine (Batey, 2012), una evolución del fanzine tradicional que, en el caso del cómic, transforma el

² Referido al *scrolling* continuo que se puede hacer de la página web, que emula un lienzo infinito.

concepto de “small press comics” en una publicación donde se expresa la búsqueda más radical, alejada de cualquier tipo de intento taxonómico y abrazando una hibridación artística que ha encontrado en los medios digitales un mecanismo eficaz de transmisión y contagio (Magalhães 2016).

La coexistencia del medio digital con el impreso ha sido, indudablemente, exitosa. No solo han convivido sin problemas, evitando llegar a una supuesta fagocitación que el medio digital podría tener sobre el papel similar a la de otros medios de comunicación, sino que se han retroalimentado hasta conseguir un incremento sin precedentes en número, en un fenómeno de resurgencia inédito (Worthan 2011), que ha puesto el foco de nuevo en fanzine como una forma creativa de importancia crucial (Bose 2014), que ha sabido adaptarse a las necesidades del medio digital (Carville 2015) sin perder su fuerza renovadora (Berube 2013).

El traslado al medio digital no ha dejado de lado otra parte fundamental del fanzinismo: la construcción de comunidades alrededor de las publicaciones. La propia dinámica de las redes sociales se ha trasladado con eficacia al fanzinismo, creando redes transnacionales que se apoyan entre ellas. Ejemplos como *WebComicsNation* o *ComicSpace*, ya desaparecidas, fueron la base de plataformas posteriores como *GrandPapier*, *Electricomics*, *Study Group*, *WhatThingsDo*, *Hiveworks Comics* o *Tik Tok Cómic*s (Varillas 2016), con resultados muy dispares. Estas plataformas parecen solo haberse consolidado en Francia, quizás por el apoyo que han tenido desde grandes festivales como Angoulême, que han impulsado la creación digital con premios a los mejores cómics digitales o con competiciones como *Las 24h de la BD* (Pons 2016). Una diferencia que genera un posible debate: los apoyos a la publicación en internet pueden entenderse como una equiparación de los modelos de publicación en papel y digital, creando un *cibermainstream* de facto que aleja sustancialmente a estas publicaciones de la esencia del antisistémica del fanzine. Sin embargo, las bajas cifras de negocio asociadas a las ventas en formato digital, sumadas a las crisis encadenadas que ha vivido el sector editorial, parecen dejar este debate en *stand-by* por lo menos durante unos años.

Pero todas estas propuestas de creación de comunidades han quedado superadas por la inmediatez y acceso generalizado de las redes sociales, en particular de Instagram. La red social propiedad de Facebook, basada en la compartición de imágenes de todo tipo, se ha revelado como un espacio perfecto para la distribución de fanzines digitales. La posibilidad de colocar series de imágenes, a modo de viñeta de comic-strip, ha favorecido una traslación directa de la edición tradicional en blogs o páginas webs a esta red social, que añade todos los elementos de interacción y comunicación cruzada de una comunidad, así como nuevas herramientas como la posibilidad de transformar estas colecciones de imágenes en *stories* con la incorporación sencilla de elementos de transición o animación. El rápido crecimiento de esta red social entre la juventud ha favorecido una difusión viral de su uso como medio de distribución de una nueva forma de fanzines, el *Instazine*, que puede llegar a tener un impacto y una visibilidad absolutamente espectacular. Sirva como ejemplo la difusión que ha logrado a través de este medio un artista alternativo como Joan Cornellà, que cuenta con casi 3 millones de seguidores en la red social.

El *instazine* aprovecha y explota las condiciones de publicación en la red social: el uso obligado de viñeta en formato cuadrado, la lectura de imágenes en secuencia temporal o la pérdida de la composición espacial de la página (aunque existen algunas posibilidades a explorar) pueden parecer a primera vista limitaciones, pero son constricciones que se derivan de la transición a un nuevo dispositivo de lectura: el teléfono móvil. Frente a la página web vista en el navegador del ordenador que supone el webcómic tradicional, el *Instazine* tiene su espacio natural en la aplicación de un teléfono móvil. El ejercicio de la lectura no solo es completamente diferente, sino que añade un elemento diferenciador en la interactividad con la red social. La inmediatez de la interacción es obvia: el comentario heredado de la época de los blogs queda en un segundo plano ante la eficacia comunicativa del *like*, que se constituye no solo en el elemento de feedback fundamental, sino en un modulador de la lectura. La secuencia del timeline de lectura del usuario de la aplicación se ve condicionada por las interacciones previas que ha tenido y la interpretación que hace el algoritmo de presentación de datos de la red social, lo que genera una reflexión paradójica: la

lectura está mediatizada por la interferencia de la algorítmica de la red social, que presenta un *instazine* diferente a cada lector. Aunque la página de cualquier cuenta presenta un orden establecido por sus coordinadores, la visualización en el time line de cada lector es completamente diferente, de forma que el espíritu original del *Instazine* vendrá siempre modulado por las consideraciones de la megacorporación que controla la red, en este caso, Facebook. Teniendo en cuenta esta particularidad, ¿es posible definir un instazine como un fanzine? La pregunta tiene respuesta compleja: desde la intención editorial de los coordinadores de la publicación, se pueden cumplir a la perfección los elementos básicos que definen la autoedición en libertad, esa esencia que marcaba Wertham. Sin embargo, en el camino entre la publicación y la lectura final en el smartphone de cualquier usuario, este espíritu puede haber quedado matizado e incluso desplazado: sirva solo como ejemplo la estricta política de la red en la publicación de imágenes de desnudos, que son censurados de forma implacable.

Sin duda, el debate está abierto: la red social ha creado un nuevo concepto de visualización que está definiendo la imaginería colectiva del siglo XXI (Manovich 2017), fundamentalmente en una generación joven que ha encontrado en red social un espacio de socialización preferente (Marcelino 2015). La red se asocia con una ideología dominante de influencia y “coolness”, un comportamiento de base narcisista que no está alejado en su uso de la teoría de la gratificación (Sheldon y Bryant 2016), pero que se reconoce como un espacio creativo prioritario. Si hay evolución gráfica y visual, esta debe presentarse en la red social dominante. Sin embargo, la dictadura del *like* establece mecánicas de marketing que son ajenas e incluso contrarias al espíritu del fanzine. El fanzine ni puede estar fuera de Instagram, pero la red social puede ejercer una fagocitación fatal sobre su espíritu: la contradicción está abierta y, de momento, no tiene solución. En el lado positivo, encontramos obviamente el aumento brutal de la visualización, que alcanza cotas imposibles para cualquier otro sistema. Pero no solo eso: la constricción de las condiciones de publicación lleva a la búsqueda de nuevos recursos narrativos, que pueden encontrar soluciones originales y sorprendentes. Además, la explotación de recursos propios de la red social como

los *Stories*³ añaden un elemento efímero que sí está en la base del DIY, del fanzine fotocopiado de tirada mínima.

Durante el año 2020, la creación en esta plataforma recibió el empujón inesperado de la pandemia de COVID19: el confinamiento domiciliario impuesto en casi todos los países generó todo un subgénero de “lockdown webcomics” que tuvo en Instagram una de sus ventanas principales, con cómics que trataban generalmente las consecuencias del aislamiento, pero también con propuestas tan variadas como la parodia de Batman desarrollada por el autor español Álvaro Ortiz. El impacto que pueda tener esta situación en la creación de hábitos de consumo de publicaciones digitales a través de las redes sociales está todavía por determinar y se deberán analizar con minuciosidad las posibles influencias que haya tenido en la publicación de fanzines digitales la pandemia causada por el SARS-COV2.

El caso español: auge, caída y auge del fanzine.

En el caso español, los fanzines retrasan su aparición hasta el final de la dictadura franquista, convirtiéndose en voces de rebelión no solo contra la cultura establecida, sino contra la opresión del régimen dictatorial. Aunque los contenidos de las consideradas como primeras expresiones del fanzinismo en España coinciden con los de sus referentes norteamericanos, publicaciones como *El rollo enmascarado* (1973), *Diploma de Honor* (1974) o *Purita* (1974) van más allá de la reivindicación de las drogas y la libertad sexual: son una clara expresión de defensa de las necesidades democráticas. Los autores y autoras de fanzines en España no se enfrentan al rechazo de la sociedad bienpensante o puritana por sus provocaciones, sino a la persecución policial y a la cárcel.

Durante los primeros años de la transición, los fanzines aparecen desde diferentes iniciativas centradas en Barcelona, Madrid y Valencia, pero tiene un corto recorrido ante la sorprendente ebullición de publicaciones de cómic adulto que se da en el país, que ven en los fanzines un auténtico crisol de autores y autoras que pueden pasar a colaborar en ellas. Revistas como *STAR*⁴, que se había

³ Vídeos que se muestran en el time line de la cuenta de forma efímera, desapareciendo tras su visualización.

⁴ Publicada en Madrid desde 1974 por Producciones Editoriales y dirigida por Juan José Fernández

establecido como un referente de la contracultura en los últimos años del franquismo, dan paso a publicaciones como *El Víbora* o *Bésame Mucho*⁵, donde desembarcan la práctica totalidad de autores y autoras que estaban haciendo fanzines. La rápida profesionalización repercute en un panorama de los fanzines de cómics que desaparece casi por completo.

Sin embargo, el fanzine reaparecería con fuerza en los años 90 ante el profundo cambio que vive la industria editorial del cómic. Tras unos años de expansión del cómic adulto fundamentada en el formato de revista, donde la contribución de la autoría patria es especialmente importante, la crisis económica se alía con el aumento del precio del papel, los cambios en los hábitos de consumo y la aparición de nuevas formas de ocio y entretenimiento para arrasar por completo ese modelo de publicación. En la última década del siglo XX se consolida en España un nuevo paradigma de edición de cómics que se basa en la edición franquiciada, principalmente de cómics de género de superhéroes de origen norteamericano y de manga japonés (Pons 2007). Una situación que desplazó a los autores y autoras consolidados y con experiencia fuera del circuito de publicación mainstream, obligando un exilio impuesto hacia otros mercados como el francés o el americano, pero que dejó un vacío impresionante para los y las jóvenes debutantes. La aparición de nuevas editoriales independientes que abordaban la edición desde postulados más vanguardistas no pudo asumir la demanda de publicación de jóvenes dibujantes que querían expresarse a través del cómic, creando una coyuntura que favoreció la apuesta por la autoedición y el fanzine (Pons 2003). Pero, a diferencia de los fanzines de los años 70, profundamente contraculturales, las publicaciones autogestionadas de los años 90 nacen con vocación de establecer un modelo alternativo de edición que aproveche el circuito de librerías especializadas en España que se ha consolidado a partir de las ediciones españolas de los comics-books americanos. Frente a las temáticas underground y de provocación imperantes en las décadas anteriores, los fanzines que comienzan a editarse en los años 90 apuestan por géneros como el fantástico.

⁵ *El Víbora*, dirigida por Josep M^a Berenguer, fue publicada por la Editorial La Cúpula desde 1978 y consiguió reunir a la mayoría de dibujantes de la escena underground barcelonesa que se había arremolinado alrededor de Los tebeos del rollo, como Nazario, Max, Mariscal, Isa Feu o Montesol. Por su parte, la revista *Bésame Mucho*, dirigida por Juan José fernandez fue publicada por Producciones Editoriales desde 1979, pasando por sus páginas autores del fanzinismo valenciano como Sento, Micharmut o Manel Gimeno. Para más información, Dopico P (2005) *El cómic underground español 1970-1980*. Madrid: Cátedra

Hay que añadir una diferencia fundamental más: la aparición de comunidades y de grupos autorales alrededor del fanzine se expande y profesionaliza, apareciendo los primeros colectivos de autoedición. Estos son grupos de autores que se organizan para poder publicar fanzines y obtener condiciones económicas de edición y distribución de sus publicaciones, pero manteniendo como condición la absoluta libertad creativa de sus miembros. Desde la Comunidad Valenciana, colectivos como *Epicentro* o *7 monos* consiguen cimentar una oferta de publicación de éxito que genera una interesante dicotomía entre el amateurismo de los autores y una presentación profesional que aleja la imagen del DIY asociada a la autoedición.

Este renacimiento de la autoedición y el fanzinismo se vio reforzado en esa década por la aparición de cabeceras que nacen desde la edición alternativa con evidentes componentes del fanzinismo, pero cuya profesionalización lleva incluso a acuñar el término *prozines*. Publicaciones como *TMEO*⁶, *Nosotros Somos Los Muertos (NSLM)*⁷ o *El Ojo Clínico*⁸ representan un reto de clasificación: la profesionalidad de su factura o la existencia de estructuras de edición tras ellas impide una clara categorización como fanzines. Sin embargo, su esencia y espíritu editorial son claramente deudores del fanzinismo de dos décadas antes, con la diferencia de los profundos avances y abaratamiento de los medios tecnológicos de preimpresión e impresión que se da en esos años⁹.

Pero, más allá de este debate, lo que es evidente es que la experiencia de *NSLM* crea un ejemplo que será seguido durante los años siguientes y, en la primera década del siglo XXI, aparecen multitud de iniciativas de fanzines colectivos, que sí que pueden ser definidos como tales: *Idiota y Diminuto*, *BDBANDA*, *Barsowia*, *Como vacas mirando el tren*, *Rantifuso*, *Fanzine Enfermo*, *Colibrí* o *ARGHH!*, por solo citar algunos de una larga lista, se caracterizan por ser publicaciones alternativas e independientes, basadas en el desarrollo grupal

⁶ Ezten Kultur Taldea, Bilbao, 1987

⁷ *Nosotros somos los muertos* nace como un fanzine autoeditado por Max en 1993 para lanzar una reflexión sobre el papel de Europa en la Guerra de los Balcanes. En 1996 se edita una revista con el mismo nombre, dirigida por Max y Pere Joan y publicada por el sello Monograma, con clara inspiración en la americana *RAW*.

⁸ Luca Editorial, Madrid, 1996.

⁹ No se puede obviar la influencia fundamental en los dos últimos casos de la revista *MADRIZ*, publicada por el Ayuntamiento de Madrid en 1983 bajo la dirección de Felipe Hernández Cava. Una experiencia única a nivel europeo, que tiene en su esencia un evidente espíritu fanzinerío, pero que se publica con dinero público. Más información en Pons (2018).

autoral, sin estructuras editoriales establecidas, que defienden un modelo expresivo apartado de la edición mainstream. Temáticamente, los fanzines de los 90 presentan una variedad espectacular, pero ya comienza a aparecer una prevalencia de la experimentación y la búsqueda de nuevos recursos formales. Sin embargo, es posible encontrar un eje vertebrador entre la mayoría de ellos: la gran mayoría de los autores y autoras nacen de grupos formados en Facultades de Bellas Artes (BB.AA). Sin duda, este hecho debe considerarse en toda su extensión: durante los años 70 los estudios de BB.AA adquieren grado universitario, que durante la década siguiente se consolidaría con la aparición de la licenciatura de BB.AA. y de nuevas universidades que incorporaron estos estudios durante los años siguientes. Este proceso tuvo dos consecuencias fundamentales: por un lado, el reconocimiento de unos estudios que se consideraban próximos a unas enseñanzas profesionales y, por otro, la democratización del acceso universal a estos estudios. Los y las jóvenes estudiantes encontraron en el fanzine y en el cómic una forma de expresión inmediata y asequible para dar salida a sus inquietudes artísticas, que se plasmó en un aumento espectacular de la oferta de publicaciones que recuperaban el espíritu del DIY, pero siempre desde una perspectiva cercana al Art-Zine.

Es interesante comprobar como este modelo de publicación atrajo el interés de las editoriales alternativas establecidas: en 2002, la editorial Sins Entido publicaba la revista *TOS*, dirigida por Juanjo El Rápido y Nacho Casanova. Una publicación coral que se derivaba de la experiencia previa de ambos en fanzines y que recogía el mismo espíritu, pero bajo el amparo de una editorial con experiencia. La publicación pasaría en el número 4 a ser publicada por la editorial Astiberri, que tras su cierre probaría suerte en esta línea con una nueva iniciativa en 2005, la revista *HUMO*.

Del webzine al instazine

El principio del siglo XXI marca el auge del fanzinismo digital en España. En paralelo al nuevo auge del fanzine impreso, comienzan a aparecer webcómic que desde plataformas de *blogging*, logran una rápida popularidad, en un listado casi infinito. *¡Eh, tío!*, *El Listo*, *El Joven Lovecraft*, *El Vosque*, *Pollo*

Letal, *Runtime-Error* o *Raruto* podrían ser algunos ejemplos de series de éxito (Serrano, 2016). El formato predominante es la tira de cómic de dos, tres o cuatro viñetas, con temáticas más próximas a los géneros tradicionales o el humor, que se alejan de las habituales de sus homólogos impresos tanto en contenido como en forma, mucho menos dada a la experimentación y búsqueda de nuevos recursos, pero destacando la indudable influencia del manga japonés, omnipresente como estilo dominante.

El número de webcómic creció de forma exponencial y pronto aparecieron iniciativas de agrupación colectiva como *Webcómic En Español (WEE)*, *Subcultura* o *TuComic*, que no solo daban una visibilidad colectiva, sino que ofrecían herramientas de alojamiento y publicación. La primera, creada en 2004, llegó a syndicar más de 500 cómics y destacaba por un foro especialmente activo que creó rápidamente un sentimiento de comunidad próxima. Por su parte, *Subcultura* se creó en 2006 y reunió a más de 4700 webcómic en su seno en el momento más álgido de la comunidad, mientras que *TuComic*, creada en 2014, nace con pretensiones de red social y de sindicación de pequeñas editoriales que generan cómics digitales. Ninguna de las tres existe en la actualidad, demostrando la volatilidad inherente de los modelos de publicación en web.

En paralelo a estas experiencias, comienzan a aparecer otras iniciativas que buscan la agregación autoral con una inspiración más próxima a la de la revista tradicional: *El Estafador* (2009), se establece como una publicación de humor político con colaboraciones de Juanjo Sáez, SusiPop, Pepo Pérez o Mireia Pérez; *Caniculadas* (2011) es una curiosa experiencia que se acerca a la constricción temática del OuBaPo¹⁰ al desarrollarse únicamente en verano, con contribuciones exclusivamente de autoras como Bea Tormo, Natacha Bustos, Mamen Moreu, Carla Berrocal o Clara Soriano; mientras que *El heptágono de las Bermudas* (2012) recupera el espíritu de publicaciones alternativas como *Mondo Lirondo*¹¹ con participaciones de Albert Monteys, Álvaro Ortiz, Paco Sordo, Fran Collado o Diego Burdío. En todos estos casos no se produce aprovechamiento estricto del formato web, sino que se usa simplemente como un sustrato de distribución

¹⁰ El OuBaPo o *Ouvrier de Bande Dessinée Potentielle*, nace a imagen y semejanza del OuLiPo literario como un reto creativo en el que se imponen constricciones formales o temáticas a la realización de la obra.

¹¹ *Mondo Lirondo*, publicada por Camaleón Ediciones, (Barcelona, 1993).

sencilla. En cierta medida, el webcómic es en estos casos “una respuesta contemporánea a las tiras de prensa clásica”, en palabras del autor Gabriel Corbera (Lardín 2013).

Mientras estas iniciativas en web se desarrollaban, se estaba gestando una nueva evolución en los modelos de producción de fanzines a partir precisamente de las comunidades creadas alrededor suyas. Si bien ya se habían producido a lo largo de la geografía festivales de autoedición y fanzines, la aparición en Valencia en 2011 del *Tenderete, Festival de Autoedición Gráfica y Sonora*, supone un cambio sustancial. El éxito de esta cita organizada por el colectivo *Vendo Oro* favorecerá la celebración de casi una decena de citas similares a lo largo de la geografía española como *Autobán, Zorroclocos, Gutter Fest, Pichi fest* o *Graf* (Magán 2014) que crean un ecosistema propio de distribución y ventas de fanzines que favorecen la sostenibilidad de los proyectos de autoedición. Estos festivales nacen con una idea de integración de todas las tendencias, desde las más underground a las más vanguardistas, pero siempre desde la independencia y la explicitación de la disidencia de las formas establecidas de venta. Frente a la presencia de espacios reservados a los fanzines que se solían encontrar en festivales consolidados como el Salón del Cómic de Barcelona o la Expocómic de Madrid, de cariz más generalista y comercial, estos eventos suponen una apuesta decidida por la contracultura y el espíritu combativo del fanzine.

Estos eventos han favorecido de forma inequívoca la experimentación más radical y sorprendente, creando un espacio en el que las experiencias de la poesía gráfica o la abstracción han encontrado acomodo (Pons 2019). Autores y autoras como Roberto Massó, Ana Galvañ, Begola Cargía-Alén, Cynthia Alfonso, Oscar Raña o José Jajaja han convertido en habituales unas propuestas que rompen conscientemente los límites del lenguaje del cómic para surcar caminos poco o nada explorados. Propuestas extraordinariamente arriesgadas que han tenido un soporte en estos circuitos de autoedición, que los han dado a conocer y han favorecido incluso la aparición de editoriales como Fosfatina o Apa Apa Cómics, que se han especializado en la publicación de obras experimentales. La edición una obra como la antología de autores experimentales *Hoodo Voodoo*¹²,

¹² VV.AA. (2016) *Hoodo Voodoo* Vigo: Fosfatina Editorial.

manifiestamente anticomercial (y, a su vez, inspirada en las antologías editadas por la francesa *Revue Lagon*), solo puede entenderse en el marco de estos festivales.

La indudable multiplicación de la edición de fanzines, que en los últimos años ha sido espectacular, ha atraído la atención de instituciones: en el año 2018, el Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM) programó la exposición *Fanzination!*, que hacía un recorrido por la historia del fanzine de cómics en España y mostraba una amplia selección de publicaciones modernas, como antecedente de la apertura de una fanzinoteca en el espacio de la biblioteca del museo, siguiendo el ejemplo de otras instituciones extranjeras (Stoddart y Kiser, 2004).

El interés creado, por lo menos en algunos círculos, por las experiencias de esta generación joven de autores y autoras tuvo su traslado al ámbito de la web. La dificultad de editar fuera de los círculos de festivales de autoedición o de las editoriales citadas, favoreció la creación en 2013 de *Tik Tok Cómics*, un plataforma de apoyo y promoción a la creación joven más experimental alejada de los medios tradicionales. Bajo la dirección de Ana Galvañ y Alixe Lobato, la plataforma reunió en apenas unos meses a una cincuentena de autores y autoras que mostraban en la plataforma unos 150 obras. Miriam Persand, Carla Berrocal, María Ramos, Begoña García Alén, Oscar Raña, María Medem, Cristina Daura, Conxita Herrero, Los Bravú, Cristián Robles o Alexis Nolla fueron algunos de las firmas que dejaron su impronta en esta web, configurándose rápidamente como el catálogo más interesante de nuevas personalidades del cómic hispano. Las obras que se publican en *Tik Tok Cómics* son rupturas conscientes de la estructura tradicional, que nacen en muchos casos de una reivindicación del espíritu *underground* más clásico, pero renovado desde la mirada de una generación que no trae un bagaje creativo estudiado del cómic, sino desde la avalancha visual en la que se han formado. Frente a generaciones anteriores de dibujantes, que formaban su estilo desde la admiración y seguimiento al trazo de otros autores de historieta, esta nueva hornada de autoría no tiene la mirada puesta en el cómic tradicional, sino en las series de animación modernas, la presencia constante de imagen en redes sociales como Instagram o Pinterest, el manga, el anime y los

videojuegos. Sin referentes previos en el mundo de la historieta, con práctica en el uso de las herramientas digitales y de la programación web, las obras que se presentan en *Tik Tok Cómic*s son un reto continuado al cómic establecido, un auténtico espíritu fanzinerero que recupera todas las esencias de la rebeldía de los años 60, pero trasladadas a un nuevo formato que permite la incorporación de nuevos recursos visuales y que genera nuevas formas de lecturas. Frente a otras propuestas que simplemente trasladan la reproducción en papel al espacio de la pantalla informática, en *Tik Tok Cómic*s muchas de las propuestas son conscientes ya de la renovación de la forma de lectura a través del scrolling.

Sin embargo, *Tik Tok Cómic*s tuvo una vida efímera¹³, trasladándose en 2019 a otra red social especializada en el bloggin visual, *Tumblr*, bajo el nombre de *Tris Tras Comics* (<https://tristrascomics.tumblr.com/>). La nueva propuesta se abre tanto al cómic como a la ilustración, con un espíritu claramente cosmopolita que integra a multitud de autores y autoras de diversos países, pero no tardaría en dar el salto final a otra red social, Instagram, donde encontrará su forma definitiva. La cuenta @Tris.tras se configura como un *Instazine* de descubrimiento autoral, como un inmenso catálogo de la experimentación formal y la vanguardia. Un agregador de nuevas experiencias visuales que aprovecha al máximo la inmediatez de la red social y sus herramientas de edición y publicación, pero que no puede dejar de lado las posibles incongruencias que las imposiciones de la red social pueden crear con el espíritu del fanzine. Es indudable que las publicaciones en la cuenta @Tris.Tras se basan en la libertad más absoluta, pero no es menos cierto que la censura y cortapisas que impone Instagram puede mediatizar este concepto hasta anularlo. De momento, la cuenta dirigida por Ana Galvañ se ha consolidado como una visita obligada para el descubrimiento autoral y de nuevas propuestas visuales y narrativas, que favorece el descubrimiento de novedosas propuestas creativas en un entorno donde la prolija inmensidad de la oferta puede hacer que las ideas más interesantes se diluyan y pierdan. Además, actúa como complemento de la publicación que autores y autoras están haciendo de su obra de forma habitual en la plataforma,

¹³ La editorial Fosfatina publicó la antología *Teen Wolf* (2018), una propuesta editorial basada en los autores y autoras de la plataforma.

consolidando, pese a todo, a Instagram como uno de los espacios digitales de publicación fundamentales para la nueva creación de cómic en España.

Nuevas perspectivas: la hibridación de Joselito

Pero no todo se circunscribe a la red social: diversos autores y autoras siguen apostando por la creación digital fuera de las redes sociales, con propuestas personalísimas entre las que merece especial atención la serie *Joselito*, de Marta Altieri (2018). Autora formada en el fanzinismo más tradicional con obras como *Rehab Daddy* (2017) sus conocimientos de programación le permiten abordar en la web planteamientos que aprovechan al máximo los recursos de presentación y visualización de los lenguajes de programación web. Tras diferentes pruebas en propuestas como *Slowmono o Premooition Book*¹⁴, *Joselito*¹⁵ inicia su publicación en 2019 como una serie de entregas en las que se narran las desventuras de su protagonista, un joven que busca el amor de Wendy Carmen mientras su vida se desarrolla en un entorno decadente. Altieri plantea un retrato desolador de la juventud actual: Joselito malvive de trabajos esporádicos o de sesiones de sexting en páginas de webcams eróticas. Una precariedad que solo encuentra consuelo en las drogas o en la música, en dejarse llevar por el baile para olvidar sus pensamientos, en convertirse en una marioneta en continuo movimiento que solo tiene una ilusión: su adorada Wendy Carmen. Una utopía real, palpable, con la que establece una relación inestable que parece el único agarradero de la realidad para Joselito, pero que esconde, evidentemente un cruel paralelismo: la esperanza de un futuro es WC, un acrónimo evidente que implica la absoluta incredulidad ante el porvenir. Narrado como una historia fragmentaria (los capítulos se alternan sin orden cronológico establecido con una numeración alternada: 131, 132, 211, 231, 173, 181, 182-187 y 199), que se desarrolla durante dos temporadas en la que la personalidad de Joselito viene marcada por un adjetivo: si en la primera temporada los capítulos se denominan como *Joselito el pecador* o *Joselito el muerto*, en el único episodio de la segunda temporada el sobrenombre es de *Joselito el loco*. Pecado, muerte o locura son los ejes de un melodrama de la

¹⁴ Publicadas en la web de la autora <http://137.rehab>, consultado el 30/10/2020.

¹⁵ Publicado en la web de la autora: <http://137.rehab/comics-gratis/2018/joselito/>, consultado el 30/10/2020.

paranoia, en el que la autora experimenta con la forma hasta el límite de la propia definición de historieta. Cada capítulo de la serie se plantea como un gigantesco scroll vertical descendente, en el que las figuras incorporan recursos cinemáticos: por ejemplo, Joselito es una figura que aparece casi siempre en movimiento convulso, desde el baile a un temblor constante que lo desfigura, creando una presencia extraña, que cuando se detiene se convierte en elemento focalizador de unos diálogos que muchas veces abandonan el bocadillo para expresarse a través de conversaciones de mensajería en un teléfono móvil. Altieri incorpora efectos de sonido, de color, claramente discordantes y sincopados, que crean reacciones bruscas en el lector y que logran trasladar una sensación de constante descolocamiento, de estilo *aesthetic* trasladado desde una web de los 90. Joselito es el protagonista de una historia de amor clásica en un entorno que no admite historias de amor y que vive del *like* como motivación. El scroll de la página es mucho más que el paso de la viñeta: se convierte en una experiencia sensorial y estética que recuerda en cierta medida a las propuestas de animación *Modern Living/Neurótica* de Han Hoogerbrugge¹⁶, al servicio de una historia de amor adolescente en los tiempos de la crisis del modelo capitalista post Lehman Brothers. Un contraste entre forma y fondo que consigue motivar nuevas reflexiones y que abre el camino a nuevas prácticas artísticas para el fanzine tradicional dentro del espacio digital.

Conclusiones

El fanzine de cómics en España ha sufrido en los últimos 20 años una transformación profunda, que ha encontrado en la web un espacio de expansión que no rivaliza con su contrapartida en papel, al contrario: se ha producido una fructífera retroalimentación a través de los circuitos de festivales de autoedición que ha dado lugar a una auténtica explosión creativa del fanzine tradicional, que ha encontrado eco en las redes sociales como Instagram, generando una transición entre el webcómic y el *instazine* como forma primaria de publicación de nuevas experiencias que recuperan el espíritu del DIY en es entorno digital. La comunidad fanzinera, núcleo fundamental de la creación, encuentra espacios de

¹⁶ *Modern Living / Neurotica* (1998), disponible en <http://ml.hoogerbrugge.com/>, consultado el 30/10/2020.

interacción personal en los festivales, pero interacción continua a través de las redes sociales.

Bibliografía

- Batey, J (2012). Art-Zines–The Self-Publishing Revolution: The Zineopolis Art-Zine Collection. *The International Journal of the Book* 9, 4: 69-86
- Berube, C. (2013). *Yes, zines still exist, and they're not antiques*. The New York Times, 18 de Abril. En <http://www.nytimes.com/2013/04/19/nyregion/brooklyn-zinefest-at-public-assembly-in-williamsburg.html>, consultado el 30/10/2020
- Bleyer, J. (2004). Cut-and-paste revolution: Notes from the girl zine explosion. En Labaton V, y Martin D (Eds.), *The fire this time: Young activists and the new feminism*. New York, NY: Anchor Books. 42-60
- Bose, L. (2014). *Are zines making a comeback, too?* OC Weekly, 23 de enero. En <http://www.ocweekly.com/music/are-zines-making-a-comeback-too-6429146>, consultado el 30/10/2020
- Carville, O. (2015). *How zines survive in the Internet age*. The Star, 29 de julio. En <http://www.thestar.com/entertainment/books/2015/07/29/how-zines-survive-in-theInternet-age.htm>, consultado el 30/10/2020
- Devís AG, Castillo JI (2016) El movimiento fanzine español y su evolución en la era digital: una propuesta conceptual para el webzine. *ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 14, 2:353-376.
- Duncombe, S. (1997). *Notes from the underground: Zines and the politics of alternative culture*. New York, NY: Verso.
- Friendman RS (1997) *The factsheet five Zine Reader*. New York: Three Rivers
- Lardín R (2013) Gabriel Corbera. Something Weird, en Vice (febrero 2013), en <http://www.vice.com/es/read/gabrielcorbera-something-weird>, consultado 30/10/2020.
- Magalhães, H (2016) *A mutação radical dos fanzines - 2ed.* Paraíba: Marca de Fantasia
- Magán, M. (2008) Los fanzines y la edición subterránea. Periódico HQT, En <http://www.monmagan.com/docu/fanzineshqt.pdf>, consultado el 30/10/2020
- Magan, M (2014) Festivales independientes de fanzines y autoedición. Edición digital en <https://www.monmagan.com/fanzines/guia/festivales-independientes-de-fanzines/>, consultado el 30/10/2020
- Marcelino Mercedes, G. V. (2015): Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración, *Icono 14*, 13,48-72.
- McCloud S (2000) *Reinventing comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, New York: Paradox Press
- Meso Ayerdi, K. (2008) *Los webzines en el nuevo panorama mediático que conforma Internet. Análisis del caso vasco*. País Vasco: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.
- Navitti K (2010) Binocolare. Historia y Creación de un meta-fanzine, Tesis Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://core.ac.uk/download/pdf/13300385.pdf>

- Piepmeyer, A. (2008). Why zines matter: Materiality and the creation of embodied community. *American Periodicals*, 18, 2:213–238
- Pons AM (2003) Between Avant-garde and Commerciality: The Dichotomy of New Alternative Publishing Companies in Spain. *International Journal of Cómics Art*, 5,2:138-153
- Pons AM (2007) *Viñetas a la luna de Valencia. Historia del tebeo valenciano 1965-2007*. Onil: Edicions de Ponent
- Pons AM (2016). El cómic online en Francia. En Pérez P(ed). *Cómic digital hoy: una introducción en presente es un libro (digital)*, Barcelona: [ACDCómic](http://www.acdcomic.es), disponible en <https://www.acdcomic.es/comicdigitalhoy/>. Consultado el 30/10/2020
- Pons Am (2018) *Del Cairo a Madriz: 3000 km sin salir del kiosco*. En Vilches G (ed), *Del boom al crack: la explosión del cómic adulto en España (1977-1995)*. Barcelona: Diminuta
- Pons AM (2019) Poesía gráfica, cuando la expresión gráfica no necesita ser narrativa, en *TEBEOSFERA. TERCERA ÉPOCA*, 12 En línea https://www.tebeosfera.com/documentos/poesia_grafica_cuando_la_expresion_grafica_no_necesita_ser_narrativa.html, Consultado el 30/10/2020
- Rebillard F (2002) Webzines, e-zines: quels nouveaux médias? *Médiamorphoses*, 4: 57-60
- Rocha, S. (2008) *Agotados de esperar el fin: subculturas, estéticas y políticas del desecho*. Barcelona: Virus Editorial
- Roszak, T. (1981) *El nacimiento de una contracultura*. Barcelona: Séptima edición, Editorial Kairós.
- Serrano JA (2016) *Webcómic en España hoy: breve guía de campo*. En Pérez P(ed). *Cómic digital hoy: una introducción en presente es un libro (digital)*, Barcelona: [ACDCómic](http://www.acdcomic.es), disponible en <https://www.acdcomic.es/comicdigitalhoy/>. Consultado el 30/10/2020
- Sheldon P, Bryant K (2016) Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age, *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97,
- Spencer A (2008) *DIY: The Rise of Lo-fi Culture*. London: Marion Boyars Publishers Ltd
- Stoddart RA y Kiser T. (2004) Zines and the Library. *Library Resources and Technical Services*, 48,3: 191-198
- Varillas R (2016). De la revolución del cómic y otros augurios. En Pérez P(ed). *Cómic digital hoy: una introducción en presente es un libro (digital)*, Barcelona: [ACDCómic](http://www.acdcomic.es), disponible en <https://www.acdcomic.es/comicdigitalhoy/>. Consultado el 30/10/2020
- Weida, C. (2013). Feminist Zines: (Pre)Occupations of Gender, Politics, and D.I.Y. in a Digital Age. *The Journal of Social Theory in Art Education* , 33:67-85.
- Wertham F (1973). *The world of fanzines*. Illinois: Southern Illinois University Press
- Wortham, J. (2011). *Zines have a resurgence among the web savvy*. The New York Times, 22 de octubre. <http://www.nytimes.com/2011/10/23/business/media/zines-have-a-resurgenceamong-the-web-savvy.html>, consultado el 30/10/2020

Figuras

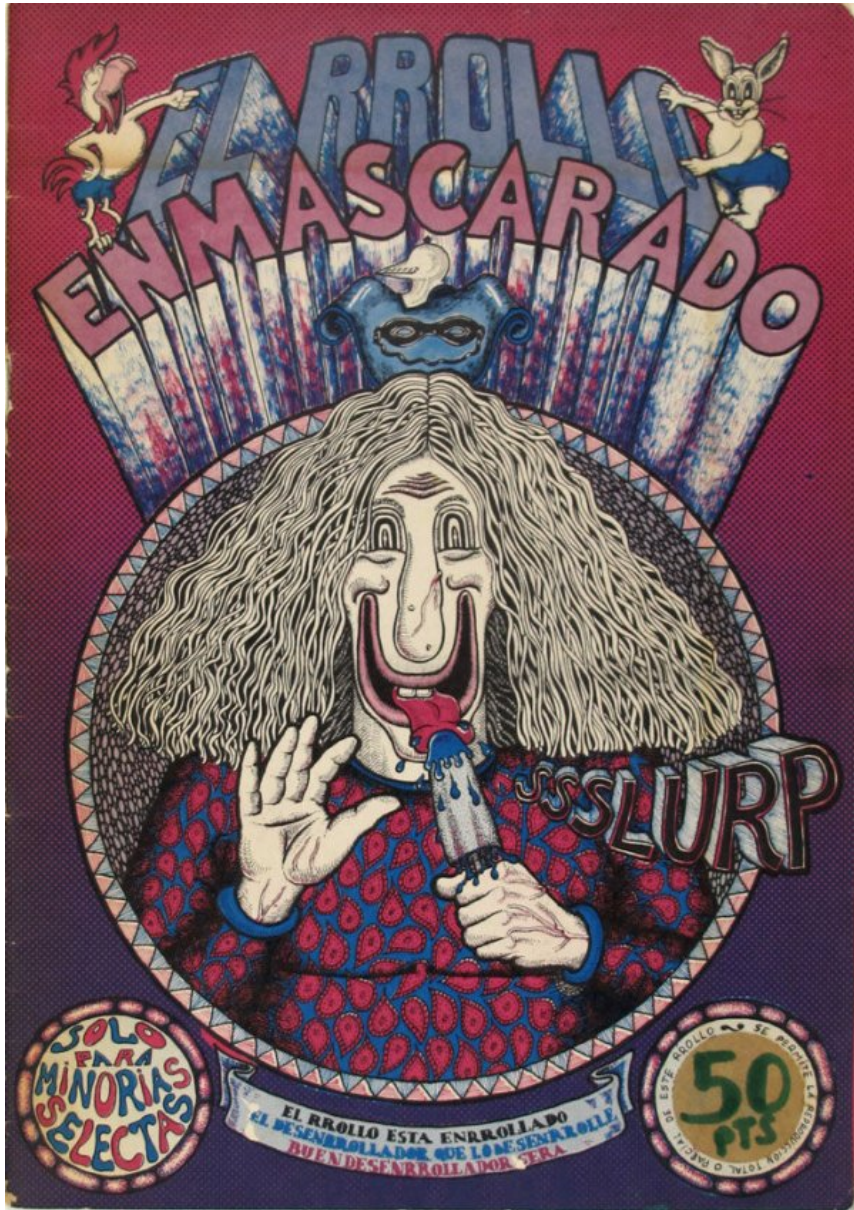


Figura 1: Portada del fanzine *El rrollo enmascarado* (1972)



Figura 2 Portada del fanzine Como vacas Mirando el Tren (1997)



Figura 3: página de entrada de la web Webcomics en Español. WEE

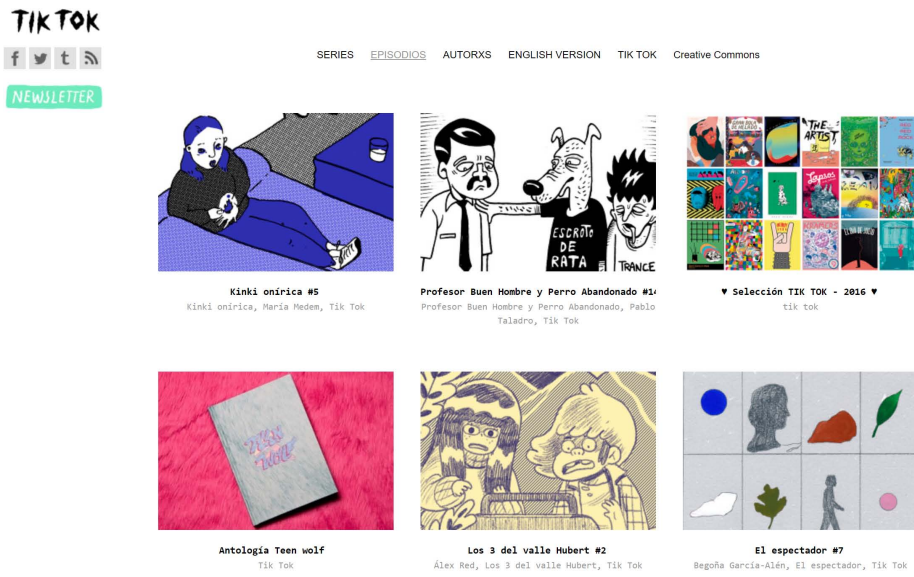


Figura 4 Página de Tik Tok Cómics

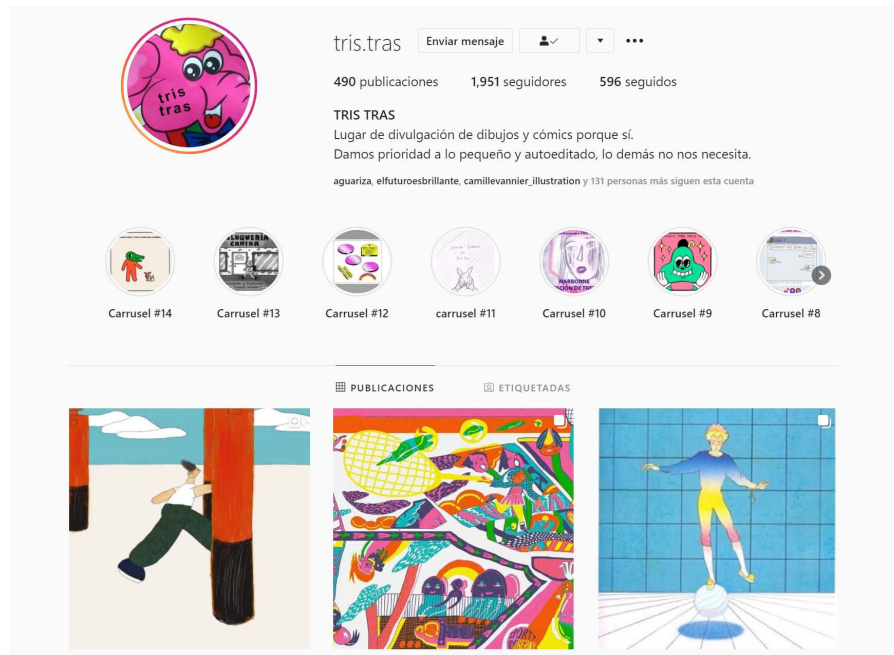


Figura 5 Página de Instagram de Tris.Tras



Figura 6 Ejemplo de cómic publicado en tris.tras, con formato cuadrado, de @nestorfff

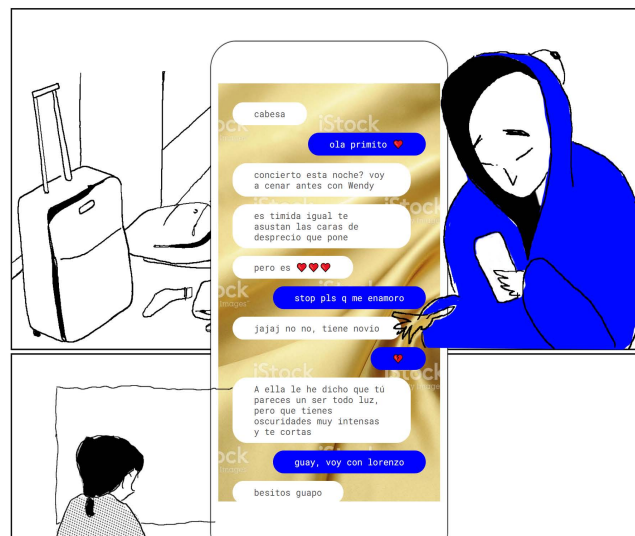




Figura 7: Viñetas de *Joselito*, de Marta Altieri