



(Fan)zines colombianos actuales entre constelaciones y contextos de convivalidad

Current Colombian (Fan)zines between constellations and contexts of conviviality

 Christoph Müller
 mueller@iai.spk-berlin.de
 Instituto Ibero-Americano de Berlín, Alemania

Recepción: 15 Marzo 2024
 Aprobación: 30 Abril 2024
 Publicación: 01 Mayo 2024

Cita sugerida: Muller, C. (2024). (Fan)zines colombianos actuales entre constelaciones y contextos de convivalidad. *Orbis Tertius*, 29(39), e296. <https://doi.org/10.24215/18517811e296>

Resumen: La creación literaria, como toda producción artística, siempre se basa en la interacción entre individuos y entre individuos y grupos sociales, así como su confrontación con desarrollos personales o circunstancias externas. En la literatura, se discuten las relaciones e interrelaciones reales o realistas entre los protagonistas y su entorno, se prueban las posibles alternativas y se problematizan sus consecuencias. Por lo tanto, los conflictos en condiciones de desequilibrio o desigualdad generalmente forman el punto de partida de un texto literario. Los autores posicionan a sus protagonistas en las interdependencias y asimetrías sociales de una sociedad ficticia y, por lo tanto, ofrecen a los lectores posiciones y argumentos para su propio posicionamiento en su propia situación personal y social. Los textos a menudo también reflejan las circunstancias y posiciones personales de los autores mismos y permiten sacar conclusiones sobre su vida y sobre condiciones asimétricas en la vida cotidiana y la actividad cultural respectiva en la que viven y trabajan. Partiendo de la rica tradición de historietas y el arte gráfico en los últimos años son los fanzines, producciones híbridas gráfico literarias muchas veces producidas y multiplicadas a mano y con medios sencillos, que reflejan y transmitan de una forma muy creativa y expresiva problemas sociales muy actuales. En base de ejemplos de la producción de historietas y fanzines colombianos análogos y digitales en la conferencia se discutirá las siguientes preguntas: ¿Qué tensiones, transformaciones y negociaciones subyacen a los procesos de producción y circulación de historietas y fanzines en Colombia? ¿Qué interacciones con los medios modernos de producción y distribución digital de creación literaria se desarrollan a partir de esto? ¿En qué medida las posiciones literarias expresadas en las historietas y fanzines colombianas pueden ser individuales en este tiempo determinado por Internet y las redes sociales?

Palabras clave: Fanzines, Colombia, Literatura popular.

Abstract: Literary creation, like all artistic production, is always based on the interaction between individuals and between individuals and social groups, as well as their confrontation with personal developments or external circumstances. In literature, real or realistic relationships and interrelationships between the protagonists and their environment are discussed, possible alternatives are tested, and their consequences are problematized. Therefore, conflicts under conditions of



imbalance or inequality generally form the starting point of a literary text. The authors position their protagonists in the social interdependencies and asymmetries of a fictional society and therefore offer readers positions and arguments for their own positioning in their own personal and social situation. The texts often also reflect the personal circumstances and positions of the authors themselves and allow conclusions to be drawn about their lives and about asymmetrical conditions in everyday life and the respective cultural activity in which they live and work. Starting from the rich tradition of comics and graphic art in recent years, fanzines are hybrid graphic-literary productions often produced and multiplied by hand and with simple means, which reflect and transmit very creative and expressive social problems in a very creative and expressive way. . Based on examples of the production of analog and digital Colombian comics and fanzines, the conference will discuss the following questions: What tensions, transformations and negotiations underlie the processes of production and circulation of comics and fanzines in Colombia? What interactions with modern means of digital production and distribution of literary creation develop from this? To what extent can the literary positions expressed in Colombian comics and fanzines be individual in this time determined by the Internet and social networks?

Keywords: Fanzines, Colombia, Popular literature.

1. (FAN)ZINES COMO MEDIOS DE EXPRESIÓN EXPERIMENTALES

En la década de 1930, entusiastas de la tecnología y la ciencia ficción en los Estados Unidos empezaron a intercambiar información, ideas y reseñas entre sí a través de publicaciones de unas pocas páginas producidas por ellos mismos. Con ello, crearon un nuevo medio que ofrecía nuevas oportunidades de comunicación directa entre personas con intereses similares, además de las formas convencionales de intercambio de información (periódicos y revistas, libros, radio). Más tarde llamado *fanzine* – una combinación de los términos ingleses *fan* (aficionado) y *magazine* (revista) – o *zine* para abreviar, esta forma de publicación se caracteriza por el hecho de que el diseño, el proceso de producción y la distribución están totalmente en manos de los respectivos autores/productores. Por tanto, no están sujetas a ninguna restricción editorial. No existen especificaciones de contenido, ni formales o comerciales por parte de terceros (por ejemplo, editores o libreros) y los productores son completamente libres en la elección y formulación de su enunciado, en el tipo de diseño (artístico), la selección del grupo destinatario o en la determinación del grado de distribución. Especialmente desde los años 70, cuando la entonces emergente cultura *punk* reconoció la ventaja de la libertad de este medio para la difusión de su contenido, el (fan)zine se ha utilizado para el intercambio, sobre todo en subculturas y grupos alternativos (Wertheim, 1973, p. 33-40; Gaballo, 2012, p. 149-150; Villegas, 2018, p. 14-17; Guerra y Quintela, 2020, p. 1-3).

Este desarrollo general de los (fan)zines también se puede rastrear en Colombia. Por un lado, fue la escena punk y rock la que hizo un uso intensivo del medio fanzine a partir de la década de 1980 (Romero-Montes, 2015). Por otro lado, fueron los artistas del cómic los que publicaron cada vez más su trabajo en forma de (fan)zines a partir de la década de 1990, ya que la *Ley de Democratización y Fomento al Libro Colombiano*, que se aprobó en 1993, excluía explícitamente a los cómics de la financiación, haciendo que esta forma de arte fuera particularmente poco atractiva económicamente para los editores. Como esta ley solo se modificó de

nuevo en 2012, los (fan)zines fueron la única forma en la que les artistas del cómic podían publicar durante casi dos décadas (Forero Sanchez, 2015, p. 9-10).

Independientemente de estas dos áreas temáticas específicas, la libertad de contenidos, la rapidez de producción y distribución y la posibilidad de intercambio directo a través de los (fan)zines, que generalmente circulan dentro de grupos limitados con intereses similares, son determinantes para el uso intensivo ininterrumpido de este medio, incluso en Colombia. En el (fan)zine *Torbellinos No. 1: reunión de ideas*, publicado en 2016, dos autores colombianos destacan estas ventajas del (fan)zine. Boris Greiff, autor y editor de la revista *Ficciorama*, que se publica regularmente desde 2010, escribe:

El fanzine es un espacio que sirve de laboratorio escritural y visual que permite dialogar, crear rupturas y reconocer una formación discursiva que no se pueda lograr en otros espacios académicos o comerciales. (Torbellinos, 2016, p. 24)

Y Catalina Salazar, que también publica habitualmente en (fan)zines bajo el seudónimo de *Rapiña* como dibujante, ilustradora y fotógrafa, resume: "El fanzine es la forma más fácil de transformar, crear y distribuir ideas sin ningún intermediario." (Torbellinos, 2016, p. 24).

Torbellinos es también un buen ejemplo de (fan)zine del siglo XXI. Se trata de una recopilación de textos, historietas, fotografías y gráficos en blanco y negro de varios autores y artistas y, obviamente, fue reproducido con una fotocopidora. En el interior de la portada, se explica brevemente la idea y el programa del (fan)zine de la forma habitual y se indica quién compiló el contenido. No se alude a Lina ZV y Joan Gutiérrez como editores o responsables, sino como "convocantes" (Torbellinos, 2016, p. 2). Se trata, por tanto, de una obra colectiva de todas las implicadas, cuya iniciativa partió de las dos personas mencionadas.

Una mirada más atenta al índice y a la contraportada revela una circunstancia que ha tenido un impacto masivo en la producción y publicación de (fan)zines en todos los países desde la década de 2000 a más tardar: la internet y las redes sociales. En el índice figuran los datos personales de contacto en línea (dirección de correo electrónico, cuentas en redes sociales o sitios web) de todas las autoras. La dirección de la correspondiente página de *Facebook*, una dirección de correo electrónico y una cuenta de *Tumblr* aparecen impresas en la contraportada del (fan)zine. Así pues, todas las autoras y artistas implicadas utilizan los diversos canales de comunicación que ofrece la internet y animan a su público a entablar un intercambio directo a través de ellos. No obstante, el (fan)zine también se publica en el formato tradicional de papel, que obviamente también se producía de forma analógica. Internet y las redes sociales no sustituyen al (fan)zine en papel, sino que lo complementan y amplían sus posibilidades de comunicación y distribución¹ (Galballe, 2012; Villegas, 2018, p. 16; Guerra y Quintela, 2020, p. 3).

2. (FAN)ZINES COMO MANIFESTACIONES DE CONVIVIALIDAD Y DESIGUALDAD

En general, esta diversidad en cuanto a contenidos, estética y forma, las distintas formas de distribución y los diferentes actores y grupos destinatarios son expresión de la diversidad cultural y social de una sociedad. Por un lado, los (fan)zines articulan las posiciones de individuos y/o grupos de personas que comparten intereses e ideas comunes. Por otro, permiten el intercambio con otras personas y/o grupos de personas que pueden tener perspectivas diferentes. De este modo, los (fan)zines hacen visibles las similitudes y diferencias sociales y culturales y, entre otras cosas, llaman la atención sobre condiciones de vida, realidades y experiencias particulares que no se abordan en los medios de comunicación convencionales o sólo de forma insuficiente. Al mismo tiempo, los diversos grupos destinatarios en los que circulan los respectivos (fan)zines y, por tanto, también las distintas perspectivas específicas, revelan una subdivisión sociocultural de la sociedad que también es apenas visible. Para las posiciones alternativas y las subculturas que se han formado sobre la base de posiciones artísticas, literarias, musicales o sociopolíticas, los (fan)zines pueden tener un efecto unificador, pero también delimitador (Galballe, 2012; P. 1-15)

En este contexto, este capítulo presenta ejemplos de (fan)zines colombianos, describe tipos básicos de (fan)zines y analiza su capacidad tanto de integrar distintas perspectivas y posiciones artísticas como de resaltar y poner a discusión desafíos y desigualdades sociales.

La base teórica de este análisis está formada por los conceptos de convivialidad y desigualdad, derivados y explicados por Sergio Costa en su artículo seminal "Convivialidad-Desigualdad: en busca del nexo perdido" de 2022.² En su explicación de los fundamentos de ambos conceptos, Costa toma el concepto de *convivencialidad* acuñado por Ivan Illich a principios de los años setenta para describir, entre otras cosas, la emancipación del individuo de la productividad industrial. Además de otros numerosos conceptos desarrollados a partir de éste, Costa también incluye en su derivación el principio de *convivialidad* de las diferentes identidades, tal como lo desarrolla Paul Gilroy desde principios de los años 2000, y el concepto de *convivencia* desarrollado por Ottmar Ette, que describe el entrelazamiento diverso de realidades y visiones de la vida (Costa, 2022, p. 31-62).

A partir de todos estos conceptos y definiciones, Costa desarrolló el concepto de *convivialidad*:

En primer lugar, la convivialidad se refiere a la dimensión relacional de la vida social, o simplemente de la vida, según el ámbito de interés. [...] [L]a convivialidad se refiere específicamente a las interacciones observadas en el ámbito de la convivencia o vida en común. [...] [E]sto incluye no sólo las interacciones cooperativas, sino también las marcadas por la competencia, el conflicto y, a veces, la violencia decurrente de muchas situaciones conflictuosas. [...] [L]as interacciones conviviales están integradas en las redes de interdependencia que conforman la vida (social) (Costa, 2022, p. 51).

Como señala Costa, el concepto de convivialidad se contrapone, o más bien está estrechamente vinculado, al concepto de *desigualdad*: „El otro supuesto del que partimos es el vínculo inextricable entre convivialidad y desigualdad. [...] La desigualdad se refiere aquí a las distancias entre las posiciones que ocupan los individuos o grupos en las jerarquías sociales [...] (Costa, 2022, p. 51).” Esta desigualdad se refiere principalmente a cuatro aspectos: desigualdad material, de poder, medioambiental y epistémica (Costa, 2022, p. 52).

Costa resume los estrechos vínculos entre ambos conceptos:

Como relación, la desigualdad, en los cuatro niveles anteriores, adquiere sentido y consecuencias en la medida en que se representa y significa en la convivialidad, es decir, en las interacciones sociales, que a su vez reflejan las desigualdades existentes. En eso consiste el nexo inseparable entre desigualdad y convivialidad: ellas se constituyen mutuamente (Costa, 2022, p. 52).

Si aplicamos estos dos conceptos a los (fan)zines, su contenido, sus actores y los procesos de su producción y distribución, veremos que, por un lado, surgen en y tematizan *contextos de convivialidad* (y desigualdad) y, por otro, pueden considerarse en sí mismos *configuraciones de convivialidad* por su estructura como combinación de distintas expresiones artísticas e interacciones sociales y culturales asociadas a ellas.

3. (FAN)ZINES COMO CONFIGURACIONES DE CONVIVIALIDAD LITERARIO-ARTÍSTICAS

El catálogo de la exposición *El fanzine como objeto*, que se presentó en rápida sucesión en museos de Bélgica, Alemania, Inglaterra y Francia en otoño de 1990, en consonancia con la rápida circulación de (fan)zines, y que ofreció una panorámica internacional del medio con 112 objetos procedentes de todo el mundo, enumera la variedad de contenidos y formatos materiales:

[T]ypes of [...] zines are:

- the project-info zines. Normally these are small pages full of information about current projects, sometimes other news is added;
- the personal zines, in which the producer informs about his own art and life;
- curious and this can be everything;
- the purely graphic zines;
- zines closely related to visual poetry;
- completely stamped zines;

- floppy-disc zines;
- zines, which can be only received by means of a modem;
- cassette-zines;

and of course general mail art zines, in which all this and even more is combined. (De Boever, 1990, p. 7).

Desde un punto de vista técnico, esta lista de formatos no refleja las últimas posibilidades técnicas de distribución. Pero hacerlos accesibles a través de un Modem ya se refería en aquel entonces a los (fan)zines disponibles puramente en formato digital, que hoy se distribuyen y hacen accesibles a través de Internet y los medios sociales. Según esta lista, los (fan)zines, también llamados "mail art zines" porque se distribuyen por correo, "can be everything".

Si observamos la producción de (fan)zines en Colombia en los últimos 5-10 años basándonos en la lista de De Boever, podemos diferenciar entre los objetos utilizando algunos criterios clave. La distinción más importante hoy en día es la que existe entre las formas analógicas y digitales de publicación. Mientras que los (fan)zines aparecen tradicionalmente en papel o en medios escritos similares, la expansión de Internet y de los canales de medios sociales ha llevado a una producción cada vez mayor de (fan)zines digitalizados o puramente digitales, como se describió anteriormente.

Independientemente de esto, los objetos pueden diferenciarse aún más por su diseño. Hay (fan)zines que contienen sólo texto o combinaciones de texto e imágenes/gráficos o sólo imágenes/gráficos. El texto puede ser manuscrito, mecanografiado o informatizado, o estar compuesto por letras y palabras de otros textos publicados. Las imágenes y los gráficos pueden ser ilustraciones del texto o independientes. También son habituales las fusiones de imagen y texto en el sentido de poesía visual o cómic. Las ilustraciones pueden ser dibujos y gráficos analógicos, pero también fotos o imágenes generadas con una computadora.

Además de hojas sueltas, que pueden plegarse una o varias veces, los (fan)zines se publican a menudo como cuadernillos grapados o cosidos. El formato suele depender del tamaño del papel utilizado para la reproducción, que puede haber sido plegado. Según el tipo de reproducción, los (fan)zines se publican en blanco y negro o, en los últimos años, cada vez más en multicolor.

El número de (fan)zines producidos profesionalmente también ha aumentado en los últimos años, de modo que ya no se aprecian márgenes ni ennegrecimientos causados por fotocopias ni los cuadernillos están doblados descuidadamente o encuadernados sólo de forma provisional.

Por último, el número de autores implicados es también un rasgo distintivo formal.

Como ya se indicó en la lista de De Boever, los fanzines colombianos también pueden dividirse en diferentes grupos en cuanto a su contenido: A) Literatura (poemas, cuentos), B) Gráfica (dibujos, gráficos), C) Fotografía, D) Historietas, E) Híbridos artísticos (combinaciones imagen/texto de uno o varios autores, poesía visual), F) Biografía, G) Activismo (política, feminismo, ecología, religión, etc.), H) Información (grupos musicales, conciertos, eventos, etc.). Como no hay límites a la libertad de expresión en el (fan)zine, por supuesto también hay números en los que varios de estos contenidos aparecen juntos.

4. (FAN)ZINES COLOMBIANOS ACTUALES COMO MANIFESTACIONES LITERARIO-ARTÍSTICAS DE CONVIVIALIDAD Y DESIGUALDAD

Entonces, ¿cómo y qué es este "everything" en la producción colombiana de (fan)zines? Y ¿pueden identificarse en ella configuraciones y/o contextos de convivialidad? Para investigar estas preguntas, se analizaron alrededor de 200 (fan)zines que entraron en circulación en Colombia entre 2019 y 2023³. A continuación, se presentan aspectos formales y de contenido clave a partir de ejemplos individuales.

Un primer ejemplo, muy representativo por su diseño como su contenido, es el fanzine *DIY porque YOLO* publicado bajo el seudónimo *Tamalgucci*. En 28 páginas fotocopias y cosidas a una cubierta de color rosa, también fotocopias, se recopilan y combinan extractos de cómics, fotos y fotogramas de películas para crear

nuevos contextos. Las breves secuencias abordan las dificultades y retos a los que se enfrentan los artistas para establecerse, ser tomados en serio como tales y, posiblemente, también para poder vivir del arte.

El título, que combina dos abreviaturas del contexto de los mensajes cortos y el lenguaje juvenil, es emblemático de ello. Como explica Tamalgucci en la última página interior del fanzine al descomponer las abreviaturas, DIY significa "do it yourself" (hazlo tú mismo) y YOLO "you only live once" (sólo se vive una vez) (Tamalgucci, s.f., p. 28). Esto no sólo recoge directamente un principio básico de la producción de (fan)zines y sitúa al folleto en esta tradición. Esta versión moderna del motivo de la vanitas pretende convencer a los otros artistas a los que se dirige como lectores de que sigan activamente su camino en el arte, ya que es la única forma que tienen de realizar una vida plena.

Si el título atestigua una actitud optimista hacia la producción de arte, la contraportada del (fan)zine es todo lo contrario. En ella aparece impresa una viñeta de un cómic. Muestra a una persona, reconocible como una mujer con expresión abatida, volteando hamburguesas en un restaurante de comida rápida. El cajín contiene la frase: "Recuerda, el único pedazo de papel menos valioso que uno de tus cuadros es un diploma de bellas artes" y aparentemente se refiere al diploma de "Licenciado en Bellas Artes" de un "Instituto Pratt" colgado en la pared detrás de la persona. Hecho tangible por el dibujo y la expresión facial, transmite la perspectiva de que los artistas son generalmente incapaces de ganarse la vida con su propio arte. Sus cuadros y diplomas parecen tan poco valiosos económicamente que tienen que trabajar para ganarse la vida, lo que probablemente también les reporta pocos ingresos.

Se trata del lado luminoso y oscuro de la profesión y la vida de los artistas, que se acentúa en el reverso con dos *smileys*. Uno tiene la comisura de los labios levantada, el otro la tiene estirada hacia abajo. El seudónimo de la autora también recoge estas dos caras de la realidad de la vida como artista. Debajo de las dos caritas sonrientes, aparece la cabeza de una mujer en estilo cómico, lo que sugiere que la autora del (fan)zine es una mujer. Debajo figura el nombre "Tamalgucci". Se trata de un neologismo formado por "tamal", nombre común en toda América Latina de un sencillo plato de masa de maíz y otros ingredientes que se cuece al vapor y se envuelve en una hoja vegetal, y el nombre de la marca italiana de moda de lujo "Gucci". Al vincular una dieta muy barata y sencilla con una marca de moda de lujo, la autora muestra que su propia vida como artista también se caracteriza por la realidad de tener que arreglárselas con medios económicos limitados y la opción de poder ganar tanto dinero con el arte que los productos de lujo se vuelvan asequibles. A pesar de estas contradicciones, la portada sugiere una actitud más bien positiva, ya que las letras y las ilustraciones están impresas sobre un fondo de corazones dispuestos regularmente en hileras, que simbolizan el amor al arte.

La declaración motivadora del título y el escepticismo expresado en la contraportada sobre si el arte es la opción económica correcta no sólo muestran lo desgarrado que está Tamalgucci a este respecto. Enmarcan el interior del folleto tanto físicamente como en términos de contenido. Como ya se ha indicado, el contenido del folleto consiste en partes de cómics, caricaturas, fotos, fotogramas de películas, capturas de pantalla de Internet y recortes de letras, palabras y frases. Aunque no están introducidos ni enlazados por un texto de comentario, están dispuestos de tal manera que su relación con el contenido es claramente reconocible. Empezando por una reflexión sobre la personalidad aún no plenamente desarrollada de un niño, sobre las expectativas y frustraciones en la escuela y la educación, las primeras experiencias en la vida profesional, que cuestionan todas las expectativas previas de la vida adulta, hasta reflexiones sobre lo que viene después de la muerte, secuencias cortas, algunas de las cuales sólo consisten en una ilustración junto con una frase, trazan etapas en el proceso cognitivo de los artistas, como en un *bildungsroman*. En cada caso, queda claro que sus propios sentimientos y la convicción de querer expresarse en el arte se oponen diametralmente a las percepciones y expectativas externas de los artistas.

El periodo de formación, por ejemplo, se describe como una pérdida de tiempo (Tamalgucci, s.f., p. 4-5), en el que no se enseña a los artistas en ciernes las diversas técnicas artísticas ni se les anima a expresarse por sí mismos, sino que se les insta a adoptar la perspectiva de los profesores. En una viñeta de un cómic, un joven de

pie frente a la ventana de una habitación en la que un artista está dibujando un desnudo habla directamente al espectador:

Todos pensaban que estaba en una escuela de arte para aprender las variadas técnicas de la autoexpresión con vistas a una carrera en las artes visuales... ¡Y eso quería que creyeran! En realidad, me hallaba allí como agente secreto por libre para aprender de primer mano la impactante realidad sobre el mayor timo del siglo (Tamalgucci, s.f., p. 8).

Tres páginas más adelante, en otra viñeta, el mismo joven informa directamente al espectador sobre su evolución y sus experiencias, a pesar de todo, negativas:

En fin, ya ves qué va el rollo... Estás avisado... Yo ya he cumplido... Una última precaución: Nunca menciones los cómics en una escuela de arte. ¡Porque los cómics son estúpidos, despreciables y totalmente inapropiados como meta artística! (Tamalgucci, s.f., p. 11)

A modo de ilustración, como para confirmar la afirmación del joven, volvemos a ver una ventana al fondo que abre una vista de una habitación en la que un profesor de arte está examinando aparentemente el trabajo de un alumno, reconocible como un cómic. El bocadillo del profesor dice: "<Suspiro> ¡Realmente esperaba algo más provechoso de ti! (Tamalgucci, s.f., p. 11)". Además del globo, hay un cajín que señala al profesor por detrás con una flecha y proporciona información de fondo que es fundamental para entender la viñeta: "Hace dibujitos para libros de fontanería. (Tamalgucci, s.f., p. 11)". A primera vista, el profesor critica la forma de expresión elegida por el alumno por considerarla artísticamente insustancial, dando a entender así su expectativa de un alto nivel de calidad artística y de expresión. El hecho de que él mismo produzca arte comercial en un contexto técnico, que básicamente no transmite ningún mensaje en términos de contenido, muestra satíricamente la contradicción entre las aspiraciones artísticas y la realidad de la vida de un artista y el evidente mundo ilusorio que se mantiene en el mundo del arte académico.

Si además se observan las demás declaraciones e ilustraciones, queda claro que Tamalgucci ha creado configuraciones de convivialidad e iluminado críticamente contextos de convivialidad de varias maneras con este folleto. La recopilación de fragmentos de otras obras los sitúa en un nuevo contexto y subraya su ambigüedad. El hecho de que algunas de las ilustraciones vayan acompañadas de un texto en inglés, que por regla general es sin duda el texto original, subraya la universalidad de sus impresiones y percepciones sobre el mundo del arte. Las contradicciones entre el arte académico y el arte libre, las aspiraciones artísticas y la realidad económica, el talento artístico y la necesidad de ganarse la vida de alguna manera se hacen visibles y tangibles a través de los comentarios ilustrados y las ilustraciones anotadas. Aunque el (fan)zine se centra claramente en el mundo del arte, muchas de las afirmaciones e ilustraciones pueden aplicarse también a otros ámbitos de la vida profesional, de modo que "DIY porque YOLO" puede leerse también como documentación de la lucha individual por hacer realidad los propios deseos, expectativas y exigencias en una realidad vital a veces difícil y con incertidumbres económicas, y como estímulo para afrontar este reto diario.

Otro ejemplo típico de (fan)zine colombiano es la serie *Cacofonías*, que se publicó en varios números a partir de 2018 bajo la dirección de Tony Jerónimo Beltrán Gómez. Aunque también se trata de una publicación que combina texto y gráficos sobre un tema específico, las diferencias con la publicación de Tamalgucci son mayores. En cada uno de los números se dan datos precisos sobre el editor, los responsables de la maquetación y el diseño de la portada, el lugar y el año de publicación y los autores individuales implicados. Al final de cada número figura una lista con los nombres de los colaboradores y sus direcciones de contacto, así como un aviso Creative Commons ("CC BY-NC-ND 3.0") en el interior de la contracubierta. De este modo, los autores son claramente reconocibles y permiten el uso posterior de su trabajo impreso en el folleto para fines no comerciales y con atribución.

Además de la información formal sobre la publicación, en el interior de la portada figuran los datos de contacto del editor y las direcciones del sitio web. También se definen y explican aquí la serie, su contenido y sus objetivos. Sobre la elección del título *Cacofonías*, el editor escribe en el primer número: "¿Por qué Cacofonías? Si el título se refiere a un sonido que, generalmente, no es melódico, algo que no causa placer al

escuchar, la expectativa que genera no es mucha, por lo tanto, todo lo que salga es una ganancia (Cacofonías, 2018 I, p. 2)." El título se explica de forma similar en los demás números de la serie. Se trata, por tanto, de publicar el mayor abanico posible de posiciones no necesariamente armonizadas entre sí. En el centro está más bien de la polifonía, de la que surgirán en cada caso nuevas percepciones para el público.

Cada número tiene un tema diferente, que también se explica brevemente. El primer número, subtulado "Historias perras", define también la serie: "Una revista, un zine, una línea de fanzines que empieza con este: Historias Perras I. Una obra que trata sobre lo que los participantes interpretaron por su título, tanto de dos como de cuatro patas (Cacofonías, 2018 I, p. 2)." Es, por tanto, una publicación en la que los autores participantes reciben un tema común, pero por lo demás son completamente libres en su tratamiento.

Esta individualidad se enfatiza también en el número 3 con el subtítulo "Historias Ebrias". Aquí también se hace una referencia explícita a la diversidad de las posiciones de contenido y al diseño de las contribuciones, algunas de las cuales también aparecen en multicolor en este número:

En esta tercera entrega, los participantes enviaron sus propias (o ajenas) Historias Ebrias. Experiencias con el trago: el primer encuentro, el rechazo, lo positivo y lo negativo que puede ser en nuestras vidas son protagonistas de esta versión. De manera ilustrada, con palabras y con dibujos nos entretienen un rato, dando cuenta al mundo que rodea el trago o del trago en sí mismo (Cacofonías, 2018 III, p. 2).

Tras números con subtítulos como "Mujeres Salvajes", sobre posiciones y obras de artistas y escritoras latinoamericanas, o "Historias Lujuriosas", con textos y obras sobre sexualidad y erotismo, el número 8, subtulado "Historias de Cuarentena" y publicado en julio de 2020, parece ser el último en aparecer. En este número también se explica el concepto del contenido y la intención del editor:

Esta edición especial de Cacofonías es pensada por todos los artistas implicados para todos los lectores y observadores de este proyecto. Para que pasen la cuarentena más livianamente, así sea solo rato. Les traemos una experiencia estética de diferentes artistas y proyectos aliados para que conozcan otras miradas sobre la cuarentena y sus historias. [...]

Cacofonías les manda fuerza y apoyo para sobrellevar las dificultades. Los acompañamos con este presente, con esta edición virtual y gratuita por la fidelidad en los diferentes momentos (Cacofonías, 2020, p. 2).

Este número, que aparentemente sólo se publica en formato electrónico, también pretende ofrecer al público diversas posiciones artísticas para entretenerlo y apoyarlo en su propio proceso cognitivo, esta vez sobre los efectos de la cuarentena asociada a la pandemia de coronavirus.

La serie *Cacofonías* es un ejemplo de publicaciones editadas profesionalmente al estilo de un (fan)zine, publicadas en formato analógico y digital. Al agrupar textos, gráficos y fotografías de diferentes artistas bajo un tema general común, pero con total libertad de edición, puede entenderse como una configuración de convivialidad. Se mantiene la variedad y diversidad de estilos y contenidos de los trabajos presentados, de modo que se fomenta y acepta sin prejuicios la coexistencia de diferentes experiencias, puntos de vista y percepciones, pero también de diferentes formas de expresión artística. Al mismo tiempo, *Cacofonías* también aborda en cada número un contexto de convivencia diferente y permite que sea iluminado por los autores y artistas participantes. De este modo, se hacen visibles diferentes situaciones y formas de abordarlas. De acuerdo con la intención del editorial, esto permite al público obtener nuevas percepciones y abre nuevas vías para cuestionar y reajustar su propia posición.

Después de estos dos ejemplos de (fan)zines que abordan artísticamente problemas sociales o circunstancias personales, veremos ahora ejemplos de la otra gran parte de la producción colombiana de (fan)zines, la dedicada a la difusión de información – a menudo dentro de una subcultura.

Como la hemos mencionado, la subcultura que desde los años setenta utiliza el (fan)zine como principal medio de publicación es el punk. La serie *Plagio Punk Fanzine* es un buen ejemplo de ello. Además de fotos de conciertos, historietas sobre la vida de punks y músicos punk y entrevistas con protagonistas de la escena, se imprimen reportajes sobre bandas y conciertos en Colombia, así como sobre las manifestaciones de la escena en el extranjero. En la portada interior aparece un breve índice escrito a mano, los nombres de las personas que

participan en el número y las direcciones de contacto en Internet (página web, Facebook, correo electrónico). Además, se describe brevemente la intención detrás de la producción del (fan)zine:

Somos un Fanzine de punk que busca fomentar a través de relatos el parche sin discriminar ningún género enmarcado dentro del punk.

Buscamos que sea una creación colectiva donde la persona que esté interesada en compartir su experiencia en el PUNK, lo pueda hacer sin temor a la censura y el veto (Plagio Punk Fanzine, s.f., II, p. 2).

También aquí cobran protagonismo los principios básicos de los (fan)zines: un tema central para una comunidad específica, la libertad de forma y expresión y el carácter "hágalo usted mismo".

Otro ejemplo del uso del formato (fan)zine para el intercambio de información sobre y dentro de una subcultura es una serie sobre las llamadas *Mesas de Graffiti* en Bogotá. En esta serie, se publican folletos para cada barrio de la ciudad en el que se ha instalado una mesa de este tipo, patrocinada por el ayuntamiento, en los que se proporciona información de fondo sobre la escena del graffiti y se documentan tags y grafitis de mayor tamaño mediante fotografías y dibujos.

Los folletos van precedidos de un editorial en el que se introduce y explica el principio de las mesas de graffiti. En el folleto sobre el barrio de Teusaquillo, por ejemplo, se parte de una descripción de los procesos de cambio social y cultural en una gran ciudad como Bogotá para hacer una afirmación fundamental:

Como consecuencia, es necesario entender que la ciudad no es una, ni la misma para todos, los diferentes estilos de vida generan diferentes maneras de usar, apropiarse, transitar y disfrutar del espacio urbano. A la vez, es necesario entender que Bogotá se construye y resignifica permanentemente y, por lo tanto, es responsabilidad de todos los que la habitamos (Mesa Local Zona 13, p. 4).

Con el apoyo de la Secretaría Distrital del Gobierno y del Instituto Distrital de las Artes, se crearon foros de intercambio apropiados para la forma de arte del graffiti con el fin de abordar las diversas reacciones a esta realidad compleja y en constante cambio de la vida y para debatir y negociar un enfoque común con todos los implicados:

En esta realidad cambiante, surgen herramientas desde todas las posibles orillas que permiten a la sociedad velar por la libertad de expresión y por una adecuada convivencia, especialmente, por el respeto al otro y su diferencia; una de estas múltiples herramientas son las Mesas de Graffiti. Estas Mesas son espacios conformados por artistas urbanos y practicantes del graffiti, la comunidad y grupos poblacionales [...], generados para dialogar, fomentar y fortalecer las dimensiones de creación y circulación así como los diversos procesos de organización y participación [...] (Mesa Local Zona 13, p. 4).

A través de las mesas y los respectivos (fan)zines, la administración municipal posibilita un intercambio sistemático dentro de la escena local del graffiti, la integra en la vida pública, promueve un intercambio con los vecinos del barrio y refuerza el reconocimiento del graffiti como forma de arte (Mesa Local Zona 13, p. 4).

Este intercambio y el funcionamiento de dicha mesa se describen con más detalle en el folleto sobre el barrio de Barrios Unidos, también desde la perspectiva de los grafiteros. La portada del folleto es el programa: En el centro hay una mesa en la que se colocan botes de spray y rotuladores, así como la iglesia central del barrio, en forma de collage. Encima figura el título "!La Mesa de Graffiti de Barrios Unidos existe! [sic]" (Mesa Barrios Unidos, 2015, p. 1). Mediante fotos y textos adjuntos, presentan su trabajo y muestran y explican qué tags y grafitis fueron rociados por qué artistas.

En el contexto de los (fan)zines colombianos, que difunden principalmente información, la revista *Ficciorama* no puede dejar de mencionarse, pues su estructura la convierte en un prototipo de esta forma de publicación y al mismo tiempo en una de las revistas (fan)zine más longevas y de publicación continua del país. Desde 2010, el editor Boris Greiff ha publicado más de 132 números. Al principio aparecían con el subtítulo "Selecciones para leer en la buseta" (Ficciorama, 2010, 2, p. 1). Hoy, el subtítulo es "Descripciones proféticas intoxicantes" (Ficciorama, 2023, 132, p. 1). Los cuadernillos suelen constar de dos hojas sin grapar de papel de copia normal. Se fotocopian predominantemente en blanco y negro, con números individuales a veces en multicolor. Se siguen publicando en formato analógico y se pueden adquirir gratuitamente en algunas

librerías. Además, casi todos los números se pueden encontrar en línea en la plataforma *Issuu*. *Ficciorama* también está presente en *Facebook*, *Instagram* y *Flickr* con varios miles de seguidores.⁴

En cuanto al contenido, el abanico de textos e ilustraciones recopilados en los números es muy amplio. La mayoría está dedicada a fenómenos culturales que entran dentro del espectro de intereses de la comunidad fanzinera (incluyendo música, cómics, ciencia ficción y fantasía, artes visuales). No obstante, también se tratan temas políticos. El editor no escribe los textos él mismo, sino que recopila textos de otros autores, incluidos los de otras publicaciones, bajo un tema central. El editor está abierto a sugerencias y nuevas ideas. En *Issuu*, invita explícitamente al público a enviarle comentarios, sugerencias y preguntas por correo electrónico.

Los fanzines, que se publican con la intención de difundir e intercambiar información, también pueden leerse como configuraciones de convivialidad, ya que también resumen diferentes posturas e informaciones de distintos autores y las difunden unas junto a otras. Además, su contenido se centra predominantemente en contextos de convivialidad. Ya sea dentro de una escena definida, como la escena punk, configurada también por (fan)zines y diferenciada de otros grupos a través de la comunicación interna dentro de la escena. En el caso de los (fan)zines sobre la escena del grafiti, el fenómeno de la convivialidad se abordó incluso de forma explícita. Los grafiteros y los residentes locales deberían reunirse para armonizar las diferentes necesidades y reducir los prejuicios y el rechazo hacia los grafiteros. Por último, *Ficciorama* es un ejemplo de cómo la información sobre la cultura de la ciudad de Bogotá y de Colombia se ha comunicado y divulgado a lo largo de los años, contribuyendo a crear un entendimiento y un reconocimiento equitativo de todas las áreas y nichos de la cultura.

5. (FAN)ZINES COMO CONFIGURACIONES DE CONVIVIALIDAD ARTÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES DE CONTEXTOS DE CONVIVIALIDAD

Debido a su amplia gama de contenidos y a la gran diversidad de su estructura y diseño, los (fan)zines ofrecen a sus autores diversas oportunidades para experimentar, articular su propia posición individual y situarla en contextos más amplios. En los campos de la literatura, la gráfica y la fotografía, por ejemplo, son un medio favorable e independiente para presentar los resultados del trabajo creativo personal y ponerlos a disposición del público para su interpretación. No hay que respetar ninguna convención artística. Por un lado, esto permite trabajar con mayor libertad. Por otro lado, existe la oportunidad de distanciarse consciente y activamente de las limitaciones académicas, de un mercado del arte que obedece a ciertas reglas o de un canon literario, para cuestionarlos y presentar alternativas.

Sin embargo, los (fan)zines no sólo debaten temas y retos específicos de un género o una profesión. Más bien son ejemplos de desigualdades y problemas sociales más amplios. Los contenidos individuales de las revistas pueden leerse entonces como metáforas de agravios percibidos por los autores, o bien se formulan clara y explícitamente de forma socialmente crítica.

Los autores no suelen estar solos en esto. Trabajan y publican sus (fan)zines en el contexto de un grupo de personas con intereses o puntos de vista similares. Los autores no se limitan a dar a conocer su posición y perspectiva sobre el contenido, sino que también lo ponen a debate con sus folletos. Esto convierte a los (fan)zines en medios de intercambio que pueden, simultáneamente, crear identidad y promover el desarrollo y la cohesión de un grupo de personas con experiencias y/o intereses similares.

Por su estructura formal, que a menudo reúne diferentes formas de expresión, y el tipo de circulación que lleva a diferentes personas a un intercambio, los (fan)zines pueden entenderse como configuraciones de convivialidad que permiten a sus autores iluminar críticamente contextos de convivialidad y ponerlos a debate.

REFERENCIAS

- Cacofonías* (2018-2020). Tony Jerónimo Beltrán Gómez (dir.). Bogotá.
- Costa, S. (2022). Convivialidad-Desigualdad: en busca del nexo perdido. En Mecila (Ed.), *Convivialidad-desigualdad: explorando los nexos entre lo que nos une y lo que nos separa* (pp. 31-62). Buenos Aires: CLACSO. <https://doi.org/10.54871/cl5cr12a>
- De Boever, J. (1990). Foreword. En *Fanzine as an object*. Bruzzle, 7.
- Forero Sánchez, D. (2015). *Fanzines de cómic en Bogotá y Medellín 2013-2014. Encuentros y divergencias en la supervivencia del cómic colombiano* [Proyecto de grado]. Universidad del Rosario. https://doi.org/10.48713/10336_11950
- Gaballo, V. (2012). Language and culture in minor media text types. A diachronic, intraliguistic analysis from fanzines to webzines. En S. Hauser y M. Luginbühl (Eds.), *Contrastive Media Analysis* (pp. 145-175). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Guerra, P. y Quintela P. (2020). *Punk, Fanzines and DIY cultures in a Global World. Fast, Furious and Xerox*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Mesa Barrios Unidos (2015). *¡La Mesa de Graffiti de Barrios Unidos existe!*. Bogotá: IDARTES.
- Mesa Local Zona 13 (2015). *Mesa Local de Graffiti Teusaquillo. Zona 13*. Bogotá: IDARTES.
- Romero Montes, D. (2015). *Copia subterránea. El fanzine como práctica editorial alternativa* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/20076>
- Tamalgucci. (s.f.). *DIY porque YOLO*.
- Torbellinos (2016). *Torbellinos. No. 1: reunión de ideas*.
- Villegas, G. (2018). *Fanzine Grrrls. The DIY revolution in female self-publishing*. Barcelona: Monsa.
- Wertham, F. (1973). *The world of fanzines. A special form of communication*. Illionis: Southern Illinois University Press.

NOTAS

- 1 Un ejemplo impresionante de esta complementariedad es la mencionada revista *Ficciorama*, publicada por Boris Greiff, que aparece tanto en papel como en Internet: <https://issuu.com/ficciorama/3> [11 de febrero de 2024]
- 2 Este análisis se desarrolló en el contexto del Área de Investigación Medialidades de la convivialidad del centro de estudios avanzados en humanidades y ciencias sociales Mecila: Maria Sibylla Merian Centre Conviviality-Inequality in Latin America (<https://mecila.net/en/>, 11 de febrero de 2024) financiado por el Bundesministerium für Forschung und Bildung (Ministerio Federal de Investigación y Educación) de Alemania, que se basa en los dos conceptos como objeto de investigación y método de análisis.
- 3 La base material física es la extensa colección de fanzines colombianos que se ha recopilado desde hace aproximadamente 10 años en la biblioteca del Ibero-Amerikanisches Institut Stiftung Preußischer Kulturbesitz de Berlín (<https://www.iai.spk-berlin.de/startseite.html>, 11 de febrero de 2024). Para el estudio específico se utilizaron 200 fanzines recién adquiridos en 2019 y 2022. (Error 2: El enlace externo www.iai.spk-berlin.de debe ser una URL) (Error 3: La URL www.iai.spk-berlin.de no está bien escrita)
- 4 <https://issuu.com/ficciorama> (17 de marzo de 2024), <https://www.facebook.com/ficci.orama/> (17 de marzo de 2024), https://instagram.com/ficciorama_zine (17 de marzo de 2024), <https://www.flickr.com/photos/ficciorama/> (17 de marzo de 2024) (Error 4: El enlace externo <https://www.flickr.com/photos/ficciorama/> debe ser una URL) (Error 5: La URL <https://www.flickr.com/photos/ficciorama/> no está bien escrita)