



Trabajo Integrado Final

Popova

Un catálogo de fanzines disidentes

Autor

Prof. Pablo Amadeo González

Directora

Dra. Cintia Rogovsky

Índice

1. Descripción del trabajo
2. Justificación
3. Objetivo general
4. Objetivos específicos
5. Antecedentes
 - 5.1. Desarrollo de catálogo
 - 5.1.1. El catálogo POPOVA
 - 5.1.2. Los títulos
 - 5.2. Dirección de arte
 - 5.2.1. La dirección de arte del catálogo POPOVA
 - 5.3. Sistema de creación de valor
6. Metodología de trabajo
 - 6.1. La preedición
 - 6.2. La dirección de arte
 - 6.3. La corrección de pruebas
 - 6.4. Diseño y desarrollo de un sistema de creación de valor
7. Línea de análisis del campo de interés / Marco teórico-conceptual
8. Destinatarios
9. Características técnicas
10. Recursos humanos y técnicos
11. Modalidad de circulación / distribución
 - 11.1. El circuito digital
 - 11.2. El circuito físico
12. Presupuesto
13. Cronograma
14. Bibliografía

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

El presente Trabajo Integrador Final (TIF) consiste en el diseño de un proyecto editorial de *fanzines* desde el punto cero de la edición, en principio por medio de la recuperación de una memoria histórica y conceptual del género, y posteriormente, a través del desarrollo integral de un catálogo para un público joven (mujeres y LGTBI+ de entre 15 y 30 años con un nivel educativo de nivel medio y/o superior) compuesto por 20 títulos sobre feminismos, disidencias y masculinidades.

Varios de estos títulos serán seleccionados de repositorios institucionales (de dominio público), también se publicarán textos inéditos en conjunto con sus autoras, y por último, otros trabajos serán tipeados a partir de publicaciones impresas (materiales recuperados de sus ediciones originales). Cuando digo “recuperados” hago referencia a la acción de variar el régimen de propiedad de los textos, realizando un pasaje de un texto “protegido” por los derechos de autor, hacia una publicación de circulación abierta y gratuita; no se trata de un cambio de propietario, sino de una puesta en circulación del texto bajo un nuevo régimen de acceso abierto. Esta operación infiere para el sistema propietario de la edición —en principio nacional pero de extensión global— un acto de desobediencia a las normas contractuales que supone la propiedad intelectual privada y las licencias restringidas. Este movimiento —variación en el régimen de propiedad—, es constitutivo del *fanzine*, tanto en el diseño de sus contenidos, como en la confección de su propuesta estética.

Para el diseño de portadas se retomarán y reinterpretarán los diseños para tela e indumentaria realizados por las artistas soviéticas Varvara Stepánova y Liubov Popova. Se trabajarán ejemplares de un formato estándar (14 x 20 cm) en impresión láser, con una encuadernación acaballada y una terminación en laminado mate. Los ejemplares se pondrán en circulación de manera digital a través de plataformas de descarga gratuita y redes sociales, y se comercializarán los volúmenes impresos a través de ferias de libros y librerías del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).¹

Con relación a la primera parte, el trabajo editorial se construirá mediante una genealogía del *fanzine* —considerado en su doble dimensión de fenómeno gráfico y editorial— en tanto resultado de determinaciones económicas, políticas y culturales que se desarrollaron a nivel global

¹ Esta zona urbana está integrada por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y 40 municipios de la Provincia de Buenos Aires: Almirante Brown, Avellaneda, Berazategui, Berisso, Brandsen, Campana, Cañuelas, Ensenada, Escobar, Esteban Echeverría, Exaltación de la Cruz, Ezeiza, Florencio Varela, General Las Heras, General Rodríguez, General San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, José C. Paz, La Matanza, Lanús, La Plata, Lomas de Zamora, Luján, Marcos Paz, Malvinas Argentinas, Moreno, Merlo, Morón, Pilar, Presidente Perón, Quilmes, San Fernando, San Isidro, San Miguel, San Vicente, Tigre, Tres de Febrero, Vicente López, y Zárate.

promediando la década de 1950 y hasta fines de los 70; y que impactaron en la Argentina a partir de los años 80. En la segunda parte, se llevará adelante la selección del material a publicar, se realizará su corrección (técnica, ortotipográfica y de estilo), la dirección de arte (concepto, diseño y maquetación) y el planteo general de un *sistema de creación de valor* (circuitos de difusión y comercialización).

A los fines de contextualizar este proyecto me propongo dar cuenta, de manera sucinta, del estado actual del campo editorial y del papel de la edición “independiente” (término cuyo sentido en este contexto se explica a continuación) en él, revisando, para ello, algunas de las estrategias de estos espacios editoriales destinadas a la supervivencia y la publicación. En este pasaje describiré, por un lado, el modelo hegemónico global de publicación de libros, propio de los grandes conglomerados editoriales y al que podríamos referirnos como modelo de “rápida rotación”; y por otro lado, expondré las características generales del modelo de *long seller* o de nicho, más propio de las editoriales pequeñas o llamadas “independientes”. Como parte del diseño integral del proyecto, contrastaré la propuesta de producción del presente TIF con los modelos aquí descritos, atendiendo a identificar similitudes y distancias con cada uno de ellos.

En una misma línea, expondré algunas particularidades de la aparición y el desarrollo de las llamadas “industrias culturales” e “industrias creativas”, con el fin de situar mi propuesta editorial en un determinado momento de la reflexión en torno de las prácticas en este campo y con respecto al desarrollo de los bienes culturales, sus modelos de producción y monetización, las políticas públicas y la construcción de públicos. Para esto último, prestaré especial atención a algunos “eventos” sociales, políticos y culturales recientes, a los fines de recuperar indicadores que me posibiliten identificar los bordes de un público y una demanda, aspectos centrales para la confección de cualquier proyecto editorial.

En términos generales, este TIF persigue el objetivo de diseñar un “modelo para armar”, atendiendo a una serie de interrogantes e hipótesis relevantes a la hora de elaborar los “trazos gruesos” de un proyecto de publicación; y desplegando, en simultáneo, una propuesta editorial concreta por medio del desarrollo de un concepto editorial, su justificación, la confección de una dirección de arte –ética, estética y poética de un proyecto– y, por último, la descripción de los circuitos de difusión, comercialización y retorno de *utilidades* de una colección de fanzines de veinte números.

2. Justificación

La importancia de reflexionar y de escribir sobre *fanzines* (y producir experiencias razonadas), radica en el aporte (programas, bibliografía, registro, etc.) para las instituciones de formación en edición, en particular para la Especialización en Edición de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (ESPE) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), ya que hay escasa producción –y dispersa– en nuestro idioma, a excepción de algunos títulos –Kreimer (1993), Steinberg (2013), Pietrafesa (2013), Schmied (2018), Moscardi (2019), Cuello y Disalvo (2019)– y conforma, al parecer, un tema de vacancia en el ámbito de la formación especializada.

De igual manera, la producción de “modelos para armar”, como lo es la colección de *fanzines* POPOVA, persigue el objetivo de compartir herramientas y prácticas para la formación de editores y editoras en defensa de la bibliodiversidad, a partir del desarrollo de experiencias alternativas (y prácticas *alterativas*) al campo editorial *mainstream*.

Por último, el presente trabajo se propone aportar al proceso general de transformación de lo social hacia un horizontes civilizatorios más justos, comunitarios y antipatriarcales.

3. Objetivo general

Producir de manera integral un catálogo de veinte títulos sobre feminismos, disidencias, masculinidades y pensamiento “de género”, también llamado *con perspectiva de género*, en formato *fanzine* impreso y digital.

4. Objetivos específicos (ejercicio de observación, sustracción, elaboración y proyección)

- Análisis del género: Investigar Identificar y segmentar un público afín con los temas de la propuesta editorial, a los fines de singularizar sus prácticas de lectura y diseñar una experiencia editorial en consonancia.
- Estudio de mercado: Identificar y segmentar un público afín con los temas de la propuesta editorial, a los fines de singularizar sus prácticas de lectura y diseñar una experiencia editorial en consonancia.
- Edición y curaduría: Desarrollar las diferentes etapas de la edición técnica (Piccolini, 2009) en relación al proyecto: seleccionar textos breves —de registro ensayístico— de interés

para el público elegido (preedición y macroedición), realizar correcciones de tipo técnicas, ortotipográficas y de estilo (microedición), y secuenciar su publicación.

- Dirección de arte: Desarrollar una propuesta estética, poética y técnica —y por lo tanto ética— para la producción de *fanzines* físicos y digitales, llevar adelante la transposición a la puesta en página, y realizar las pruebas de impresión necesarias hasta llegar al original final (armado de páginas, corrección de pruebas y elaboración de original gráfico o arte final).
- Creación de valor: Planificar un modelo de comercialización sustentable en términos económicos, y colaborativo en términos asociativos.

5. Antecedentes

El proyecto POPOVA no cuenta entre sus antecedentes con experiencias editoriales que trabajan en el cruce de los ejes *fanzines* y catálogo; en principio, entiendo, porque la construcción “seriada” es más propia de una operación vinculada al libro, y no así a publicaciones de un perfil periodístico como puede ser entendido en principio —y en términos generales— el *fanzine*. Si bien el concepto de catálogo podemos asociarlo a dos sentidos “uno valorativo y organizador de definiciones; mientras el segundo alude a las figuras de mapa, el dispositivo o artefacto que contiene las decisiones del editor y sus propuestas estético-ideológicas” (Stedile Luna, 2019), y ambos sentidos no son ajenos al *fanzine*, la producción secuencial y la organización razonada de contenidos —sus bordes y procesos de curaduría— son propios de los proyectos editoriales de libros que no piensan la unidad circunscripta al volumen particular, sino a la colección, la serie o la biblioteca. Por su lado, el *fanzine* es una unidad en cada número, algo que empieza y termina en cada edición, y puede no tener otros volúmenes que lo continúen sin por eso perder densidad en su propuesta editorial. El proyecto POPOVA se define por ser un catálogo de *fanzines*, pero además, por cruzar otros dos ejes que, en diálogo con los ya enumerados, le dan originalidad a la propuesta: el tema (feminismos y disidencias), y la especificidad del registro narrativo (ensayo).

Todo esto hace que sea difícil registrar experiencias previas, pero no impide tomar como referentes diferentes experiencias que auxiliaron la construcción de la propuesta. Los antecedentes del proyecto POPOVA deben describirse en tres diferentes dimensiones: a) desarrollo de catálogo, b) dirección de arte y c) sistema de creación de valor. En cada una de estas

dimensiones hay experiencias editoriales que operan como referencia o modelo en términos conceptuales, técnicos y económicos.

5.1. Desarrollo de catálogo: El Encuentro Latinoamericano de Varones Antipatriarcales,² desarrollado en Córdoba Capital en 2016, congregó durante tres días en el mes de agosto a varones (cis, gay y trans) de todo el país y del exterior, para debatir y participar de talleres vinculados con el rol de las masculinidades en la lucha feminista a nivel, local, nacional e internacional. Como una micropolítica de financiamiento, el colectivo con el cual participé de dicho evento, llevó una serie de publicaciones para vender e intercambiar durante el encuentro. Para esa oportunidad confeccioné “cuadernillos” que, bajo el sello **ELVA** (en clara referencia al nombre del encuentro), reunían títulos, como *Micromachismos* [1988] del psicoterapeuta argentino Miguel Bonino, el manifiesto *Sexo y Revolución* [1973], del Frente de Liberación Homosexual, o *El marxismo y lo meramente cultural* [2000], de Judith Butler.

Estos textos eran parte de un itinerario personal de lectura y por primera vez, además de leerlos y compartirlos en círculos militantes, se me había presentado la inquietud y la necesidad de editarlos y ponerlos en circulación como parte de un conjunto más amplio de lecturas. Fueron varios los colectivos que llevaron materiales gráficos al Encuentro (libros, *fanzines*, prensa partidaria, stickers, parches, etc.), pero hubo una sola editorial que se presentó como tal durante esos tres días: *Bocavulvaria Ediciones*.³ *fabi tron*, así en minúsculas, era la voz cantante de este proyecto editorial que compartía con Gabriela Adelstein (CABA), *gabi herczeg* —también en minúscula— (Neuquén) y Fernanda Guaglianone (La Plata). *fabi tron* estaba en Córdoba no sólo porque es oriunda de esa provincia, sino porque había sido invitada como oradora a uno de los paneles principales del **ELVA** para disertar junto a Claudia Iriarte de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito, Blanca Mendozade AMMAR (Asociación de Mujeres Meretrices de la Argentina en Acción por Nuestros Derechos), Fernando Rodríguez de HTA (Hombres Trans Argentinos) y Maite Rodigou Nocetti de la FFyH de la UNC.

En el puesto de publicaciones de *Bocavulvaria Ediciones* me encontré por primera vez con Monique Wittig y su ensayo *El pensamiento heterocentrado*, al igual que con *valeria flores* —también en minúscula— y su poesía a través de su libro *¿Dónde es aquí?* Ambas publicaciones,

²http://ecuentrodevaronesantipatriarcales.blogspot.com/?fbclid=IwAR2i-ja4csl2O_c3S6rMIQL0BtrfZ6l-nPAfOgux_rfnpfQHpiZcRzsmXi8

³ <https://bocavulvariaediciones.blogspot.com/>

al igual que varias otras, están hechas en un formato *fanzine*. La editorial impulsada por fabi tron es sin duda la referencia principal para el desarrollo del catálogo del proyecto POPOVA, porque si bien hay un itinerario de lectura propio —y previo— que constituye las líneas centrales del plan editorial, las publicaciones de *Bocavulvaria* y el posterior diálogo sostenido con fabi tron a lo largo de varios meses durante 2016 y 2017, me confirmaron que era posible, además de necesario, impulsar experiencias editoriales fanzineras —sustentables— sobre teoría feminista y transfeminista para un público joven que formaba parte de un activismo colectivo emergente. Tan es así que, autoras como Monique Wittig y valeria flores serían parte de la propuesta editorial de POPOVA.

5.1.1. El catálogo POPOVA: Los ejes estructurales del catálogo de POPOVA se basan, como señalé anteriormente, en un itinerario personal de lectura. Pero, a su vez, ese itinerario está “curado” en torno de tensiones externas provocadas por un público; es decir: no toda lectura realizada —en torno del gran tema “feminismos”— fue a parar al catálogo de POPOVA, y no toda la literatura que compone el catálogo fue leída previamente a la construcción del mismo. Hay textos que ingresaron al catálogo en función de una demanda emergente del público interlocutor del proyecto. Mientras que un conjunto de textos fueron editados de manera previa al diseño integral del catálogo, otros fueron integrados para establecer un diálogo con ciertos colectivos y en función de confeccionar materiales para abordar escenarios específicos de debate y activismo. Un ejemplo claro de esto último, es el título *Lazos sexo-afectivos. Ejercicios de cuidado en mujeres privadas de libertad*, de Irma Colanzi, *fanzine* que se pensó como herramienta para colectivos y proyectos universitarios extensionistas que trabajan con población carcelaria en unidades de mujeres.

POPOVA es un catálogo razonado, construido en los vértices de diferentes intersecciones: feminismo / marxismo (con autoras como Heidi Hartmann, Celia Amorós o Alexandra Kollontai), feminismo / lesbianismo (con los trabajos de valeria flores y Adrienne Rich), feminismos / masculinidades (con textos de Michael Kaufman o Miguel Bonino), y temas más “próximos” a las agendas activistas emergentes: aborto (trabajado por Guillermina Olivares y Montserrat Saez), identidades queer (breve etimología escrita por Paul Preciado) o violencia hacia el interior de las organizaciones políticas (con la antología de artículos del proyecto Tijeras para todas).

El proyecto POPOVA es una intervención político/estética parte de un activismo editorial, y como tal —en tanto intervención— tiene un principio y un fin; no persigue la ambición de integrar en el tiempo más títulos que los 20 que componen la propuesta de catálogo.

5.1.2. Los títulos

1. *A propósito del contrato social*, de Monique Wittig
2. *La historia de una palabra: Queer*, Paul Preciado
3. *Sexo y revolución*, Frente de Liberación Homosexual
4. *El marxismo y lo meramente cultural*, Judith Butler
5. *Feminismos: historia y corrientes*, Susana Gamba
6. *Micromachismos*, Luis Bonino
7. *La intimidad del procedimiento. Escritura, lesbiana, sur como práctica de sí*, valeria flores
8. *Una poética feminista disidente. Éxtasis, perturbación e ironía*, valeria flores
9. *Saber / Coger como experiencia política. Desorganizar el cuerpo hétero*, valeria flores
10. *Las siete "P" de la violencia en los hombres*, Michael Kaufman
11. *Lazos sexo-afectivos. Ejercicios de cuidado en mujeres privadas de libertad*, Irma Colanzi
12. *Marxismo y feminismo. De un matrimonio mal avenido, hacia una unión más progresiva*, Heidi Hartmann
13. *Redistribución y reconocimiento: hacia una visión integrada de justicia de género*, Nancy Fraser.
14. *Heterosexualidad obligatoria y existencia lesbiana*, Adrienne Rich
15. *Sobre la ideología de la división sexual del trabajo*, Celia Amorós
16. *Tijeras para todas. Violencia machista en los movimientos sociales*, VVAA
17. *Relaciones sexuales y lucha de clases*, Alexandra Kollontai
18. *Un aborto feminista es un aborto seguro*, Guillermina Olivares y Montserrat Saez
19. *El pensamiento heterocentrado*, Monique Wittig
20. *Lo erótico como poder*, Audre Lorde

5.2. Dirección de arte: esta dimensión está determinada por el contacto directo con el trabajo de dos diseñadoras platenses con las cuales tuve la oportunidad de compartir más de 8 años en proyectos editoriales y de gestión/activismo cultural: Celestina Alessio y Agustina Magallanes, ambas profesionalmente formadas como Diseñadoras en Comunicación Visual en la Facultad de Artes de la UNLP.

De un trabajo compartido con estas diseñadoras —que cuenta con más de 100 títulos publicados en común—, quiero poner en relieve la dirección de arte que ellas llevaron adelante en las

colecciones de poesía *Saga Relámpago*⁴ de PIXEL Editora, creada por Celestina Alessio, y *Ojo de tormenta*⁵ de Club Hem Editorxs, creada por Agustina Magallanes. Me interesa recuperar de estas experiencias el trabajo de **diseño en sistema** como proceso de construcción de identidad visual. Estos sistemas son “soportados” por: 1) formato físico, 2) estructura de grillas, 3) familias tipográficas, 4) cantidad de páginas, 5) imagen de portada, 6) estilo de paratextos y 7) disposición de marcas. Estos sistemas nos permiten identificar la pertenencia de una pieza gráfica editorial a una editorial y, por lo tanto, profundizan la “conversación” que todo catálogo propicia entre los y las autoras que lo componen.

Los proyectos *Saga Relámpago* (2016-2022) y *Ojo de Tormenta* (2017-2021) constituyen una apuesta identitaria orgánica y funcional, es decir, mientras que desarrollan un concepto de totalidad en construcción, en simultáneo, distribuyen de manera “fija” —proyectando a través de un lenguaje de parámetros— los elementos gráficos que componen las portadas e interiores de los libros, haciendo más “ágil” —por determinado— el trabajo de diseño en esas colecciones.

5.2.1. La dirección de arte del catálogo POPOVA: Todo catálogo tiene —de manera más o menos razonada— una dirección de arte, entendida como la construcción de una dimensión física (límites y morfología), plástica (selección, disposición y tratamiento de los recursos plásticos para proporcionar un tipo de experiencia multisensorial) y estética (en tanto discurso, sistema de citas, posición ética) de un proyecto editorial. En el caso del proyecto POPOVA, la dirección de arte responde a diferentes demandas y tensiones provenientes del público hacia el cual va dirigido el proyecto, por un lado; y con una apuesta por visitar y reivindicar un proyecto político-artístico, por el otro.

Como se verá más adelante, **el público** desde que se está pensando esta iniciativa editorial está constituido, mayoritariamente, por mujeres y disidencias (LGTBI+) de entre 15 y 30 años —económicamente activas— con un nivel educativo medio o superior —lectoras—, con algún tipo de intervención en colectivos o activismos feministas, participación en espacios de formación formal e informal vinculados al pensamiento crítico, la producción artística o la literatura —participantes de espacios de socialización vinculados con el tema del catálogo—; y con poder adquisitivo que contempla una capacidad de gasto medio —clase media baja y ascendentes—.

⁴ Ver Anexo.

⁵ Ver Anexo.

Esto indica que los textos deben ser preferentemente breves para brindar “accesibilidad” ante una demanda creciente de tiempo y atención —*multitasking*, precarización de la vida en general, etc.—, a su vez el tipo de soporte debe contemplar una producción a bajos costos (inclusive gratuitos) y, atendiendo a las potenciales **situaciones de lectura**, este debe ser fácilmente “transportable”, tanto en su formato impreso —atendiendo a los formatos estándar de libros de bolsillo, inclusive fáciles de fotocopiar— como digital —archivos PDF livianos para recepción, envío y visualización—.

En esta primera aproximación al público del catálogo, aparecen varias líneas de trabajo para el desarrollo de la dirección de arte, particularmente las vinculadas a las dimensiones físicas y plásticas de los soportes. Pero están pendientes aún aquellas referidas a la dimensión estética. En este punto aparecen dos elementos fundamentales: el nombre del catálogo y el diseño de portadas de los diferentes títulos.

¿Por qué Popova? Este proyecto editorial se comenzó a pergeñar en 2017, año del centésimo aniversario de la Revolución Rusa y la conformación de la URSS. Las efemérides de la gesta bolchevique retomaban sistemáticamente las fotografías, pinturas, discursos, etc., de líderes revolucionarios como V.I. Lenin, León Trotsky y, algunas bastantes más polémicos, Stalin. Pero nada se decía de las mujeres de la revolución. Incluso varias organizaciones de izquierda que se reconocen dentro de esa tradición ideológica, no elaboraron —salvo muy pocas excepciones— contenidos para la conmemoración del aniversario de la revuelta, con la mujer como protagonista del proceso político. “¿Y las pibas dónde están?” era la pregunta recurrente. Pero esa pregunta también se hacía presente con mucha insistencia y tenacidad por el impulso que la lucha de las mujeres y las disidencias venía tomando a nivel global en general y a nivel nacional de manera particular, a partir los *Encuentros Nacionales de Mujeres*, el movimiento *Ni una menos*, el *Paro Internacional de Mujeres*, la pelea por la legalización de la *Interrupción Voluntaria del Embarazo*, la emergencia del espacio *No nos callamos más*, entre muchos otros procesos que impactaban en profundidad y extensión en la agenda política del Estado —y sus instituciones— y de las organizaciones sociales, sindicales, partidarias, etc.

Entonces, ¿cómo podía permanecer impermeable al feminismo —o a una perspectiva feminista— la conmemoración de una experiencia política revolucionaria de relevancia internacional? ¿Dónde estaban “las pibas” en la recuperación histórica de la Revolución Rusa 100 años después de la toma del Palacio de Invierno? ¿Dónde estaban?, ahora que **la revolución vuelve con rostro de**

mujer. En realidad siempre estuvieron allí las Alexandra Kollontai, las Nadezhda Krupskaya, las Inessa Armand, veladas en los relatos oficiales y las efemérides, y este aniversario distaba mucho de ser la excepción a la regla. De igual manera, siempre estuvieron presentes Varvara Stepánova y Liubov Popova, dos referentes indiscutibles de la vanguardia artística rusa, uno de los movimientos estéticos más potentes de todo el siglo XX (con gran impacto en la pintura, el diseño gráfico, el teatro, la música, la poesía, la cerámica, la indumentaria, el cine, la arquitectura, etc.) y determinante en las formas contemporáneas del arte en todas sus disciplinas. Entonces, con las figuras de Stepánova y Popova apareció la posibilidad de homenajear a aquellas mujeres revolucionarias desde otro campo que no fuera el estrictamente partidario, recuperando, a su vez, otras formas “discursivas” de una sensibilidad profundamente transformadora. Pero, ¿cómo recuperarlas? Sin lugar a dudas a partir de su producción artística. ¿Pero cuál de todas? Liubov Popova fue una activista muy importante de los movimientos como el suprematismo y el constructivismo, interviniendo en disciplinas como el teatro, la pintura, la gráfica publicitaria, etc. Por su parte, Varvara Stepánova se destacó en poesía, pintura, diseño gráfico y diseño de escenografías. Ambas figuras polifacéticas, sin embargo, o justamente por ello, tenían más de un punto de acuerdo. Uno de ellos, sin duda alguna fue la moda.

Popova y Stepánova fueron las únicas constructivistas que vieron como sus diseños de artículos cotidianos se producían en serie y se distribuían a través de la red económica soviética, algo que no podían afirmar sus camaradas masculinos. Sin embargo, el diseño textil, un área de trabajo artístico tradicionalmente femenina, estaba más vinculada a las artes aplicadas y decorativas que a la producción industrial avanzada. Por tanto, podría interpretarse que el trabajo de diseño textil de Popova y Stepánova fue un episodio más de la historia de las artistas contemporáneas femeninas que reivindicaban que debía concederse la categoría de arte a determinadas áreas feminizadas de la artesanía. Sin embargo, se puede afirmar categóricamente que Popova y Stepánova no articularon su práctica en torno a la recuperación consciente del diseño textil en cuanto expresión artística típicamente femenina. El papel que intentaron definir en la fábrica fue el de la artista-ingeniera que exigía a la administración participar en las decisiones productivas y trabajar en los laboratorios industriales de la fábrica. No se consideraban “mujeres artistas” volcadas a la práctica artística típicamente femenina. Sus contemporáneos no consideraban que fueran grandes artistas femeninas, sino simplemente grandes artistas. La cohorte femenina de la vanguardia rusa no asumió la identidad de mujeres artistas, pero no porque esto representase una negación o una

falta de reconocimiento, sino porque se resistieron a someterse a las condiciones de una identidad profesional matizada constantemente por la condición femenina (Tupitsyn, 2009). Podemos imaginar que Popova terminó abrazando el constructivismo en parte porque ofrecía un contexto ideal para la explotación de formas más objetivas, científicas, tecnológicas; todas formas menos vulnerables a las acusaciones de “feminidad”. En el contexto de equiparación jerárquica de las bellas artes y de las artes aplicadas características el constructivismo, la decisión que tomó Popova —al igual que lo hiciera de otras maneras Stepanova— de participar en la producción industrial a través del diseño textil, no se tradujo en un retroceso a un área de dedicación artística inferior y feminizada, sino en la adaptación de sus destrezas artísticas al productivismo. Fue así que ambas artistas desarrollaron una serie de diseños para indumentaria que no sólo vestirían a mujeres de toda la URSS, sino también a parte de Europa.

Los diseños para indumentaria de Liubov Popova y Varvara Stepanova permitieron condensar y recuperar toda una serie de elaboraciones conceptuales vinculadas a la producción industrial, el feminismo, el arte de vanguardia, lo popular y la necesidad de cambiarlo todo. Basados en estructuras geométricas y lineales con una amplia paleta de colores, estos diseños constituyen un acervo óptimo para componer piezas gráficas en sistema (con esquemas de grillas y modelos constructivos fijos y sólidos) dando organicidad al catálogo y originalidad por separado a cada uno de los diferentes títulos. También como parte de la dirección de arte, se optó por bautizar el catálogo con el nombre de una de las artistas: el más breve de los dos y con más sílabas oclusivas para mayor pregnancia de la marca.

Los elementos y las decisiones que componen la dirección de arte constituyen, en parte, las claves de un *relato* capaz de darle proyección a un producto: lo dotan de meta/paratextos que “soportan” las formas de dar a ver y las experiencias de lectura. La dirección de arte hace al valor agregado de un catálogo, es artífice de las formas de identificación que, en este caso, las lectoras experimentan con estos fanzines.

5.3. Sistema de creación de valor: Estando en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara en 2015, tuve la posibilidad de conocer al proyecto editorial madrileño *Traficantes de Sueños*. Participábamos conjuntamente de un mismo puesto de libros llamado “Todo libro es político”, iniciativa que reunía editoriales de Argentina, España, Uruguay y Chile. En aquella oportunidad estuve a cargo, junto a otras 2 personas, de las ventas del material de todas las editoriales. Fueron

varios los títulos que salían “como pan caliente”. Entre ellos, había uno que se vendía a razón de diez ejemplares diarios: *Calibán y la bruja*, de Silvia de Federici.⁶ Este título formaba parte de los catálogo de dos editoriales: *Tinta limón*,⁷ de Argentina y *Traficantes de sueños*,⁸ de España, ambas editoriales habían publicado el mismo texto con variables en sus diseños. A medida que pasaban los días, y en diálogo con los clientes del puesto, noté que quienes venían en busca de *Calibán y la bruja*, en su amplia mayoría, ya habían leído el libro en su formato digital (PDF) publicado cinco años antes en 2010. *Traficantes de sueños* es una editorial que pone todo su catálogo para descarga libre en paralelo a la publicación del libro en papel. Es decir que se accede a todo su catálogo de manera gratuita, y esto, a su vez, no sólo no va en detrimento de la comercialización de las versiones impresas, sino que las impulsa con fuerza en aquellos mercados en los que no tienen acceso directo por temas de distancia: los lectores y las lectoras mexicanas adquirirían entonces la versión física de un libro que ya habían leído en PDF.

Seguir de cerca esta experiencia me permitió elaborar algunas conclusiones: 1) el libro en papel, más allá del acceso al libro digital, sigue teniendo una gran recepción entre diferentes públicos lectores, 2) el libro digital y el libro impreso, lejos de pensarse como “competidores”, se complementan en los circuitos de comercialización y 3) poner los títulos para descarga gratuita en su versión digital es una estrategia efectiva de monetización, ya que impulsa la comercialización de los títulos físicos a corto, mediano y largo plazo. Esta visión con respecto a las formas hacer circular un catálogo de manera “digital y analógica”, es la base conceptual para el desarrollo del sistema de creación de valor del proyecto POPOVA: acceso gratuito, libre circulación y comercialización con fines de sustentabilidad.

6. Metodología de trabajo

La planificación y el desarrollo de este proyecto consta de tres etapas diferentes pero complementarias, momentos de producción que se solapan y se condicionan mutuamente: etapas del proceso de edición técnica, dirección de arte y creación de sistema de valor.

6.1. La preedición: en esta primera etapa se realizará la preparación de los originales para su publicación. En el caso particular del Proyecto POPOVA, atendiendo a que muchos de los títulos

⁶ <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Caliban%20y%20la%20bruja-TdS.pdf>

⁷ <https://tintalimon.com.ar/>

⁸ <https://traficantes.net/>

que forman el catálogo se reproducen sin permiso alguno de sus autores y autoras, una de las tareas iniciales es tipear el trabajo de materiales impresos que no cuentan con ediciones digitales, es decir, armar un original editable. Lo mismo sucede con las conferencias que deben ser transcritas para publicar, o la edición de textos académicos (ponencias, capítulos de tesis, artículos, etc.) que deben pasar por un proceso de “traducción” para un público no especializado.

La edición o *editing* es entonces la etapa del proceso de edición situada inmediatamente antes de la corrección de estilo. Cuando se refiere a originales no literarios, se habla de edición técnica (*technical editing*).

La edición técnica es, entonces, una etapa del proceso de edición de las publicaciones no literarias. Esta etapa está a cargo del editor, que trabaja, para una misma publicación, con uno o más originales aportados por uno o más autores. Editar un original no literario supone revisarlos y, si es necesario, intervenir sobre él a fin de asegurar que ese original sea correcto, esté bien organizado, se adecue a la audiencia a la que se dirige, cumpla con el propósito para el que ha sido escrito, sea consistente con respecto a otros capítulos del libro o a otros libros de la misma colección, no cause perjuicios al lector, ni lesione la imagen de la empresa o institución o sea contradictorio con su política editorial (Piccolini, 2009).

Una vez que tenemos el “crudo” del material (producto de la preedición y la macroedición) se procede a realizar la microedición, a través de la corrección ortográfica, gramatical y de estilo, tareas que se retomarán más adelante en la corrección de pruebas.

6.2. La dirección de arte: esta etapa comprende diferentes procesos de trabajo, algunos vinculados con diseño conceptual del catálogo a nivel visual, y otros destinados a la creación de las piezas gráficas en términos digitales e impresos.

[...] como dice Sean Adams, de Adams-Morioka: “un director de arte es un líder capaz de guiar, dirigir, escuchar y defender el trabajo creativo”. Esta definición me parece buena porque incluye dos palabras importantes: “guiar” y “escuchar” [...] En cuanto al aspecto creativo, no hace falta mencionar que un buen director de arte debe ser

creativo a la hora de solucionar problemas, aunque la creatividad no se limita al ámbito del diseño gráfico. Puede decirse lo mismo de cualquier profesional de cualquier industria que se enfrente a la tarea de solucionar un problema mediante un proceso de pensamiento creativo. No obstante, los directores artísticos deben desarrollar la habilidad de emplear el pensamiento creativo tanto en lo visual como en lo referente a la gestión (Seddon y Herriott, 2010).

Si bien la dirección de arte es una etapa “previa” al diseño específico de la pieza, se extiende a lo largo de todo el proceso de edición e incluye tareas de gestión de impresión y corrección de potenciales problemas de la pieza gráfica una vez salida de máquina. La dirección de arte, entonces, comprende un trabajo de investigación (análisis de públicos y productos competitivos), conceptualización (construcción estética) y realización (diseño gráfico, maquetación e impresión). En el caso del proyecto POPOVA la dirección de arte comprende una revisión sobre la obra de las referentes del constructivismo ruso Varvara Stepánova y Liubov Popova, la reinterpretación y digitalización de sus diseños para indumentaria, la selección de familias tipográficas con legibilidad para productos editoriales, el diseño de formato, la selección de materiales constructivos, sistemas de encuadernación, impresión y acabado, y la forma de “dar a ver” ese conjunto de textos, tanto en su versión digital como física, como parte de una misma propuesta editorial coherente a nivel identitario y pregnante a nivel visual.

6.3. La corrección de pruebas: esta tarea se basa en la lectura pormenorizada del material escrito, y la revisión detallada de la resolución técnica de la pieza gráfica; es decir, en el caso de la pieza impresa: calidad de impresión, encuadernación y acabado del material. En el caso de la pieza digital: calidad de imagen en pantalla, su accesibilidad, visibilidad y usabilidad. En ambos casos es fundamental advertir las “dificultades” en la experiencia de lectura y en la experiencia de usuario. Sucede con regularidad que no tenemos en cuenta problemas de formato hasta que no contamos con un prototipo para evaluar, por ejemplo, morfología (en términos de soporte y usabilidad) o pregnancia (en términos de diseño y comunicación) de los proyectos.

6.4. El diseño y el desarrollo de un sistema de creación de valor: esta etapa que, en apariencia, se encontraría hacia el final del proceso productivo editorial, en realidad, se ubica en la “mitad”,

determinada por el estudio de un público y determinando los circuitos (de difusión y comercialización —redes sociales, plataformas de venta, librerías, ferias, etc.) y las alianzas (hacia el interior del campo editorial ampliado —otros proyectos editoriales, prensa especializada, “la crítica”, círculos de lectura, etc.— y hacia afuera —otros públicos, la academia, colectivos activistas, etc.).

[...] los avances sociotécnicos nos liberan de los obstáculos en el modo de creación industrial y sus conceptualizaciones, lo que nos permite considerar a la creación de valor como sincrónica e interactiva y no como lineal e intermediaria. Así, “el valor ya no sólo es “agregado”, sino que es simultáneamente “creado” y “recreado” entre agentes con valores diferentes”. De ese modo, la atención del análisis estratégico ya no es la empresa o la industria, sino el propio sistema de creación de valor, en el cual diferentes agentes —proveedores, socios en el negocio, aliados, clientes— trabajan en conjunto para “coproducir valor” (Furtado, 2014).

POPOVA se proyecta en diferentes momentos de su desarrollo, en coproducción con micro-iniciativas de la economía popular a través, por ejemplo, de la compra de insumos a pequeños distribuidores de papel, el trabajo con imprentas cooperativas en la producción industrial de los títulos, o la comercialización a través de librerías independientes (que no forman parte de ninguna cadena comercial de libros) o ferias autogestivas.

Este catálogo de fanzines es una puesta en marcha de un conjunto de relaciones político-económico-afectivas tendientes a la construcción de espacios comunes y prácticas comunitarias, bajo principios de coproducción/cooperación con autonomía de las partes y con acumulación equitativa de capital.

7. Línea de análisis del campo de interés / Marco teórico-conceptual

Pensar en el desarrollo de un catálogo de *fanzines* disidentes, implica, en mi caso, visitar experiencias icónicas del “género”, a los fines de determinar o aproximarse, siquiera, a alguna hipótesis sobre ¿qué es un fanzine? En esa búsqueda, es de vital importancia identificar principios históricos e identitarios, con el afán de leer críticamente la práctica editorial que se propone el presente TIF, tomando nota de las continuidades y rupturas, y por lo tanto, asumiendo su

inscripción en una tradición editorial, en el intento por recuperar, en parte, su pulsión de alternatividad/alteratividad: asediar el objeto e interrogarse por su naturaleza, sus fines en tanto prensa, o su estatuto de pieza de arte contemporáneo, etc.

Propongo leer la experiencia del *fanzine* a partir del análisis de tópicos etimológicos (*fan* y *zine*), énfasis éticos (*Do It Yourself*) y ejes estéticos (desvío y sinceridad), a través del análisis de diferentes producciones bibliográficas, materiales audiovisuales, entrevistas, publicaciones, etc.

El marco de referencia para pensar este fenómeno, el *fanzine*, incluye trabajos vinculados a la **edición** —Badenes y Stedile (2020), Colleau (2008), Furtado (2014), Gazzera (2016), Winne y Malumián (2016), Noël (2018), Piccolini (2009), Tabarovsky (2018), Vanoli (2019) y Rabasa (2021), entre muchos otros—, al **arte contemporáneo** —Bourriaud (2009), Fernández Felix (2015), Greenhalgh (1997), Groys (2018), Tupitsyn (2009)—, al **pensamiento crítico en el campo de la filosofía y la política** —entre ellos Williams (2009), Badiou (1999), Debord (2013), Deleuze y Guattari (1994), Rancière (2006)—, la **industria cultural** —con Benjamin (2017) y Rowan (2010) entre los más destacados—, y a experiencias concretas de la **historia del *fanzine*** —Atkinson (2006), Coma Sánchez y Marco Cánoves (2017), Cuello y Disalvo (2019), Duncombe (2008), Kreimer (1993), Steimberg (2013), McKay (1996), Moscardi (2019), Pietrafesa (2016) o Schmied (2018).

8. Destinatarios

¿Quiénes son? ¿Dónde están? ¿Cuánto capital tienen para invertir en este tipo de consumo? Estos son los tres interrogantes necesarios de responder para determinar las características de nuestro público y, en consecuencia, las particularidades de nuestra propuesta editorial. En el caso del proyecto POPOVA, su público de referencia está constituido, mayoritariamente, por mujeres y disidencias (LGTBI+) de entre 15 y 30 años con un nivel educativo medio-superior, con algún tipo de intervención en colectivos o activismos feministas, participación en espacios de formación formal e informal vinculados al pensamiento crítico, la producción artística o la literatura; y con poder adquisitivo que contempla una capacidad de gasto medio (clase media baja y ascendentes).

9. Características técnicas

- Formato cerrado: 14 x 20 cm
- Papel de interiores: bookcel de 80 gr.
- Papel de tapa: ilustración mate de 300 gr.

- Sistema de impresión: láser color para portada y láser blanco y negro para interiores
- Tipo de encuadernación: acaballada con dos ganchos de alambre
- Terminación: laminado mate
- Solapa: no

10. Recursos humanos

Este modelo de edición cuenta con dos momentos de producción, uno personal y otro tercerizado. El proceso de lectura de originales, corrección ortogramatical y de estilo, dirección de arte, diseño y maquetación, gestión de impresión, distribución y administración, son etapas que dependen enteramente del editor, quien desempeña diferentes roles en el proceso de creación de los distintos volúmenes. La producción material (impresión y encuadernación)⁹ y la venta en librerías, no así en ferias, son roles tercerizados.

11. Modalidad de circulación / distribución

El proyecto POPOVA contempla el diseño de dos circuitos para sus títulos, uno digital y otro físico, uno gratuito y otro con fines comerciales, respectivamente.

11.1. El *circuito digital* se sustenta en la utilización de plataformas virtuales de dos tipos: redes sociales (centralmente Facebook) y sistemas gratuitos —para editor y usuarios— de almacenamiento de archivos (Drive e ISSUU). Los títulos de POPOVA estarán disponibles de manera gratuita de tres maneras diferentes: 1) Para lectura en línea a través de la plataforma ISSUU, 2) para descarga como material de lectura a través de un enlace de Drive con un enlace abreviado de Bitly.com, y 3) para descarga como archivo para imprimir en impresoras hogareñas a través, también, de un enlace de Drive. Todos los link's para lectura y descarga estarán disponibles en el perfil de Facebook de @popovafanzine y en el enlace de biografía de la cuenta de Instagram de @popovafanzines.

11.2. El *circuito físico* consiste en la venta en ferias de libros y *fanzines* de manera directa, y venta diferida a través de librerías. En el caso de ferias se participará en eventos de libros (EDITA, FED,

⁹ La producción industrial del material estará en manos de la imprenta cooperativa y autogestiva Fábrica Palmera: <https://www.instagram.com/fabricapalmera/>

Feria de la Costa), de artes gráficas (Presión, Feria Migra), festivales (Festival de Poesía de Rosario y Bahía Blanca) y actividades públicas masivas vinculadas a las temáticas del catálogo (Encuentro Nacional de Mujeres, Encuentro Latinoamericano de Varones Antipatriarcales, convocatorias por el Día de la visibilidad lésbica, Stonewall). En el caso de las librerías, se priorizará aquellas que no pertenezcan a cadenas comerciales, que a su vez dispongan de un catálogo vinculado a los temas del proyecto POPOVA y acepten publicaciones sin catalogar por la Cámara Argentina del Libro (sin ISBN). En la ciudad de La Plata podemos identificar las siguientes: *Malisia Librería, La diversa libros, Pez Negro, Frenesí* (Ensenada), *Patio Interno* (City Bell). En CABA *OCIO* (Parque Patricios), *La Libre* (San Telmo) y *La Coop* (Almagro). En GBA *Tren Nocturno* (Banfield). En el caso de las librerías se le realiza por compra en firme, un descuento del 50% en el PVP de los ejemplares, y en el caso de consignación, un descuento de 35% del PVP.

12. Presupuesto

COSTOS UNITARIOS	
COPIA LÁSER DOBLE FAZ BLANCO Y NEGRO	\$ 6.00
IMPRESIÓN SIMPLE FAZ COLOR	\$ 30.00
LAMINADO MATE	\$ 20.00
ENCUADERNACIÓN Y REFILADO	\$ 10.00

TÍTULOS	AUTORÍA	PLIEGOS	COSTO DE INTERIORES	COSTOS DE PORTADA	ACABADO	COSTO UNITARIO	EJEMPLARES	COSTO TOTAL DE TIRADA	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	PUNTO DE EQUILIBRIO
1 A PROPÓSITO DEL CONTRATO SOCIAL	MONIQUE WITTIG	4	\$ 24	\$ 50	\$ 10	\$ 84	50	\$ 4,200	\$ 336	13
2 HISTORIA DE UNA PALABRA: QUEER	PAULB. PRECIADO	3	\$ 18	\$ 50	\$ 10	\$ 78	50	\$ 3,900	\$ 312	13
3 SEXO Y REVOLUCIÓN	FLH	4	\$ 24	\$ 50	\$ 10	\$ 84	50	\$ 4,200	\$ 336	13
4 LO MERAMENTE CULTURAL	JUDITH BUTLER	7	\$ 42	\$ 50	\$ 10	\$ 102	50	\$ 5,100	\$ 408	13
5 FEMINISMOS: HISTORIA Y CORRIENTES	SUSANA GAMBA	5	\$ 30	\$ 50	\$ 10	\$ 90	50	\$ 4,500	\$ 360	13
6 MICROMACHISMOS	LUIS BONINO	9	\$ 54	\$ 50	\$ 10	\$ 114	50	\$ 5,700	\$ 456	13
7 EL PENSAMIENTO HETEROCENTRADO	MONIQUE WITTIG	4	\$ 24	\$ 50	\$ 10	\$ 84	50	\$ 4,200	\$ 336	13
8 LA INTIMIDAD DEL PROCEDIMIENTO	VALERIA FLORES	7	\$ 42	\$ 50	\$ 10	\$ 102	50	\$ 5,100	\$ 408	13
9 SABER / COGER	VALERIA FLORES	5	\$ 30	\$ 50	\$ 10	\$ 90	50	\$ 4,500	\$ 360	13
10 UNA POÉTICA FEMINISTA DISIDENTE	VALERIA FLORES	3	\$ 18	\$ 50	\$ 10	\$ 78	50	\$ 3,900	\$ 312	13
11 LAS SIETE P DE LA VIOLENCIA EN LOS HOMBRES	MICHAEL KAUFFMAN	4	\$ 24	\$ 50	\$ 10	\$ 84	50	\$ 4,200	\$ 336	13
12 LAZOS SEXO-AFECTIVOS ENTRE MUJERES...	IRMA COLANZI	7	\$ 42	\$ 50	\$ 10	\$ 102	50	\$ 5,100	\$ 408	13
13 MARXISMO Y FEMINISMO UN MATRIMONIO...	HEIDI HARTMANN	14	\$ 84	\$ 50	\$ 10	\$ 144	50	\$ 7,200	\$ 576	13
14 REDISTRIBUCIÓN Y RECONOCIMIENTO	NANCY FRASER	9	\$ 54	\$ 50	\$ 10	\$ 114	50	\$ 5,700	\$ 456	13
15 HETEROSEXUALIDAD OBLIGATORIA Y EXISTENCIA...	ADRIENNE RICH	9	\$ 54	\$ 50	\$ 10	\$ 114	50	\$ 5,700	\$ 456	13
16 SOBRE LA IDEOLOGÍA DE LA DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO	CELIA AMORÓS	7	\$ 42	\$ 50	\$ 10	\$ 102	50	\$ 5,100	\$ 408	13
17 TIJERAS PARA TODAS	VVAA	20	\$ 120	\$ 50	\$ 10	\$ 180	50	\$ 9,000	\$ 720	13
18 RELACIONES SEXUALES Y LUCHA DE CLASES	ALEXANDRA KOLLONTAI	7	\$ 42	\$ 50	\$ 10	\$ 102	50	\$ 5,100	\$ 408	13
19 UN ABORTO FEMINISTA ES UN ABORTO SEGURO	G. OLIVARES Y M. SAIZ	8	\$ 48	\$ 50	\$ 10	\$ 108	50	\$ 5,400	\$ 432	13
20 LO ERÓTICO COMO PODER	AUDRE LORDE	5	\$ 30	\$ 50	\$ 10	\$ 90	50	\$ 4,500	\$ 360	13
						\$ 2,046	1000	\$ 102,300		250

INVERSIÓN INICIAL	\$ 102,300
DESCUENTO POR PRODUCCIÓN EN CANTIDAD	10%
COSTOS FINALES DE PRODUCCIÓN	\$ 92,070

Esta tabla —elaborada en primera quincena de septiembre de 2021— presenta los costos de producción industrial de una tirada de 50 ejemplares por título según las especificaciones técnicas descritas con anterioridad. Tomando como ejemplo el título “1”, se parte del costo unitario de producción de las partes (copias y confección), se cruza con la cantidad de pliegos de cada título, de esta manera obtenemos el costo unitario del título: \$84. A su vez, este importe se multiplica por la tirada sugerida: 50 ejemplares, y obtenemos el costo de la tirada completa: \$4.200. El costo de producción unitario debe representar el 25% del PVP, es decir que este último se calcula de la siguiente manera: costo unitario de producción x 4 = PVP. En el caso del título “1”, si el costo de producción es de \$84, el PVP es de \$336. Por su parte, el punto de equilibrio o prorratio, siguiendo el caso del título “1”, se calcula de la siguiente manera: costo total de la tirada \$4200 ÷ PVP \$336 = 13 ejemplares en venta directa (es decir recibiendo un 100% del PVP) para costear el total de los costos de impresión. 37 ejemplares de esa tirada, quedan librados al financiamiento de otros costos editoriales (transporte, pago de promoción en redes, envíos postales, etc.) 20%, la generación de un fondo de inversión (20 %), y ganancias netas (60%).

13. Cronograma / Plan de trabajo

SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
SELECCIÓN DE TEXTOS	●	●	●									
CORRECCIÓN TÉCNICA Y ORTOGRAMATICAL		●	●									
DIRECCIÓN DE ARTE Y CONFECCIÓN DE MODELO		●	●	●								
DISEÑO Y MAQUETACIÓN DE VEINTE TÍTULOS					●	●	●					
IMPRESIÓN DE GALERAS								●				
REVISIÓN DE GALERAS									●			
IMPRESIÓN DE EJEMPLARES										●	●	
CREACIÓN DE PERFILES EN REDES SOCIALES										●		
CREACIÓN DE USUARIOS EN SITIOS DE ALOJAMIENTO										●		
CONFECCIÓN DE PIEZAS PROMOCIONALES											●	
PUBLICACIÓN EN LÍNEA												●
DISTRIBUCIÓN EN LIBRERÍAS												●

14. Bibliografía

Libros y fotocopias

- Amaranth, Borsuk (2020). *El libro expandido. Variaciones, materialidad y experimentos*. Buenos Aires: Ampersand.
- Atkinson, Paul (2006). “Hágalo usted mismo: Democracia y diseño”, en *Journal of Design History*, Volumen 19, Número 1, Primavera 2006, Páginas 1–10.
- Badenes, Daniel y Stedile Luna, Verónica (Comp.) (2019). *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. La Plata: Club Hem.
- Badiou, Alain (1999). *El ser y el acontecimiento*. Buenos Aires: Manantial.
- – (2005). *El siglo*. Buenos Aires: Manantial.
- Benjamin, Walter (2017). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Bourdieu, Pierre (2005). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*.

Barcelona: Anagrama.

- Bourriaud, Nicolás (2009). *Radicante*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- – (2015). *La exforma*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Bugnone, Ana Lisa (2017). *Vigo. Arte, política y vanguardia*. La Plata: Malisia.
- Busaniche, Beatriz (2016). *Propiedad intelectual y derechos humanos. Hacia un sistema de derechos de autor que promueva los derechos culturales*. Buenos Aires: Tren en Movimiento.
- Carrión, Ulises (2021). *El arte nuevo de hacer libros*. La Plata: Cámara Oscura.
- Colleau, Gilles (2008). *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Coma Sánchez, Josué & Marco Cánoves, Irma (2017). “Los (otros) libros. Bibliofilia underground”. En *Pasiones bibliográficas II*. València: Societat Bibliogràfica Valenciana Jerònima Galés, 23-24.
- Cuello, Nicolás y Disalvo, Lucas (2019). *Ninguna línea recta. Contraculturas punk y políticas sexuales en Argentina 1984-2007*. Buenos Aires: Alcohol y fotocopias & Tren en Movimiento.
- Debord, Guy (2013). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix (1994). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: PRE-TEXTOS.
- Duncombe, Stephen (2008). *Notes from underground. Zines and the politics of alternative culture*. Estados Unidos: Microcosm Publishing.
- Fernández Felix, Miguel (2015). *Vanguardia rusa. El vértigo del futuro*. México DF: Instituto Nacional de Bellas Artes Museo del Palacio de Bellas Artes.
- Furtado, José Alfonso (2014). *La edición de libros y la gestión estratégica*. Villa María: EDUVIM.
- Gazzera, Carlos (2016). *Editar: un oficio. Atajos / Rodeos / Modelos*. Villa María: EDUVIM.
- Gonzalez, Pablo Amadeo (2019). “Relatos sobre trabajo en pequeñas editoriales”, en *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. La Plata: Club Hem.
- Greenhalgh, Paul (1997). “La historia de la artesanía”, en P. Dormer, *La cultura de la artesanía*. Manchester University Press, (p. 21).

- Groys, Boris (2018). *Volverse público. La transformación del arte en el ágora contemporánea*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Kreimer, Juan Carlos (1993). *Punk (la muerte joven)*. Buenos Aires: Editorial Distal.
- Llop, Rosa (2014). *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros. Hacia un lenguaje de parámetros*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- López Winne, Hernán y Malumián, Víctor (2016). *Independientes, ¿de qué?*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Marcus, Greil (1989). *Lipstick Traces: A Secret History of the Twentieth Century*. Londres: Secker & Warburg.
- McKay, George (1996). *Senseless acts of beauty: culture of resistance since the Sixties*. Nueva York: Verso.
- McLuhan, Marshall (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Moscardi, Matías (2019). *La máquina de hacer libritos. Poesía argentina y editoriales interdependientes en la década de los noventa*. Villa María: EDUVIM.
- Noël, Sophie (2018). *La edición independiente crítica. Compromisos políticos e intelectuales*. Villa María: EDUVIM.
- Pellegrini, Mario (Eds.). (2008). *La imaginación al poder. París mayo 1968*. Buenos Aires: Editorial Argonauta.
- Piccolini, Patricia (2009). "La edición técnica". Sagastizábal, Leandro y Esteves Fros, Fernando (comp.), *El mundo de la edición de libros (117-137)*. Buenos Aires: Paidós.
- Rabasa, Magalí (2021). *El libro en movimiento. La política autónoma y la ciudad letrada subterránea*. Buenos Aires: Tren en Movimiento & Tinta Limón.
- Rancière, Jacques (2006). La política de la estética. *Otra parte*. Volumen 9, 1-15.
- Rowan, Jaron (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Sagastizábal, Leandro y Esteves Fros, Fernando (2009). *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paidós
- Sagastizábal, Leandro y Quevedo, Luis (2015). *Optimistas seriales. Conversaciones con editores*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Schierloh, Eric (2021). *La escritura aumentada*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.

- Schiffrin, André (2001). *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*. México: Biblioteca Era.
- Schmied, Alejandro (2018). *Libro de fanzines*. Buenos Aires: Tren en movimiento.
- Seddon, Tony y Herriot, Luke (2010). *Dirección de arte. Proyectos impresos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Somoza Rodríguez, Miguel (2012). “XVI. Los saberes letrados en la sociedad de la información. Lecturas, soportes y ritmos sociales”, en Cucuzza H. y Spregelburd R. (Coord.). *Historia de la lectura en la Argentina. Del catecismo colonial a las netbooks estatales*. Buenos Aires: Editoras del Calderón.
- Stedile Luna, Verónica (2019). “Derivas de las vanguardias en editoriales independientes: el catálogo como política de lectura”, en *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. La Plata: Club Hem.
- Steimberg, Oscar (2013). *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- Tabarovsky, Damián (2018). *El fantasma de la vanguardia*. Buenos Aires: Mardulce.
- Tupitsyn, Margarita (Ed.) (2009). *Rodchenko y Popova. Definiendo el constructivismo*. Londres: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y Tf. editores.
- Vanoli, Hernán (2019). *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos. 11 hipótesis para discutir con escritores, editores, lectores, gestores y demás militantes*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Williams, Raymond (2009). *Marxismo y literatura*. Buenos Aires: Las cuarenta.

Material audiovisual

- Mkaji, T. & Pietrafesa, P. [Leti Barleta]. (27 de abril de 2016). *Desacato a la autoridad. Capítulo I*. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=eqXpTu0jGhE>

Notas de internet y revistas digitales

- Baigorria, Osvaldo (26 de octubre de 2008). Mirá lo que quedó. *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/libros/10-3225-2008-10-26.html#arriba>



- Saferstein, Ezequiel y Szpilbarg, Daniela (2014). “La industria editorial argentina, 1990-2010: entre la concentración económica y la bibliodiversidad”, en Revista Alter/Nativas. Recuperado el 6 de noviembre de 2021 de <https://alternativas.osu.edu/es/issues/autumn-2014/essays2/saferstein-szpilbarg.html>
- Ojeda, Marcos A. (2016). “El détournement y su valor en la crítica de la totalidad”. Academia.edu. Recuperado el 19 de septiembre de 2021 de https://www.academia.edu/39885811/El_d%C3%A9tournement_y_su_valor_en_la_cr%C3%ADtica_de_la_totalidad

¿Qué es un *fanzine*?

Comunidad, desplazamientos de la enunciación y variaciones en el régimen de propiedad

Sumario

Introducción: El que avisa

Un interrogante

Fan

Zine

Ética

Do It Yourself: autosuficiencia y democracia

Do It Yourself: autonomía y contracultura

Estética

Sensibilidad y presente

Desviación y efecto de sinceridad

Arribos precarios

El león vegano: un tiro por elevación

Mestizajes futuros

Playlist

Anexo

El que avisa

Un tema de fe. En varias oportunidades a lo largo de la confección de este TIF se puso en duda el por qué desarrollar un catálogo de *fanzines*. Inclusive en algún momento de extravío en la escritura, el por qué publicar –a secas– amaneció como pregunta; es decir, por qué hacer proyectos editoriales impresos cuando las formas de leer contemporáneas son bien distintas. Si nos detenemos brevemente en las prácticas de lectura y escritura que ejercemos diariamente, el soporte libro –y el *fanzine*– no aparece en nuestros itinerarios de una manera tan recurrente como otros dispositivos. ¿Por qué insistir entonces con códigos en la era de las *app*? Pero no, no estamos ante otro pronóstico sobre la inminente desaparición del libro, sino ante un humilde alegato a favor de continuar haciendo libros –y *fanzines*–. Sí, a veces la fe es esquivada, nos pone a prueba, o simplemente nos abandona ante las desorbitantes cifras de usuarios que detentan Google, Amazon, Meta, etc., plataformas con propuestas de lectura breves y fragmentadas. Lo sabemos, es cada vez más alta la cuota de altruismo necesaria para editar volúmenes extensos ante el creciente déficit de atención provocado por el *multitasking*: lo que se gana en extensión se pierde en intensidad y enfoque. Pero fundamentalmente, lo que preocupa a la hora de editar –más allá de las transformaciones estructurales en las formas de dar a leer y de leer, y de las consecuencias que aún se prefiguran– es la precarización integral de la vida, fenómeno que nos obliga a depositar la absoluta mayoría de nuestra fuerza vital en actividades destinadas a la mera supervivencia. Entonces, ¿cuánto y cuándo leer?

E pur si muove. A su vez sabemos que nunca antes en la historia de la humanidad hubo una masa de la población tan formada en la lectoescritura. Entonces:

¿No cabría la posibilidad de que las crecientes percepciones acerca de los efectos negativos de la lectura y la escritura en pantallas y en soportes digitales en lugar de hojas de papel, y en el contexto de una interconexión mundial de lectores y escritores, fueran, más bien, los lamentos de algunos profesionales (maestros, profesores, escritores, periodistas, etc.) de la ya antigua fase de la tecnología de la palabra –configurada por la imprenta y su galaxia técnico-social-cultural– que se quejan de la transformación y desaparición de un medioambiente al que estaban adaptados, para el que

habían sido formados durante largos años de escolarización y en el que aspiraban a prosperar y destacar? (Somoza Rodríguez, 2012)

Hacer público. En todas las acepciones del sintagma: dar a conocer aquello que permanecía en “privado”; hacerlo, a su vez, variando su régimen de propiedad –propiciando un acceso abierto–; y posibilitando la construcción de nuevos públicos. El hacer público, también, como procedimiento, como forma de hacer “política pública”, entendida en tanto intervención político/estética de un activismo, en este caso, editorial. Esta es nuestra pulsión.

Públicos y situaciones de lectura. De eso se trata este TIF, de confeccionar un proyecto editorial como resultado de la identificación de una demanda –por lo tanto un “sujeto”– y una vacancia –por ende un “nicho”–, materia prima para el diseño de situaciones y experiencias de lectura. Podríamos decir que todos los catálogos posibles de publicar *ya están allí*, esperando a ser descubiertos/editados, latentes aún entre los lectorados y su forma contemporánea de existencia. Del reconocimiento que podamos hacer de lo tácito, de la empatía que logremos desarrollar con los públicos con los que deseamos dialogar dependerá en gran parte el tino de nuestras propuestas editoriales.

¿Qué hay de nuevo/viejo? La memoria de este trabajo se propone dar cuenta de algunas características estructurales del *fanzine* en tanto género editorial revisitando, inicialmente, la operación etimológica que nos lleva de “la revista para fanáticos” hacia las “prensas oficiales” de determinadas **comunidades**. De igual manera, en una primera parte, se exponen caracterizaciones generales vinculadas a las dimensiones físicas y plásticas del soporte haciendo un énfasis en algunos momentos de la relación entre *fanzine* y ciertas tecnologías de impresión. Así mismo, se trabaja sobre las *formas del hacer*, atendiendo al surgimiento del fenómeno *Do It Yourself* en general y, posteriormente, las formas en que este movimiento impactó en los emprendimientos editoriales amateur en términos de la creación de una ética de la autodeterminación y la aparición de nuevos **enunciadores** dentro del campo de la edición. Como cierre del primer tramo del TIF, se reponen algunos elementos centrales de la estética del *fanzine punk* en tanto experiencia que, por un lado, condensó las tensiones y búsquedas de una comunidad y, por otro, constituyó la plataforma (prensa, galería, repositorio, etc.) de un discurso político y cultural disidente de una potente impronta visual; que, a su vez, sirvió como referencia de gran pregnancia para todo el desarrollo ulterior del género editorial *fanzine*, a saber: una crítica radical del **régimen de**

propiedad que pesa, por ejemplo, sobre los recursos con los que se componen las piezas visuales, la gestión de los sistemas de copiado, los contenidos que se difunden, etc.

No traicionar. En un segundo momento, nos proponemos (re)situar el *fanzine* en cierta contemporaneidad signada por las formas actuales/virtuales de lectura y por el contexto de un mercado editorial hiperconcentrado. De igual manera, nos preguntamos sobre qué comunidad se organiza hoy –o se referencia– en torno de publicaciones impresas, y qué escenarios se abren, entonces, para el género editorial *fanzine*. Como metodología para el desarrollo de estos puntos se trabaja con categorías teóricas provenientes del campo del arte, la edición, la política, la comunicación, la filosofía, etc. Por último, se ensayan una serie de propuestas vinculadas a la “reinserción” del *fanzine* dentro del campo de la edición, asumiendo como propios ciertos circuitos y prácticas de la edición independiente de libros, un campo en constante proyección y crecimiento a nivel local e internacional.

Un relato posible. Sobre el *fanzine* y sobre la forma de abordarlo en tanto producción gráfica. Ni un “estado de la cuestión”, ni un estudio de caso. Tampoco una oda, menos aún un réquiem. Sino, un relato posible sobre la errancia de un género editorial. Esta memoria es un plano con partes borrosas, con tachaduras, con caminos sinuosos. Es un ejercicio de trazabilidad, un intento por discernir el momento/lugar en el que nos encontramos para desarrollar un proyecto editorial de *fanzines*.

Un interrogante

a Jamie Reid y Liuvov Popova

La pregunta inicial, si es que tenemos que iniciar con una pregunta, sería la remanida ¿qué es un *fanzine*? Hay, por lo menos, dos formas de responder a esta pregunta. La literatura al respecto –desde Wikipedia, pasando por revistas y ensayos académicos, hasta los libros y sitios web especializados– versa, inicialmente, entre la descripción etimológica del término y la descripción física del soporte y sus procesos de producción. La primera de ellas, reiteradas veces se nutre de un carácter también historiográfico, mientras que la segunda reúne información más próxima a las “estéticas descuidadas” y los métodos de impresión caseros. Podemos en este caso hacer un *mashup* entre ambas con la certeza de no estar innovando aunque sí sistematizando algunas ideas

fuerza que hacen del fanzine un género editorial “disonante” de la industria de la gráfica y representativo de ciertos movimientos (contra-)culturales.

El término *fanzine* se utilizó por primera vez en octubre de 1940 por Russ Chauvenet¹ con el fin de distinguir publicaciones amateurs (en este caso impresas en mimeógrafo, dedicadas principalmente a los entusiastas de la ciencia ficción y los superhéroes) de revistas profesionales. El término *fanzine* es producto de la contracción de dos palabras del inglés: *fan*, que puede traducirse como fanático; y *magazine*, revista. Es decir que “*fanzine*” es traducible como “revista de/para fanáticos”. Pero Chauvenet no inventó el *fanzine*, sino solo la forma contemporánea de llamar a ciertas publicaciones producidas por seguidores de un fenómeno particular (como puede ser, a modo de ejemplo, un género literario, cierto estilo de música, historietas, etcétera) para seguidores de ese mismo fenómeno.

El *fanzine*, entendido de una manera preliminar, es una publicación casera con cierta impronta “endogámica”: “*scruffy, homemade little pamphlets* (pequeños panfletos caseros desprolijos), [...] *little publications filled with rantings of high weirdness and exploding with chaotic design* (pequeñas publicaciones llenas de desvaríos de gran rareza y explosión de diseño caótico)”, dirá Stephen Duncombe (2008), quien ha publicado varios títulos en torno a este tipo de experiencias editoriales.

Pero vayamos más allá dando cuenta, por ejemplo, de los sistemas de impresión de este tipo de materiales: la fotoduplicadora, la fotocopiadora, el mimeógrafo, entre otras tecnologías y técnicas, han sido y son parte necesaria de la existencia del *fanzine*. Todos métodos económicos de copiado y de fácil manipulación para neófitos de las artes gráficas. Sumemos otras características. La impresión es realizada por los mismos que escriben, maquetan, confeccionan los soportes, ponen en circulación y comercializan la publicación. Es decir que el *fanzine* también se define por su carácter artesanal y la auto-gestión integral de todo el proceso de producción y circulación. Autopublicación, métodos de impresión, modos de hacer. En relación con la catalogación y las licencias, el *fanzine* se mantiene usualmente por fuera de las cámaras comerciales de libros y

¹ Louis Russell "Russ" Chauvenet (12 de febrero de 1920 – 24 de junio de 2003) fue un campeón de ajedrez estadounidense y uno de los fundadores del *fandom* de ciencia ficción.

revistas² y de la catalogación por ISBN, al igual que utilizan, por lo general, licencias *copy left*³ o simplemente no especifican el tipo de licencia autoral bajo la cual publican.

A lo largo de los siguientes apartados describiré cada una de estas características y presentaré otras nuevas con el objetivo de ir construyendo una respuesta posible a la pregunta inicial de estos párrafos: ¿qué es un *fanzine*?

Fan

Varias fuentes coinciden en que el primer *fanzine* publicado como tal, aunque aún no con el nombre *fanzine*, fue *The Comet*, editado por el Club de ciencia (*Science Correspondence Club*) de la ciudad de Chicago (EEUU) y distribuido por correo postal. Esta publicación vio la luz en 1930 y se centró en temas de ciencia ficción. Su fundador Hugo Gernsback nació en Luxemburgo y a sus 20 años emigró a los Estados Unidos. Se le considera, junto a Herbert George Wells y Julio Verne, uno de los padres de la ciencia ficción. Antes de ingresar al mundo de la literatura, Gernsback trabajó en la industria de la electrónica y la radiofonía. En 1908 fundó *Modern Electrics*, una revista sobre electrónica, y cinco años más tarde fundó *Amazing Stories*, una publicación de ciencia ficción en la que editaría materiales propios y ajenos. En su sección de “discusiones”, que funcionaba a modo de correo de lectores, se intercambiaban opiniones sobre la veracidad de las historias y los principios científicos que aparecían en ellas. Gernsback comenzó a imprimir los correos que los lectores intercambiaban y de esta manera surgió el “Club de ciencia”, la organización de ciencia

² En el caso de Argentina, es la Cámara Argentina del Libro la encargada de otorgar el ISBN a las publicaciones.

³ **Creative Commons (CC)** -en español, «[Bienes] Comunes Creativos»- es una organización sin fines de lucro dedicada a promover el acceso y el intercambio de cultura. Desarrolla un conjunto de instrumentos jurídicos de carácter gratuito que facilitan usar y compartir tanto la creatividad como el conocimiento. Su sede central se encuentra en Mountain View, en el estado de California, Estados Unidos. Los instrumentos jurídicos desarrollados por la organización consisten en un conjunto de “modelos de contratos de licenciamiento” o licencias de derechos de autor que ofrecen al autor de una obra una manera simple y estandarizada de otorgar permiso al público para compartir y usar su trabajo creativo bajo los términos y condiciones de su elección. En este sentido, las licencias CC permiten al autor cambiar fácilmente los términos y condiciones de derechos de autor de su obra de “todos los derechos reservados” a “algunos derechos reservados”. No reemplazan a los derechos de autor, sino que se apoyan en estos para permitir elegir los términos y condiciones de la licencia de una obra de la manera que mejor satisfaga al titular de los derechos. Por tal motivo, estas licencias han sido entendidas por muchos como una manera en que los autores pueden tomar el control de cómo quieren compartir su propiedad intelectual. La organización fue fundada en 2001 por Lawrence Lessig (ex profesor de derecho de la Universidad de Stanford y especialista en ciberderecho), Hal Abelson y Eric Eldred con el soporte del Center for the Public Domain. El primer conjunto de licencias de copyright fue lanzado en diciembre de 2002. En 2008, había estimados unos 130 millones de trabajos bajo licencias Creative Commons. En octubre de 2011, solo *Flickr* albergaba más de 200 millones de fotografías con estas licencias. A fines de 2015 había más de 1.100 millones de trabajos bajo licencias Creative Commons en todo el mundo. CC está dirigida por una junta directiva y un consejo consultivo. Cuenta además con una red mundial de más de 100 organizaciones afiliadas trabajando en más de 85 países.

ficción, los artífices de *The Comet*. Consecuentemente esta red de correspondencia derivó en la creación de nuevos *fanzines* en los que los lectores publicaban sus propias historias.

De manera casi simultánea aparecieron publicaciones fanzineras vinculadas con el cómic (1933) –cuando Jerome “Jerry” Siegel y Joe Shuster crearon a *Superman*– y varios años más tarde (1958) surgieron los *fanzines* de películas de terror, que crecieron en popularidad junto con las publicaciones de ciencia ficción. *Los Horrores de la Pantalla* de Alex Soma, *El diario de Frankenstein* de Calvin T. Beck y las *Criaturas Gore* de Gary Svehla fueron los primeros *fanzines* de terror creados como alternativas a la popular revista de 1958 de Forrest J. Ackerman, *Famous Monsters of Filmland*. Desde mediados a fines de los 60 surgieron los *fanzines* de medios de (*edzines*), revistas que publicaban las novedades sobre todas las otras revistas disponibles en el mercado y los circuitos amateurs, una especie de guías de publicaciones como las que solían verse hasta hace algunos años con la grilla mensual de la programación televisiva. El deporte, la música, la literatura, los videojuegos han sido y son temas para la publicación de *fanzines*.

Las revistas de/para fanáticos afloraban en las periferias de la industria editorial, atendiendo la demanda de públicos muy específicos y construyendo desde el amateurismo nuevas prácticas de la edición de materiales gráficos, pero no por ello desarrollando, por lo menos hasta mediados de siglo XX y un poco más allá también, una mirada crítica de la edición *mainstream* de la época. No será hasta pasados los años 60, y como manifestación de movimientos políticos y culturales, que el *fanzine* –o mejor dicho sus espacios de producción– se piense como parte de las prácticas contraculturales. El *fanzine* estaba madurando en esos años en dirección a lo que –con mayor claridad– representó el movimiento punk: una prensa política (artística, cultural, etc.) capaz de generar articulaciones hacia el interior de un movimiento.

En su libro *Punk, la muerte joven*, el periodista Juan Carlos Kreimer reconstruye una parte importante de lo que fue el surgimiento del movimiento punk de Inglaterra. Este libro icónico para el punk argentino y de otras latitudes latinoamericanas recoge brevemente la experiencia de *Sniffin' Glue* (“Oliendo goma líquida – una vía legal para drogarse”) dirigido por Mark P. (Perry), el *fanzine* del que se editaron doce números en un año y medio (1976-1977) con tiradas de más de 10.000 ejemplares. Esta experiencia operó como una verdadera “conexión punk” hacia el interior del movimiento que protagonizó la *revolución del 77*. Mark P. en las páginas de su *fanzine* decía: “En Estados Unidos el punk-rock es una postura musical para cantar rock and roll, pero en Inglaterra es una estrategia política” (Kreimer, 1993). El *fanzine Resistencia* en Argentina podría pensarse con un caso con similitudes: prensa fanzinerá que dio cuenta de la escena punk de

mediados de los 80 y representó con fuerza la lucha contra los edictos policiales de la posdictadura.

Oscar Steimberg, en su trabajo *El fanzine anarcojuvenil, una utopía de estilo* (2013), trabaja sobre algunas claves que nos permiten profundizar en la idea de la revista de fanáticos. Si bien el semiólogo hace análisis sobre un corpus de *fanzines* vinculados con el pensamiento anarquista, sus clasificaciones son extensivas a casi cualquier tipo de *fanzine*. Allí explica que las temáticas trabajadas en *fanzines* suelen ser propias de un segmento social transgeneracional en los cuales “confluyen rasgos de edad, modos de asociación y marginación, asunción de jergas y modas, prácticas de ritualidad artístico-mediáticas y ligazones a lugares-signo diseminados por distintos espacios urbanos y nacionales”. De la misma manera afirma que “sus espacios verbales están siempre cubiertos por el léxico y los giros de una jerga segmental, con apelaciones a una comunicación entre pares, que comparten *en soledad común* problemas y experiencias” (1993). De fanáticos para fanáticos, una práctica que a simple vista puede parecer endogámica, pero se caracteriza por articular espacios de producción reducidos en vastas redes de “connivencia”, consumo y reproducción. Matías Moscardi señala a propósito de los *fanzines*:

estamos, entonces, ante proyectos *interdependientes*, es decir, que dependen unos de otros y no existen por sí mismos, de manera aislada y convencional. Por el contrario forman una especie de comunidad o campo atomizado pero sin centro, distinto a la figura de campo literario que opera en la teoría de Bourdieu (Moscardi, 2019).

Los *fanzines* que en principio circularon vía correo postal, con el tiempo fueron constituyendo sus propias territorialidades en espacios de distribución y comercialización. Entre otros, convenciones de cómics, recitales, ferias, librerías y más recientemente, fanzinotecas y sitios web. Este desarrollo en las autopublicaciones y sus circuitos vino a dar cuenta de la falsa división entre quienes producen –y por lo tanto son detentan el conocimiento– y quienes consumen –quienes no poseen el saber–. La experiencia de *The Comet* –y más tarde, la denominación de ese fenómeno por parte de Russ Chauvenet–, pueden leerse en clave de *acontecimiento* en los términos de Badiou (1999), en tanto que irruptivo en la superficie de lo dado y disruptivo en tanto que *raja* el tejido de la realidad instituida generando nuevos horizontes de posibilidad. Esta *otra* manera de comprender la relación entre quienes pueden producir y quienes no, significa nuevamente prácticas de producción y consumo en dos direcciones temporales, trastocando tanto el pasado como el futuro,

diseñando interrogantes en torno a qué temas son los importantes, y por lo tanto para qué públicos se debe editar, así como también quiénes gozan de la autoridad para hacerlo.

El surgimiento del *fanzine* inauguró la posibilidad de construir soportes gráficos especializados desde los márgenes de la industria editorial y, a su vez, democratizó los espacios de enunciación a través de aportes para el desarrollo de diversas disciplinas. Como se señaló al principio de estas palabras, esta irrupción sería impensada sin el desarrollo –entre otras cosas– de nuevas tecnologías de copiado que facilitaron la reproducción a pequeña escala de diferentes soportes gráficos.

Zine

Minuto veinticuatro del documental *Desacato a la autoridad* (2016), una producción audiovisual sobre la cultura punk-rock en Argentina, Adrián Yanzón –ex integrante de las bandas de punk-rock *Los jóvenes transmutados*, *Los pillos* y *Southern Wilde*– afirma:

Era chocante porque estaba escrito [el *fanzine*] a veces a máquina, otras veces así, a pulso. Las fotos eran todas fotocopias entonces las caras no se veían bien pero vos llegabas a reconocer a las personas que estaban ahí. Y ya se empezaba a bajar como una línea ¿no?, digamos, una idea. Y se estaba conformando como un campo ideológico ahí.

Ciclostil para algunos, mimeógrafo para otros, uno de los inventos de Thomas Edison fue la primera herramienta de reprografía que propició la creación de *fanzines*. Esta máquina se creó a finales del siglo XIX y era totalmente manual, aunque después se le añadió –en algunos modelos– un motor eléctrico. Está técnica funcionaba con un papel-esténcil que era perforado por los tipos de la máquina de escribir sin la cinta entintada, y luego era montado en uno de los rodillos por el cual pasaba el papel blanco y quedaba grabado por tinta que filtraba por las perforaciones del papel stencil. Este método fue muy utilizado como sistema de impresión en instituciones educativas, religiosas y en empresas hasta el surgimiento de sistemas de copiado como la

fotoduplicación –también llamado risografía–,⁴ método que, más tarde, quedaría obsoleto ante la aparición de la fotocopidora.

En mimeógrafo eran impresas, por ejemplo, las octavillas de la resistencia española a la dictadura de franquista (Coma Sánchez e Marco Cánoves, 2017), los cables de ANCLA, la agencia clandestina de noticias que dirigió Rodolfo Walsh y los boletines de la revista *Somos* del Frente de Liberación Homosexual, durante la última dictadura en Argentina. Apto para ser transportado fácilmente por su tamaño, el ciclostil fue la herramienta preferida para las literaturas de la clandestinidad.

La fotoduplicación es un sistema electromecánico que funciona con tintas planas, ideal para la reproducción de texto o dibujos vectoriales, pero poco recomendable para la impresión de fotografía, ya que no reproduce una buena escala de grises. Con un sistema de stencil en papel de seda y un tambor microperforado por el cual la tinta se va colando hacia el papel blanco, la fotoduplicación tiene como virtud la impresión de muchas copias en poco tiempo. Fue muy utilizado en oficinas y en imprentas para suplantar al offset en impresiones de talonarios, formularios, etc. Las fotoduplicadoras, a diferencia de sistemas de impresión anteriores, incluye la conectividad con ordenadores y permite el trabajo a varias tintas. Cuando la fotocopidora entra en escena, estas máquinas entran en desuso. Tiempo después, sobre todo en las últimas décadas, son puestas a funcionar nuevamente pero con fines artísticos. Actualmente la risografía es toda una disciplina a nivel internacional, las empresas más importantes de producción de estas máquinas –Risso, Duplo y Ricoh–, han lanzado al mercado toda una nueva línea de tintas –originalmente solo había tintas negra, roja, verde y azul– que permite, inclusive, las impresiones en cuatricromía.

En 1931 ya se habían descubierto los materiales fotosensibles que hicieron posible hacia finales de los años 50, la xerografía (del griego *xeros*, "seco", y *grafos*, "dibujo o imagen") o fotocopia, como solemos llamar hoy al sistema de impresión láser a base de tóner y energía electrostática. En un corto tiempo esta tecnología se impuso en la producción a demanda por su inmediatez y sus bajos costos. Si bien con el tiempo fue diversificando sus posibilidades técnicas (impresiones láser color por ejemplo o el llamado *offset digital*), la copia monocromo fue sin dudas la que refundó la estética de los *fanzines* en los primeros años de la década de los 70.

Los *pequeños panfletos caseros desprolijos* proliferaban a fuerza de máquina, pulso y tóner. Pero, si bien la fotocopia aporta un gesto fundamental a la estética fanzinería, se va sumando a esta

⁴ La risografía es un sistema de impresión digital de alta velocidad fabricado por Riso Kagaku Corporation. El historiador especialista en impresión Rick O'Connor defiende que el nombre original, y por tanto el correcto, de estas máquinas es RISSO y no RISO. Esto viene de la idea de que una "S" extra fue añadida porque la esposa del inventor encontraba el nombre de la marca más sonoro de esta manera.

diferentes técnicas de composición como el collage, modelos de plegado, se suman técnicas de impresión como la serigrafía y el grabado, y toda una gama de papeles ecológicos, bookcel, prensa, coloreados y así. Actualmente, muchas ediciones continúan replicando una *estética de la pobreza*, mientras que otras se acercan cada vez más a las características de los libros objeto o libros de artista.

Los *zines* se han diversificado temática y morfológicamente como medios de expresión de particulares y colectivos. Así fue que junto con el fenómeno se fueron construyendo nomenclaturas para señalar las diferencias de unos con otros: *prozine*, producido por profesionales; *webzine* (también llamado *e-zine*) que es editado como blog o sitio web; *fagzine*, publicación dirigida al público gay; *photozine*, publicaciones sobre fotografía; *metafanzine*, publicaciones que versan sobre el fenómeno de la autoedición; *feminizine*, *fanzines* sobre feminismo; *perzine*, material de tipo “diario personal”; *graphzine*, materiales estrictamente gráficos que muchas veces operan como catálogos de artistas visuales; y así podríamos seguir enumerando una cantidad sin fin de clasificaciones. Pero pensar el *fanzine* se torna interesante mientras no seamos presa de la narrativa descriptiva del soporte físico o las clasificaciones nominales. Es difícil soslayar en este punto a Marshall McLuhan. Inevitablemente volvemos a él y a aquella afirmación que hiciese en *Comprender los medios de comunicación*: el medio es el mensaje. Una forma de malinterpretar esta máxima de McLuhan, es intentar explicarla en una relación de “forma y contenido”:

Mucha gente estaría dispuesta a decir que el significado o mensaje no es la máquina sino lo que se hace con ella. Respecto a las maneras en que la máquina ha modificado las relaciones con los demás y con nosotros mismos, no importa en absoluto que ésta produjera copos de maíz o Cadillacs. (...) Porque el «mensaje» de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala, ritmo o patrones que introduce en los asuntos humanos (McLuhan, 1996).

Esto nos permite pensar, por un lado, en el mensaje que acompaña al desarrollo técnico (automatización) que traen consigo los diferentes sistemas de impresión y por otro lado, el que acompaña al *fanzine*, atendiendo, por ejemplo, a la posibilidad de producir materiales gráficos por fuera de la industria editorial *mainstream*. No importaba “de qué fueran” esas publicaciones, sino de qué manera reconfiguraban las formas de producción de la palabra impresa, cómo se

democratizaba esa producción y qué situaciones de lectura propiciaba: “estudiar los medios” por sus efectos, no por sus contenidos.

Recuperemos las palabras de Adrián Yanzón: “...se empezaba a bajar como una línea ¿no?, digamos, una idea. Y se estaba conformando como un campo ideológico ahí”. Ahora pensemos. La imprenta de tipos móviles fue una explosión que extendió las mentes y las voces de la humanidad para reconstruir el diálogo en una escala global. Acabó, mental y socialmente, con el tribalismo en el espacio y en el tiempo, y consecuentemente produjo el mundo moderno:

Socialmente, la extensión tipográfica del hombre produjo el nacionalismo, el industrialismo, los mercados masificados y la educación y la alfabetización universales. La imprenta supuso una imagen de repetible precisión que inspiró formas totalmente nuevas de extender las energías sociales (McLuhan, 1996).

Entonces, cuando Yanzón habla de *lo que se estaba conformando ahí*, está dando cuenta del impacto de los *fanzines* en tanto usina de ideas y vértice de articulación de una comunidad (*fandom*, diremos algunas décadas después): referencias, identidad, usos del lenguaje, pertenencia. Sin necesariamente pensarse como tales, estos *fanzines* funcionaron como prensa –*prensa pobre* dirá Steimberg (1993)– de un movimiento que podríamos señalar como *emergente*, en términos de Williams (2009).

Entonces: ¿Qué es un *fanzine*? ¿Podemos solamente definirlo por su morfología y las huellas de su impulso inicial? ¿Ahí se agota el interrogante?

Ética

Do It Yourself: Autosuficiencia y democracia

Hazlo tú mismo. Necesitas decir algo de manera urgente, pero los editores solo hablan de dinero. La industria editorial no valora tus producciones, pues bien, *Do It Yourself*. No necesitas ningún *big brother*, ningún mecenas, no necesitas del Estado. Repite como un mantra: hazlo tú mismo, *do it yourself*.

Según Paul Greenhalgh –escritor, historiador, curador de arte y diseño– “el problema fundamental de la expresión *Do it yourself* es que se usa para describir colectivamente géneros e ideas que

antes no estaban agrupados y que surgieron de circunstancias muy distintas” (1997). Una de las primeras acepciones del término se utilizó para denominar la necesidad de dar a las manos ociosas algo para hacer en el tiempo libre, de manera productiva y moralmente estimulante. Como resultado de la separación entre el trabajo y el ocio propia del modelo social productivo que se constituye en el siglo XIX, aparecen los pasatiempos y las artesanías –actividad productiva solitaria–, infiltrando la ideología del trabajo en el hogar en forma de ocio productivo. Pero ya en el avanzado el siglo XX y con el inicio del siglo XXI esta tendencia se profundizará y el “tiempo libre” formará parte en adelante, del mundo del trabajo y sólo cobrará sentido en relación con él: el ocio pertenece al universo del desperdicio de la producción, a menos que se vea canalizado hacia un ocio generador de nuevos beneficios, es decir hacia un tiempo ocupado totalmente por la rentabilidad del capital (Bourriard, 2015).

Por otro lado, muchas fuentes señalan que el *DIY* aparece como reacción a una escasez de mano de obra de posguerra en diferentes períodos históricos en EEUU e Inglaterra, pero particularmente en la década de 1950. Esta última es la visión de “All Mod Cons”, un popular programa televisivo que se proponía construir una historia del *DIY* en Gran Bretaña.⁵ Comenzó explicando que en los últimos 50 años se había producido una epidemia de mejoras en el hogar, y afirmaba que “Todo comenzó en la década de 1950”. Esta visión del *DIY* tiene sentido desde un solo punto de vista particular: ve el *DIY* como un fenómeno comercializado en masa (Atkinson, 2006). Más allá de “las ficciones sobre el origen”, se puede afirmar que el *DIY* se resume, en esta primera etapa, en dos grandes grupos de actividades: la fabricación de objetos y el mantenimiento del hogar.

Después de la Primera Guerra Mundial, el *DIY* se convirtió en una necesidad no sólo para las clases trabajadoras británicas, sino también para aquellos de las clases medias que de repente se encontraron en circunstancias empobrecidas. [...] El movimiento de autoayuda británico durante la Segunda Guerra Mundial es quizás una de las áreas mejor documentadas de la actividad de *DIY*, que involucró a toda una nación en una campaña patriótica aprobada por el gobierno para preservar recursos preciosos. [...] Parece claro, entonces, que las habilidades necesarias para realizar *bricolaje* se

⁵ Diferentes medios de comunicación participaron de la difusión de este conjunto de ideas y prácticas, a modo de ejemplo: en Inglaterra los programas de radio como *La hora de la mujer*, iniciada en 1946, dieron consejos sobre “tareas domésticas, hacer y reparar, reciclar productos y consejos para que las mujeres ahorren dinero”. La toma de televisión a gran escala después de 1952 proporcionó el vehículo para llevar el *DIY* a un público aún más amplio. A su vez se produjeron lanzamientos de nuevas revistas populares a partir de mediados de la década de 1950, incluidas *Practical Householder* y *Do It Yourself*. Por su parte en los EE.UU. el *DIY* se publicitó ampliamente a través de revistas como *Popular Mechanics* y *Family Handyman*.

valoraron mucho durante esos períodos en los que era necesario realizar mucho trabajo y había poco dinero disponible para pagar la ayuda profesional. La falta de mano de obra calificada disponible durante el período de reconstrucción que siguió a la Segunda Guerra Mundial también dio una razón altruista para mucho trabajo *Do It Yourself*, como se describe en una guía de bricolaje de 1946: «¿Por qué no ayudar a otros?... Cuanto menos se requiera la mano de obra calificada para hacer trabajos que puedan hacer las personas, más de esa mano de obra estará disponible para construir y terminar los millones de hogares que se necesitan en todo el país» (Atkinson, 2006).

La práctica del *DIY* parece reunir todas las virtudes del trabajo. Quienes lo llevan adelante disfrutan de actividades que les permiten crear algo usando una habilidad, ejerciendo su iniciativa y su responsabilidad. Tienen bajo su poder todo el proceso de trabajo, lo que permite la toma de decisiones y la libertad de supervisión a niveles que probablemente no estén disponibles en un trabajo en relación de dependencia o en una línea de producción. Así mismo, aparece la oportunidad de crear un significado más personal en sus propios entornos o una identidad propia, abriéndose a todas las actividades previamente vinculadas a un género o a una clase. A su vez, en mayor o menor medida, el *DIY* ha sido capaz de proporcionar independencia financiera. En el caso de las mujeres ha permitido extender los presupuestos para el hogar y obtener ingresos independientes a través de actividades del *DIY* proactivo y reactivo.⁶

Otra forma en que el *DIY* actuó como una agencia democratizadora fue liberar a las personas del dominio de los comerciantes profesionales y artesanos calificados, además de promover la autosuficiencia en un nivel funcional y económico. A su vez permitió que personas de diferentes orígenes, que vivían en viviendas de diferentes tipos, se involucraran con principios de diseño sin emplear servicios costosos.

⁶ En su trabajo "Hágalo usted mismo: Democracia y diseño", Atkinson, Paul (2006) clasifica la actividad *DIY* en *cuatro áreas distintas*: el *DIY proactivo* consiste en aquellas actividades que contienen elementos importantes de diseño creativo propio, y que pueden implicar la manipulación experta de materias primas o la combinación original de componentes existentes, donde la motivación es el placer personal o ganancia financiera. Por otro lado está el *DIY reactivo*, que consiste en pasatiempos y manualidades o actividades de construcción mediadas a través kits, plantillas o patrones e involucra el ensamblaje de componentes prefabricados, donde la motivación puede variar desde la ocupación del tiempo libre hasta el placer personal (pero que en consecuencia puede incluir un elemento de ganancia financiera). Por otra parte, el *DIY esencial* consiste en actividades de mantenimiento del hogar realizadas por una necesidad económica o debido a la falta de disponibilidad de mano de obra profesional, y que a menudo implican el seguimiento de los consejos de instrucción de los manuales (pero que no descarta la posibilidad de que tales actividades también puedan ser creativas y personalmente gratificantes). Por último aparece el *Estilo de vida DIY*, que consiste en implementar mejoras en el hogar o actividades de construcción realizadas como emulación o consumo conspicuo, y donde el uso de la propia mano de obra es por elección en lugar de necesidad (aunque a menudo se incluye el aporte profesional, generalmente en forma de asesoramiento de diseño).

El *DIY* en este período cuestiona ciertos aspectos de la distinción entre los opuestos binarios de hombre/mujer, profesional/aficionado, el lugar de trabajo y el hogar; permitiendo desarrollar y “trastocar” algunos aspectos de las relaciones de poder hacia el interior de la esfera doméstica, sobre todo cuestionando la representación de las mujeres en un rol pasivo. El *DIY*

...actúa como la antítesis del diseño prescrito del mercado de masas: una agencia democratizadora que permite a las personas, paradójicamente, reaccionar contra los principios y edictos del conocimiento del diseño al mismo tiempo que permite la emulación de los anteriores. Sin embargo, se puede decir que el *DIY* ha actuado como un nivelador de clase, superando el estigma social del trabajo manual por pura necesidad y permitiendo a las clases trabajadoras participar en actividades de ocio de las que anteriormente estaban excluidas. Ha actuado como una fuerza social en el refuerzo de exhibiciones competitivas de consumo conspicuo, y como una fuerza política al facilitar la difusión más amplia de puntos de vista *subculturales* a través de la autoedición (Atkinson, 2006).

Pero no fue solo una mirada sobre el *bricolage* lo que impactó “éticamente” en el mundo del *fanzine*. Si bien la propaganda posguerra sobre la importancia de *hacerlo uno mismo* había construido todo un conjunto de contenidos multimediales, así como en simultáneo la industria para el hogar diseñó un sin fin de “productos para armar”; es necesario indicar otras referencias para pensar la influencia del *DIY* en “las pequeñas publicaciones llenas de desvaríos de gran rareza y explosión de diseño caótico”.

Do It Yourself: autonomía y contracultura

Como en otros momentos de este artículo, se tomará como referencia a los *fanzines* punk británicos; ya que en ellos se registra de manera precursora el *DIY* en tanto que *ethos* y procedimiento identitario. Estos *fanzines* difundieron información sobre agenda de conciertos, entrevistas a bandas y reseñas de nuevos álbumes junto con eventos políticos y opiniones personales. Fomentaron un diálogo activo con –y entre– una comunidad de personas con ideas afines, a menudo a través del correo de lectores –como sucediera en antaño con *Science*

Correspondence Club— y también en los conciertos. Como señala el escritor norteamericano Greil Marcus, el punk fue “un momento en el tiempo que se formó como un lenguaje que anticipaba su propia destrucción... Fue una oportunidad para crear eventos efímeros que servirían como juicios sobre lo que vendría después” (1989). Cada publicación colaboró a su manera en el desarrollo del lenguaje gráfico del punk, huellas que perdurarán en el tiempo. Estas publicaciones adoptaron como propio el enfoque independiente de *DIY* que los músicos impulsan a partir de sus discos grabados en estudios propios, copiados de forma casera y distribuidos por sus propios medios. La sinergia de la “industria independiente” se propagó rápidamente como *leitmotiv* en el movimiento punk: con el surgimiento de nuevas bandas surgieron nuevos clubes, sellos discográficos pequeños e independientes y tiendas de discos, incluida la mítica tienda *Rough Trade*, con sede en Londres (que también distribuía *fanzines*). Toda la comunidad punk se proponía el desarrollo de redes autogestivas, autosustentables y autónomas de producción y distribución de sus materiales.

El lanzamiento del simple *Anarchy in the UK* (1976) de Sex Pistols resumió la posición radical del punk donde Malcolm McLaren, el autoproclamado creador de punk y manager de Sex Pistol, se apresuró a señalar: "La anarquía en el Reino Unido" es un declaración de autogobierno, o máxima independencia, de hágalo usted mismo. Como para puntuar este punto gráficamente, el productor del *fanzine Sideburns* (Tony Moon) proporcionó un conjunto de instrucciones simples y un diagrama de cómo tocar tres acordes: A, E, G (La, Mi, Sol), junto con el comando punk “Now Form a Band” (Ahora forma una banda). Al igual que con su música y moda, el punk abogó por que todos salgan y produzcan *fanzines*. Como publicaciones independientes auto-publicadas, los *fanzines* se convirtieron en vehículos de comunicación *subcultural* y jugaron un papel fundamental en la construcción de la identidad punk y de una comunidad política (Teal Triggs, 2016).

Toda la ebullición *DIY* de la cultura punk británica de los 70 contaba con otras influencias además de la propaganda estatal posguerra de los 50. Esta “filosofía” del hacer independiente fue impulsada también por los operarios italianos que a mediados de los 70 bregaban por *autonomía, autovaloración* y *rechazo al trabajo* frente al Capital. De igual manera debemos atender a la experiencia contemporánea de las radios autónomas italianas como *Radio Onda Rossa* de Roma, *Radio Alice* de Bolonia, *Controradio* de Florencia, *Radio Sherwood* de Padua, entre otras, que se proponían como alternativas a los medios “públicos”, confeccionando sus propias agendas

como radios obreras y populares. Otra referencia previa fue parte de la elaboración teórica realizada por la Internacional Situacionista –que editó doce números de una revista homónima entre 1958 y 1969– y textos fundacionales como *La sociedad del espectáculo* –editado en 1967– de Guy Debord, quien en su tesis primera del capítulo I afirma que: “Toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación” (2013).

En esta línea no debemos soslayar las lecciones previas que el Mayo del 68 había dejado para la juventud y el movimiento obrero internacional: los grandes debates en torno a la movilidad social, los modelos educativos, los métodos de confrontación a los gobiernos autoritarios, la unidad de los sectores subalternos y la toma de los espacios públicos.

Hoy los estudiantes resisten. Su único crimen es el de rechazar una Universidad cuyo único objetivo es el de formar los patrones de mañana y los instrumentos dóciles de la economía. Su único crimen es el de rechazar un sistema social autoritario y jerárquico que silencia toda oposición radical; es el de negarse a ser los sirvientes de este sistema (Pellegrini, 2008).

Sin ir más lejos, el director de arte de los Sex Pistols, Jamie Reid, tenía interés en la Internacional Situacionista y sus antecesores, incluidos el movimiento Dada y el Futurismo. Junto con Malcolm McLaren, Reid fue miembro del grupo situacionista inglés *King Mob* mientras estudiaba arte en el Croydon College of Art a finales de la década de 1960. Su temprana afiliación con los escritos situacionistas se estableció en 1974, cuando Reid y McLaren ayudaron a publicar la antología de Christopher Gray *Leaving the 20th Century*. La propia publicación de Reid (coproducida con Jeremy Brook y Nigel Edwards) titulada *Suburban Press* rindió homenaje a las ilustraciones, dibujos animados y técnicas de producción de *DIY* a los que había estado expuesto en los volantes, folletos y obras situacionistas tempranas. Dichas técnicas se habían convertido en sinónimo de la política radical de las pruebas profesionales de los estudiantes de 1968 (Teal Triggs, 2016).

La crisis internacional de la década de 1970 había dejado al desnudo la ficción del pleno empleo y el Estado de bienestar, relatos de la década anterior, años en los que se vivió el mayor periodo de crecimiento económico desde el final de la II Guerra Mundial. Una nueva doctrina económica afloraba como respuesta a la crisis o, mejor dicho, como estrategia para recuperar la tasa de

ganancia por parte del Capital, el neoliberalismo: reducción al mínimo de la regulación del mercado por parte del Estado, recorte del gasto público y corrimiento de competencias estatales hacia el sector privado, hegemonía del sector financiero y profundas transformaciones en el mundo del trabajo.

Los Sex Pistols cantaban *No Future (God save the queen)* en 1977. Para ese año Margaret Thatcher ya era la presidenta del Partido Conservador y la candidata mejor posicionada para el cargo de Primer Ministro de Gran Bretaña.⁷ En EEUU avanzaba la derecha conservadora de la mano de Ronald Reagan, quien para 1975 llevaba ocho años como gobernador de California y se perfilaba como candidato predilecto para la presidencia en el próximo período. Chile, Argentina, Paraguay, Uruguay, Brasil, Bolivia, Ecuador, entre otros países de América estaban bajo dictaduras militares. La reacción ultraconservadora a los movimientos revolucionarios nacidos en los 60⁸ impacta en todo el globo. *No future* no era sólo una canción, sino un análisis de situación real para la juventud que veía desmoronarse ante sí toda alternativa por un mundo más justo e igualitario, al mismo tiempo que veía cerrarse también toda posibilidad de “ser parte” de un mundo que los expulsa:

A la inversa de los jóvenes rebeldes e iracundos de los 60, los actuales no llaman la atención solo por sus gritos, sino también por sus *desesperación*. («No sé dónde vamos / pero donde sea / estaremos perdidos», Richard Hell). Pocos años atrás, el joven se levantaba por un mundo mejor. En el presente, tal sentimiento se disuelve y los jóvenes parecen resignados a que la sociedad no cambie para mejor. Eventualmente se contentarían con *solo ser parte de ella*. La frustración ocupa el lugar de la esperanza.

«Cuando un joven recién salido de la Universidad de Oxford, Standford o Harvard comprueba que la sociedad no tienen un empleo acorde para él (o lo que ha estado estudiando) y que los valores en lo que creció carecen de validez suficiente en esa misma sociedad, no es difícil que halle un mínimo nexo con ese joven de aspecto extraño o punk que está detrás de él en la fila para recibir el cheque de desempleo..., escribe un lector de *London's Outrage*». [...] Al analizar el problema, los trabajadores sociales no saben dónde ubicar a estos *outsiders* (marginales), pero para ir por turno

⁷ Thatcher, recordemos, fue quien forjó la frase *There is no alternative* –popularizada como la “doctrina” TINA– (en español: “No hay alternativa”), haciendo referencia a que no hay alternativa posible al sistema capitalista, al neoliberalismo económico y al conservadurismo político.

⁸ En Argentina se sucedía el Cordobazo y el Rosariazo (1969), el Vivorazo (1971), por nombrar algunas “puebladas” que se extendieron del 69 al 72. En simultáneo se desarrollaban organizaciones armadas a lo largo y ancho de todo el continente (MIR en Chile, Tupamaros Uruguay, Montoneros y ERP –por nombrar las más importantes– en Argentina, ELN en Colombia, etc.).

en las preocupaciones, ahora tampoco saben cómo capturar la *imaginación e iniciativas* de la juventud para que el trabajo en sí mismo les resulte atractivo. [...] El No Future es un replanteo del futuro. Un saldo positivo para una imaginaria que parece letal (Kreimer, 1993).

El *ahora es cuando* había sido una de las apuestas más fuertes de la juventud universitaria francesa y más tarde de la juventud obrera autonomista italiana. Autonomía del Estado y del Capital, de los gobiernos totalitarios, del mercado, de los modelos de ascenso social –“No queremos un mundo donde la garantía de no morir de hambre se compensa por la garantía de morir de aburrimiento”, graffiti en las paredes del teatro de Odeón (*théâtre de l'Odéon*), Francia 1968–, del mundo del trabajo fordista y su línea de producción alienante. Las dictaduras y los gobiernos neoliberales en todo el mundo se fueron encargando de sofocar una a una las experiencias revolucionarias en todo el globo. Bajo los adoquines no estaba la playa, sino un cheque de desempleo. Entonces, estaba claro, no había futuro.

Hazlo tú mismo era la respuesta ante el hermetismo de la industria cultural *mainstream*. Como señala Kreimer, “un saldo positivo para una imaginaria que parece letal”. La política autónoma cala hondo en la cultura del *fanzine* y es uno de los pilares éticos que se verá reforzado de la década del 70 en adelante. La idea de escribir los textos, armar los collages, hacer las copias, compaginar, plegar y abrochar, distribuirlo y comercializarlo... Toda la producción en manos de los productores eliminando al máximo las mediaciones. Tomar *ahora* los medios de producción, abandonar el mundo de la representación por el de la acción, construir alternativas a lo establecido desde la autogestión y la autoorganización, expandir el campo de lo posible. *Do It Yourself*, la práctica *prefigurativa* de otro mundo no se encuentra en las complejas figuras retóricas de ningún programa político, sino en los nervios de miles de jóvenes coreando *Hey! Ho! Let's go!*

Estética

Cuatro ganchos de alambre sobre el margen izquierdo es la encuadernación del primer *fanzine* de ciencia ficción de la historia. Pasaron 80 años desde su aparición. No sabemos si la foto que miramos en la pantalla es fiel a la pieza original, quizá el tiempo ha teñido el papel y desteñido la tinta, simplemente. La tapa es de un amarillo maíz y el dibujo de portada –firmado por un tal W. T.

Bell— está impreso en tinta roja. Una estructura mecánica —¿un cohete?, ¿un arma espacial?— y un paisaje rocoso y árido están por delante de lo que pareciera ser una gran luna. Arriba, más lejano quizá, destella un astro con su centro rojo. Todo enmarcado por una filigrana de tres líneas debajo de una tipografía de doble filete y vértices redondeados que reza: *The Comet*.

No hay nada que podamos decir a propósito de la estética del *fanzine* y que, en algún sentido, constituya una clausura. Es decir, es en vano proponerse sintetizar una mirada estética totalizadora sobre un género editorial de características tan diversas como el *fanzine*. Como vimos en la introducción de este apartado, la aparición y el desarrollo de diferentes métodos de reproducción técnica han impactado con fuerza en la fisonomía —resolución, edición, copiado, etc.— de la imagen impresa y en la morfología de los soportes (encuadernación, plegados, durabilidad, etc.); así como la utilización de software de diseño y maquetación —al igual que el acceso a cámaras fotográficas digitales a través de dispositivo móviles, por ejemplo— ha dejado una huella trascendental en las maneras de construir un discurso gráfico; y todo esto, a su vez, ha significado un avance sin precedentes en la democratización de la producción de —y el acceso a— nuevos proyectos editoriales.

Esto hace que hablar de “estética”, en singular, no resulte ser lo más adecuado a los fines descriptivos de una práctica editorial tan dispersa, herética y personal como el *fanzine*. Con esta advertencia hecha, me parece más provechoso poner en relieve un conjunto de principios estéticos de los *fanzines* en los que ya nos hemos detenido anteriormente a lo largo de este trabajo. No sólo porque resulte interesante —y “práctico”— a los fines de señalar continuidades y rupturas —entre éticas y estéticas, por ejemplo—, sino porque muchas de esas características inscriptas en “la estética del *fanzine* punk”, por ejemplo, son las que en mucha de la literatura disponible sobre el *fanzine* —como ya lo he señalado—, aparece como referencia recurrente y casi exclusiva para describir al *fanzine* como singularidad totalizante, en una operación de sustitución que podríamos denominar como *la parte por el todo*, operación que asume, a su vez, una ficción, como otras tantas, sobre “el origen”. La pregnancia de estas experiencias se debe, centralmente —y continuando con las figuras retóricas del lenguaje visual—, al contraste que produjeron en la relación figura—fondo. Difícilmente encontremos elementos de código gráfico de Jamie Reid⁹ en los *fanzines* de la poesía porteña *underground* de los 90, esas publicaciones que Matías Moscardi describe como “«revistitas» no comerciales, no profesionales, interdependientes, de escasa

⁹ Jamie Reid es artista gráfico y diseñador nacido en 1947 en Inglaterra. Fue el creador de muchas de las imágenes icónicas del punk rock inglés. Sus trabajos más conocidos incluyen las portadas del disco de los Sex Pistols "Never Mind The Bollocks" y de los sencillos "Anarchy in the UK", "God Save The Queen" (basado en una fotografía de la reina Isabel II hecha por Cecil Beaton), "Pretty Vacant" y "Holidays in the Sun".

circulación, cuyos creadores producen, publican y distribuyen por sus propios medios” (2019). No habrá letras cortadas sin glamour en las ediciones de *La Mineta o Trompa de Falopo*,¹⁰ pero sí una serie de recurrencias pertenecientes a una *estética de lo disponible*.

Sensibilidad y puro presente

De manera casi simultánea al surgimiento del *fanzine* punk británico, Edgardo Vigo –en la ciudad de La Plata, Argentina– impulsaba la creación de revistas ensambladas: *WC* (1958), *DRKW* (1960), *Diagonal Cero* (1962-1968) y *Hexágono '71* (1971-1975) también desde una “filosofía” *DIY*.

Hexágono '71 fue una revista ensamblada que Vigo creó, dirigió y editó, además, produjo buena parte de su contenido. Decidía en soledad, incluyendo poesías, proyectos o textos que le enviaban (o directamente tomaba de) diversos artistas y autores, prácticamente sin consultar con otros compañeros. Se convirtió así en una revista directamente atada a su producción personal, como una extensión de su labor artística en otros ámbitos, visible también en la elección de trabajos o textos a publicar, relacionados con sus propios contactos en Argentina y el mundo. [...] Con *Hexágono '71*, Vigo decidió distorsionar el propio género y el soporte de la revista. Se trata de un artefacto cuya politicidad se encuentra en el entrecruzamiento de vanguardia estética y política radicalizada, las que tuvieron diferentes pesos a lo largo del tiempo: los modos y proporciones en que se combinaron invalidan cualquier interpretación lineal o teleológica que identifique el aumento del compromiso político con el alejamiento de las prácticas específicamente artísticas o de la estética vanguardista (Bugnone, 2017).

¿No podríamos afirmar acaso, que la politicidad en el *fanzine* punk de los 70 se revela, al igual que en las revistas ensambladas¹¹ de Vigo, en la intersección entre estética vanguardista y política

¹⁰ Ambas eran publicaciones caseras, fotocopiadas, que se repartían o bien de manera gratuita, o bien a cambio de una mínima colaboración. En su estética reproducen técnicas de una artesanía análoga con textos mecanografiados, fotos intervenidas e intervenciones manuscritas. *La Mineta o Trompa de Falopo* fueron *fanzines* de la poesía emergente de la Buenos Aires de los años 90.

¹¹ Explica Ana Bugnone: “*Hexágono* es una revista ensamblada (*assembling magazine*), es decir, un montaje de trabajos de diversos artistas que un editor se encarga de aunar, similar al libro de artista y cuyas estrategias comunicativas se separan de las limitaciones del mundo editorial. [...] Las revistas ensambladas surgieron a fines de los sesenta con la intención de superar las restricciones editoriales e imposiciones de las revistas normalizadas o convencionales, tanto en su presentación material, la forma en que insertan las hojas, el continente, la tipografía, la calidad del papel, como en el tipo de contenido publicado. Asimismo, carecen del interés comercial y masivo que poseen las que dependen de

radicalizada? Volvamos. En esas experiencias contemporáneas –camaradas de su tiempo, dirá Boris Groys (2018)–, los “artefactos” no se asemejan entre sí, si nos detenemos y comparamos aisladamente su morfología y sus materiales de composición. Mientras que las “texturas” del *fanzine* punk, por ejemplo, aparecen en los desniveles planos de los collages fotocopiados, en las profundidades simuladas en la yuxtaposición de caligrafías a mano alzada y letras recortadas a modo de “rasome note” (nota de rescate); en las revistas ensambladas la textura aparece de maneras diversas atendiendo a los diferentes papeles que la componen (papel obra, cartulinas, cartones corrugados, etc.) y las intervenciones que esos mismos papeles sufren (perforaciones, bajo relieves y gofrados por sellos de goma o imprentas tipográficas, ojales metálicos, hilos, etcétera). Pero sin embargo, ambas experiencias están relacionadas en la forma en que su presente se expresa a través de ellas. Algo de la obsesión de los pintores modernos (Malevich, Pollock, Ruscha o Stella) por establecer un nexo potente entre su práctica y su época, trasvasa estas experiencias gráficas y las sitúa más próximas a la exploración de “lo real”, que a la validación de relatos oficiales: abrir por medio de la forma, una vía fuera de la ideología, que esta sea “figurativa” o “abstracta”, no cambia mucho las cosas (Bourriaud, 2015).

El primer número (a) de *Hexágono '71* no tiene editorial. Además de imágenes, se publicaron dos textos escritos que podría pensarse que ofician de presentación de la revista: el “Prefacio” a *Banda Dibujada y Figuración narrativa*, escrito por Burne Hogarth en el año 1967 y “Arte pobre” de Germano Celant, de febrero de 1968.

El segundo texto, de un reconocido teórico del arte pobre, no solo busca una reivindicación de ese tipo de producciones, sino que además de indicar sus características más relevantes, Celant dice que a través del arte pobre (“contingencias fónicas y escritas”) se desarrolla una aceleración y transformación de la praxis operativa que rompe con lo programado y se convierte en una estrategia socio-cultural de “fragmentación de sistema de dictadura industrial”. Frente a la situación de los obreros y estudiantes –recuérdese que este texto es de 1968–, y la importancia de la colectividad, dice que “el problema no reside ya en ofrecer recetas, tal como pueden resultar los objetos estéticos, sino sensibilizar o agilizar la sensibilidad del público a través de acciones que conduzcan a una nueva intensificación perceptiva, realizada mediante la corporeidad y la conciencia (Bugnone, 2017).

editoriales. En general, como *Hexágono '71*, son cambiantes, volátiles y bordean los materiales precarios” (2017).

Los *fanzines* ofrecieron a los fanáticos un espacio sin restricciones para desarrollar ideas y prácticas, y un espacio visual libre de las reglas formales de diseño y las expectativas visuales. A medida que se materializó la gran cantidad de *fanzines* inspirados en el punk, surgió una identidad visual original, con su propio conjunto de reglas gráficas y articulada bajo un enfoque de *DIY* que reforzó ajustadamente la nueva voz "política" modulada por el punk. Como publicaciones autogestivas e independientes, los *fanzines* se convirtieron en vehículos de comunicación *underground* –de contrainformación dirán algunos análisis– y jugaron un papel capital en la construcción de la identidad punk y de la comunidad política que se constituía en torno a ella.

Sniffin'Glue fue una verdadera producción de *DIY*. Mark P. primero armó el *fanzine* usando un enfoque de "regreso a lo básico" con el texto principal escrito en una "máquina de escribir para niños viejos" (*old children's typewriter*), un regalo de navidad de sus padres cuando él tenía diez años. Los textos se usaron tal como fueron escritos, con correcciones gramaticales y de puntuación, y con tachaduras visibles. Esto enfatizó la inmediatez de su producción y de la información, pero también la transparencia del diseño y el proceso periodístico en sí. *Sniffin'Glue* pronto se estableció como parte de la línea evolutiva del *fanzine* al asumir lo que se convertiría en un enfoque característico de su producción con sus páginas A4 fotocopiadas y engrapadas, diseños con textos escritos a mano y a máquina.

El Punk posiblemente representaba la experiencia política de la clase trabajadora y la estética más "ingeniosa" del juego proletario. Pero también había un aporte de la clase media que había tenido acceso a las escuelas de arte en Inglaterra. El diseñador gráfico británico Malcolm Garrett, por ejemplo, afirma que fue en la universidad en donde tuvo acceso al conocimiento de técnicas de collage, stencilling, uso de Letraset y la fotocopidora. Su propio *fanzine Today's Length* (un número, 1980), inventado con Joe Ewart y otros, refleja esto. También se asoció con la artista punk Linder Sterling,¹² cuyos collages ocuparon la portada del primer simple *Orgasm Addict* de Buzzcock (1977), y Peter Saville, cuyas referencias eran visibles en *OK UK Streets*, disco del grupo punk The Smirks (1978). Garrett comenta que "el punk realmente se destacó, había una sensación de hostilidad en la calle y sentías una sensación de energía que era agresiva en la expresión". Así lo señala también Teal Triggs,¹³ los *fanzines* intentaron emular la energía pura, la emoción y el

¹² Linder Sterling es una de las artistas británicas punk más reconocidas de la década del 70 y una figura de culto en la escena punk y post-punk de Manchester. Es conocida por su trabajo radical, en donde combinaba *DIY* y cultura punk en collages feministas. Su trabajo se centra en cuestiones de género, mercancía y exhibición. Su práctica de fotomontaje altamente reconocible combina imágenes cotidianas de revistas populares o de moda con imágenes de pornografía y otro material de archivo.

¹³ Teal Triggs es educadora, historiadora y escritora. Investigación en torno a la historia del diseño gráfico, la crítica, los

entusiasmo de la música punk, se propusieron recrear visualmente ese “zumbido”, el ethos encapsulado por los Sex Pistols que destacaron en el *New Musical Express*: "No estamos en la música... estamos en el caos" (2006).

Desviación y efecto de sinceridad

En esta operación de traducción, es decir de re-escritura de un/os lenguaje/s a otros —del musical y performático al gráfico—, los aportes de diferentes “escuelas” político-artísticas fueron fundamentales para la confección del *fanzine* punk inglés. Retomamos aquí los aportes de referentes citados con anterioridad: por un lado la herencia del dadaísmo y del mayo francés, y por el otro, la Internacional Situacionista; fundamentalmente los escritos de Guy Debord, y entre ellos *La sociedad del espectáculo*.

El espectáculo: un capital en grado tal de acumulación que se transforma en imagen y en afirmación de la vida como simple apariencia. El espectáculo: una relación social entre sujetos alienados, mediatizados a través de imágenes y que contemplan una existencia que ya no les pertenece. Esos sujetos serían “el proletariado”, los trabajadores manuales, intelectuales, a sueldo o en negro que han perdido todo poder sobre el empleo de su vida y que, cuando se enteran, se redefinen como clase y organizan el asalto contra los dueños del circo (Baigorria, 2008).

Mientras el horizonte de expectativas revolucionarias se volvía cada vez más estrecho a merced del avance del siglo XX, ciertas iniciativas situacionistas fueron integradas a los mercados del arte y a los escenarios de moda. La más notoria es la noción de *détournement*: la tergiversación y el desvío de elementos estéticos preexistentes y su composición en una nueva unidad de sentido: un título, un recorte de prensa, una frase neutra, un póster, una foto o una consigna producen otros significados si se los inserta en un nuevo contexto. Se modifica un cartel publicitario o una señal de tránsito, se arranca un fragmento de su lugar fijo y predeterminado, se desvía su curso y se

métodos de investigación del diseño, la autoedición y el feminismo. Dirige equipos de investigación interdisciplinarios dentro del campo del diseño de la comunicación y aboga por un enfoque holístico e interdisciplinario como esencial para la innovación social, comercial y estratégica. Es Decana Asociada en la Escuela de Comunicación en la RCA, docente del programa de Arte y Diseño y Líder Académica para títulos de investigación dentro de la Escuela y cuenta con una amplia experiencia en la supervisión de estudiantes de grado y doctorado en comunicación visual, crítica de diseño y diseño social.

subvierte su sentido. Subversión no sería una mala traducción de *détournement*, pero *desvío* o *desviación* se aproximan más. Así lo entendieron los precursores de la estética fanziner punk. Ya hay en este trabajo referencias a la relación de Malcom McLaren —el ex situacionista y empresario—, manager de los Sex Pistols, y Jamie Reid, ambos compartieron su estancia en la escuela de arte de Croydon. En 1976 Reid producía sus propios afiches, volantes y *fanzines* a favor de okupas y presos políticos y en contra de la planificación urbana. Durante los actos del Jubileo británico de 1977,¹⁴ la idea de intervenir la foto de la reina Isabel colocando un alfiler de gancho en sus labios fue inspirada, según Reid, en un volante situacionista de mayo del 68 que mostraba a una momia con un alfiler de gancho. El rostro de Isabel intervenido por Reid en un mismo movimiento determinó la visual de una de las bandas más emblemáticas del punk de todos los tiempos, “los Pistols”, y, en simultáneo, fundó las bases para el discurso gráfico del *fanzine* durante las décadas siguientes. Dios salve a la reina o, por lo menos, a su imagen.

Dichas técnicas se habían convertido en sinónimo de la política radical de los estudiantes del mayo francés. El enfoque de Reid y los de los editores de *fanzines* punk posteriores recurrieron a estas técnicas para darle impacto visual a sus producciones gráficas. Finalmente, este proceso proporcionó una estética de *DIY* claramente identificable y que, a su vez, no se disculpaba por su calidad de producción cruda y amateur.

Muchos editores, ya sea a sabiendas o no, a menudo combinaron un lenguaje gráfico de “resistencia” instigado como resultado del *King Mob Echo*,¹⁵ *Suburban Press* y *Sniffin'Glue*. Richard Reynolds, por ejemplo, en su *fanzine* de “poesía post punk” *Scumbag* (1980-1981, 1988) recurrió a *Sniffin'Glue* y a *BLAST!*, revista editada por Wyndham Lewis¹⁶, y el lenguaje de la poesía concreta para pensar visualmente su publicación. A su vez, sería errado señalar que todos los editores de

¹⁴ En 1977, Isabel celebró su jubileo de plata como reina, para el cual se llevaron a cabo fiestas y eventos a lo largo de todo Reino Unido, muchos de los cuales coincidieron con giras nacionales y viajes por países miembros de la Mancomunidad.

¹⁵ *King Mob Echo* es la publicación de King Mob (algo así como “el rey de la muchedumbre”, también llamado Partido del Diablo), un colectivo político y artístico que surgió en Inglaterra en los años 60. Charles Radcliffe y Christopher Gray fueron expulsados del situacionismo, y junto a David Wise y Anne Ryder, quienes también compartían sus ideales, crearon: King Mob. El nombre lo tomaron de las revueltas anticatólicas de 1780, en las que los rebeldes destruyeron la prisión de Newgate y escribieron en sus ruinas “His Majesty King Mob” siendo ahora ellos, la iracunda chusma enfurecida, quien reinaba el país. Movimientos como la comuna de París fueron su ideal: “Las comunas quemaron el Louvre. El acto artístico más radical del siglo XIX”, decían. Articulaban la crítica artística y el uso de la violencia y la acción directa.

¹⁶ Percy Wyndham Lewis (1882-1957) fue un pintor y escritor inglés co-fundador del movimiento artístico llamado Vorticism, también fue editor de la revista literaria de los vorticistas, *BLAST*, y fue miembro del *Camden Town Group*. Dentro de su producción narrativa se cuentan *Tarr*, ambientada en el París previo a la Primera Guerra Mundial y *The Human Age*, trilogía que comprende *The Childermass* (1928), *Monstre Gai* y *Malign Fiesta* (ambas de 1955), obra ambientada en el tiempo posterior a la guerra. También escribió dos volúmenes autobiográficos: *Blasting and Bombardiering* (1937) y *Rude Assignment: A Narrative of my Career up-to-date* (1950).

fanzine eran conscientes de estas tradiciones específicas. Mick Mercer, el editor de *Panache*¹⁷ (1976-1992), comenta: “Comencé en 1976. Solo existía *Sniffing'Glue* y *Ripped & Torn*,¹⁸ y yo tampoco lo había visto, [a *Ripped & Torn*] lo mantuve simple e hice lo que me gustó”.

Como publicaciones aficionadas de *DIY*, los *fanzines* se producían de forma irregular, sin preocuparse por las convenciones editoriales formales. Este ethos punk de *DIY* se manifiesta visualmente a través de técnicas gráficas de bajo presupuesto mejoradas por las cualidades de producción que ofrece el uso de la fotocopidora. Mick Mercer explica sus métodos utilizados en la creación de *Panache*: “¡Fue lo suficientemente emocionante como para aprender a reducir tipografías en una fotocopidora! Siempre lo mantuve simple pero traté de llenar cada página por completo. Escribir, reducir las tipografías, armar un montón de recortes y poner tantas fotos como sea posible”.

En el proceso de recurrir a técnicas de producción de bajo costo, como fotocopias y Letraset, empleando elementos gráficos como recortes, textos escritos a mano, estampados, garabateados o mecanografiados, o imágenes de collage, un lenguaje gráfico específico comenzó a emerger. Este enfoque sirvió para establecer un conjunto de principios de uso común –distinto de otros– que reflejó la estética particular de la música punk. Mercer, junto con los otros editores británicos de primera ola de *fanzine* punk, incluidos Mark P. de *Sniffin'Glue* y Tony D. de *Ripped & Torn*, fue uno de los primeros en romper las reglas de las prácticas convencionales en el uso de la gramática y la puntuación. Hizo alarde de errores tipográficos y empleó una mezcla ecléctica de tipografías, exponiendo la agresividad visual de la "actitud punk" creada por páginas visualmente atiborradas de imágenes granuladas en blanco y negro fotocopadas. Para Mercer este enfoque reflejaba visualmente el contenido punk del *fanzine*. Él comenta: “La actitud punk prevaleció, en la medida en que el tono de edición era siempre, si no estás disfrutando de esto, hay algo malo en ti”.

Varios elementos del lenguaje gráfico de los *fanzines* punk pueden definirse por la forma en la que se daba la cooptación o “recuperación” –otro término del breviario situacionista– de imágenes de medios populares y textos tipográficos de periódicos y revistas locales. *Panache*, por ejemplo, reprodujo cuadros de cómics convencionales como *Batman* de DC Comics y utilizó imágenes fijas de los títeres procedentes del programa de televisión infantil británico *Thunderbirds*.¹⁹ Gee

¹⁷ Escritor y productor de *fanzine*, Mick Mercer tenía nueve años de edad cuando comenzó *Panache* en 1976 como una publicación de fanáticos de doce páginas A4, engrapada y fotocopada; cuya audiencia estaba compuesta por personas afines a bandas punk como Siouxsie y los Banshees. Para cuando Mercer suspendió su edición en 1992, se habían publicado cincuenta y cinco números del zine.

¹⁸ *Ripped and Torn* fue uno de los primeros *fanzines* punk, contemporáneo de *Sniffing'Glue* nació en Glasgow en noviembre de 1976 y contó con 18 números hasta su desaparición en 1979.

¹⁹ Los *Thunderbirds* es una serie de televisión inglesa de ciencia ficción y aventura para niños basada en

Vaucher de la banda de anarco-punk CRASS también usó técnicas de collage de fotos para la imagen de portada del simple *Bloody Revolutions* (1980), en la que se representa a los cuatro miembros de la banda con sus cabezas reemplazadas por la reina Isabel, el papa Juan Pablo II, la estatua de la libertad y Margaret Thatcher.

George McKay, en su libro *Actos de belleza sin sentido (Senseless Acts of Beauty)* —en el que estudia a los hippies de los años sesenta y punks de los setenta, y muestra cómo sus legados se han transformado en lo que él llama culturas de resistencia—, escribe que los “modos de yuxtaposición y subversión están íntimamente entrelazados en el punk: el alfiler de gancho y la Reina, el contenedor de basura en el cuerpo... el *DIY* de CRASS es un mosaico de ideas, estrategias, voces, creencias, etc.” (1996).

El plagio se constituyó en un procedimiento estético fundamental, y de esta manera el *fanzine* punk demostró el desprecio por las tradiciones editoriales, esas mismas tradiciones que habían menospreciado durante años a la emergente cultura punk. Esta ruptura con la idea de propiedad intelectual se constituye, por lo tanto, en un acto político en el que el *DIY* y el *détournement* se expresan con mayor desnudez. El uso de la fotocopidora como medio de producción fortaleció la relación visual entre *fanzines* y folletos, y, por supuesto, la subversión de los derechos de autor. Esto era reconocido por Adam & the Ants en su canción *Zerox* (1979): “Puedo parecer feliz, saludable y limpio con una voz marrón oscura y traje impecable, pero detrás de la sonrisa hay una máquina Zerox”.

Fabricar, concebir, consumir: facetas de una misma actividad de la que la exposición es el receptáculo provisional. Cuando Dave Muller organiza uno de sus *three days weekend*, exposición-acontecimiento recurrente para la que invita a distintos artistas, no cambia de estatuto, de artista a curador: trabaja *con* los signos emitidos por otros constituye la forma misma de su trabajo de artista (Bourriaud, 2009).

Greil Marcus, estadounidense crítico de música, en su libro *Rastros de lápiz labial: una historia secreta del siglo XX*²⁰ (*Lipstick Traces: A Secret History of the Twentieth Century*) realiza una buena

supermarionetas, creada por *AP Films* de Gerry Anderson. Fue una serie de culto del público infantil entre 1965-1970.
²⁰ *Lipstick Traces: A Secret History of the 20th Century* (1989) es un ensayo que examina la música y el arte popular como una crítica social de la cultura occidental. El libro analiza algunos de los movimientos artísticos de vanguardia del Siglo XX como el dadaísmo, las internacionales Letrista y la Situacionista y su influencia en las contraculturas posteriores; y también aborda la experiencia de The Sex Pistols y el movimiento punk.

síntesis de la estética punk: “una carga de viejas ideas sensacionalizadas en nuevos sentimientos casi instantáneamente convertidos en nuevos clichés...” (1989).

Oscar Steimberg hará referencia al *fanzine* punk como “fanzine anarcojuvenil” y entre las características que señalará en su trabajo semiológico, es el efecto de *no condición de objeto diseñado* que se deriva de los rasgos visuales y materiales de estas producciones. Dirá que estas revistas se reconocen a sí mismas como de jóvenes, y mantienen los rasgos de una *prensa pobre*, fugaz, gráficamente *sucia*, tramada por jergas diversas y frecuentemente recorrida por desvíos sintácticos y ortográficos explícitamente reconocidos y asumidos. A su vez:

[Los fanzines anarcojuveniles] no dejan de remitir a un plan que incluye un acto de diseño (en la medida en que sus insistencias recortan un dispositivo parcialmente predefinido de escritura visual y de operación del soporte), ese plan es oscurecido o puesto en cuestión, como se verá, por agujeros y ruidos característicos de la superficie de sus textos. La retórica²¹ del fanzine es convocada en estas publicaciones en su versión más artesanal; no están presentes los rasgos de asimilación de la tecnología contemporánea característicos de otro tipo de publicaciones sectoriales y juveniles [...] Por otra parte, la modestia e imprecisión de este soporte gráfico contrasta con la familiaridad demostrada, en distintas notas y reportajes, con la ardua tecnología musical contemporánea, lo que podría constituir un argumento para descartar, en relación con esta pobreza del soporte, una monocausalidad de tipo económico o relacionada con una ignorancia técnica determinada por restricciones socioculturales generales. [...] Se manifiestan ciertos rasgos de la gráfica expresionista característica de la prensa política de los años veinte y treinta –velocidad y elementalidad representativa en el dibujo, esquematismo tanto en el trazo como en la definición de los personajes, sombreados y contrastes extremos– pero en una versión que privilegia en esos rasgos un efecto permanente de *descuido terminal* (Steimberg, 2013).

Arribos precarios

²¹ El vocablo “retórica” remite aquí, genéricamente, al conjunto de rasgos que permiten diferenciar una configuración textual de otras, por su combinatoria característica de selecciones lexicales, operaciones figurales y sintácticas y remisiones intertextuales; el vocablo “poética” refiere a su efecto de diferenciación.

Si la deriva nos permitiera detenernos en algún puerto, podríamos suponer que el *fanzine* es, entre otras muchas cosas, una pieza que resulta de la *intersección* de líneas estéticas que se fugan en sentidos distintos y hasta contrarios. Es una captura en estado sólido de un sinfín de *construcciones previas*, un acervo de *fragmentos* que no disimulan las costuras que los sujetan entre sí, sino que, por el contrario, hacen emblema de ellas: la estética del *fanzine* está signada por la *discontinuidad*, ya que los fragmentos que la componen no conforman una totalidad unida en sus partes por límites idénticos o comunes —dos cosas son discontinuas cuando sus límites no son idénticos—, sino que están en contacto de un modo seriado, sucesivo, contiguo; pero *no continuo*: no son semejantes, ni convenientes. En el contraste y el relieve se funda su pregnancia, y en el exceso y la competencia, las claves de su estructura visual. El *fanzine* se nos presenta de a momentos, como un ekeko de celulosa y tonner, una deidad pagana de la abundancia (porque la réplica “desfetichiza”, suprime al *aura*) en la que se montan (superponen y coexisten) signos refractarios entre sí, pero sin dejar de contribuir a un espíritu gregario. En “la copia de la copia” en tanto alabanza, en la “cruza” y la connivencia, este producto editorial emerge como subsidiario de un ejercicio de sustracción y mestizaje.

A su vez, la “marca” personal en la producción de *fanzines* es constitutiva del género. Es así que se nos hace imposible hablar de *Sniffing’Glue* sin repasar la biografía de Mark P., o intentar abordar la experiencia de *Resistencia* y obviar la trayectoria de Pat Pietrafesa. Esa distancia prácticamente nula entre editores-artistas y producciones editoriales —propio del *DIY*— constituye uno de los valores agregados en la producción de este tipo de género editorial.

La idea de autenticidad también es importante en las políticas de los *zines* porque entra en conexión con la idea de manufactura: estamos ante subjetividades manufacturadas, como objetos hechos a mano por artesanos que dejan las marcas de su propio cuerpo en lo que producen. Los *fanzines* se consideran, de hecho, expresiones físicas de sus creadores, que transforman la representación en presentación (Moscardi, 2019).

Los *fanzines* son el resultado de experiencias en el centro del *fenómeno*, no de una acción contemplativa-pasiva o distante, así como tampoco es el producto del trabajo de un cronista, si no un *producir* (crear, propiciar, estimular, etc.) el fenómeno mismo.

Como reconocíamos anteriormente, los fanzines punk no sólo constituyeron proyectos de comunicación alternativa: también implicaron en sus modos de producción la posibilidad de agenciar experiencias críticas de inteligencia colectiva, promovieron coordinadas espaciales de encuentros clandestinos, arengaron de forma enérgica por la multiplicación de proyectos artísticos, extendiendo los límites de la imaginación política de una época tumultuosa para funcionar como órganos de difusión propagandística de la acción directa en clave libertaria. Fanzines como *Resistencia*, *Diarrea Mental*, *Moco*, *Kommando Mugriento*, *Vaselina*, *Hijos del Rock*, *Insana*, *Reacción Punk*, *Quién sirve a la causa del Kaos?*, *Dekadencia Humana* y la revista *Rebelión Rock*, con su inserto *Brigadas de Odio*, funcionaron no sólo como soportes promotores de una emergente sensibilidad punk y de modos de vida contraculturales asociados a consumo y formas de hacer diferenciales propuestos por el rock, sino que se vieron afectados mayormente por un deseo urgente de intervenir, desde aquellas nuevas poéticas negativas del hacer, en la insistencia ininterrumpida de la violencia dictatorial que, incluso frente a la renovación política, conjurada en el destape cultural de la naciente democracia, parecía no renunciar a su proyecto regional de control biopolítico a través del exterminio de la diferencia (Cuello y Disalvo, 2019).

Es por eso también que el lugar de enunciación está más vinculado al gesto de las escrituras programáticas de las vanguardias artísticas del siglo XX, que al de un etnólogo que hace una observación participante y garabatea en su cuaderno de campo. En el manifiesto vanguardista “lo programático no es, al parecer, del orden de la urgencia presente de lo real. Se trata de una finalidad, de las condiciones de lo que algún día sucederá, de una promesa”, “la certeza poética de una venida”. La rebelión es una figura subjetiva y se justifica por sí misma, no tiene necesidad alguna de evaluarse por sus resultados. No es el motor de un cambio de la situación, “sino la apuesta de que es posible cambiar el signo del exceso” (Badiou, 2005). Algo de este gesto se repite —se cita quizá— en las escrituras del *fanzine* disidente en general, y en los *fanzines punk* en particular.

La ética grupal implicada en sus textos se muestra ejerciéndola en la defensa y transmisión de un hacer que privilegia esos valores de fugacidad y perpetuo recommienzo. Un discurso siempre incipiente es el rasgo que

garantizará separación y aislamiento, con respecto al texto normalizado de *todo* otro periodismo político. La derrota de la continuidad, amenaza permanente de todo proyecto periodístico, pasa, en esta escritura juvenil, a integrar una empresa estilística (Steimberg, 2013).

El *fanzine* en su errar plebeyo y precario, distante en sus orígenes de cualquier tradición editorial *mainstream*, se constituye como tal en una fuga —hasta su extinción— de la relación *espectacular* —en términos de Debord— que se traza entre quienes detentan la palabra y quienes no, es artífice de un desplazamiento de la enunciación: en un mismo movimiento suprime mediaciones (autor-editor, artista-diseñador, gestor-productor) y colabora en el eslabonamiento de las partes que componen el mismo colectivo que le da origen y sentido. El amateurismo sustituye el *locus* editorial y periodístico a fuerza de sobreponer el *ethos* y el *pathos* al *logos* de un discurso. Pero no podemos obviar que el *fanzine* “se fuga” mientras lo hace la comunidad de la que forma parte y a la que le habla: al igual que sus orígenes, sus destinos se encuentran íntimamente relacionados.

Mientras la política tradicional (y las formas oficiales de la industria de la cultura) se iba plegando sobre sí misma para caber cada vez más cómoda en los mandatos de la mercadotecnia (como ahora lo hace en el diseño del algoritmo), no es de extrañar que las éticas y las estéticas de algunas “formas de vida” emergentes como el *fanzine* (sobre todo y fundamentalmente el *fanzine punk*), exploraran y construyeran una imagen de sí mismas, antipática, como forma de negar la estetización de la política, el diseño y semantización de todas las superficies por el mercado y, por lo tanto, para el consumo. No hay efecto de verdad posible más que aquel que se resiste, apenas, a ser pre moldeado por y para la mirada del otro y sus modelos deseables de vida.

Pero el *fanzine* no sólo “evade” lo pre-visto, sino que también interrumpe / trastoca / violenta cierto régimen de propiedad en diferentes dimensiones. Por un lado está presente la “toma de los medios de producción” —propio del *DIY*— para crear soportes al margen de los planes de publicación del mercado editorial. Ya se ha dicho en reiteradas oportunidades, si existe algo característico del *fanzine* es el hecho de hacer del “hacer” una forma de ser, distinta de otras formas sujetas a la industria: interrumpe la línea de producción y desarrolla un laboratorio que gira en torno de las mismas manos —o de un reducido número de ellas— controlando todas las etapas productivas y, por lo tanto, re-asignando el “fruto” del trabajo —un producto en apariencia carente de plusvalor por la ausencia de sujeción a una relación de expropiación—, a quienes lo producen y a la comunidad de la que forman parte y, una vez más, a la cual le dan *sentidos*.

¿Podemos hablar de “escritura total” cuando hacemos referencia a estas prácticas editoriales en las que la “marca” personal es constitutiva de toda producción, y en la que se desbordan todos los bordes entre “forma” y “contenido”? Imágenes, tipografías, formatos, dispositivos, materiales, sistemas de copiado: una totalidad “consciente”, o por lo menos, una expansión de los límites de la escritura estandarizada. El escritor y editor Eric Schierloh dirá que se trata de una “escritura aumentada”:

La escritura aumentada es aquella en la que el autor se implica —involucra (Fluxus)—, **participa epidérmicamente** (Edgardo Antonio Vigo)— más allá de la producción del texto y se pone al servicio de otros aspectos estructurales y estratégicos (cruciales) en torno al soporte y que afectan el contenido y la dinámica de la propia publicación —el diseño, el arte gráfico, la edición y, centralmente, la encuadernación—, es decir, la construcción de estructuras/artefactos/dispositivos textuales más afines (por cercanos, aunque no solamente): libros [y fanzines] únicos escritos y hechos a mano en algún grado que tiende naturalmente a incrementar ese grado. No ya textos escritos y libros hechos, sino **libros escritos** (2021).²²

Y bajo este mismo impulso, si hay algo que el *fanzine* tomó, condensó y desarrolló de estéticas previas —como parte de un ejercicio político de recuperación y resemantización—,²³ es el trabajo con fragmentos de lo disponible, refuncionalizando lo obsoleto (en un pasaje de residuo a recurso), y haciendo efectiva la *recuperación* de elementos producidos industrialmente (imágenes industriales) en nuevas piezas que, a su vez, puso en circulación bajo un régimen de propiedad distinto al “original”, en el cual la autoría fue desprovista de autoridad sobre la obra. Así como lo hiciese Duchamp con sus *Ready Made*, el *fanzine* trabaja con “objetos encontrados”, citas y cambios de estatuto de los “elementos que elige”, tanto para la producción (la *old children's typewriter*, diría Mark P.) como para la composición visual de sus páginas.

Resulta interesante pensar cómo se vuelve trascendental esta operación de “injertar” entre sí elementos pertenecientes a épocas y culturas distintas para darle origen a uno *nuevo* hecho con

²² Las negritas y el subrayado son del autor.

²³ A través del “desvío” y las técnicas de collage del dadaísmo o el situacionismo, y también del movimiento de la vanguardia rusa, con referencias en trabajos de Ródchenko, por ejemplo la obra *Crisis* (1923), o trabajos anteriores como las composiciones de Tatlin, entre otras *El Lissistski* (1921).

restos del pasado, una suerte de puesta en valor de “la parte” en una operación relacional hacia una nueva unidad significativa.

Esa tendencia perdurable hasta nuestros días, que el *fanzine* y sus precursores anticiparon, cobra un renovado impulso ante la creciente saturación del espacio de consumo: la hiperproducción, combinada con el hiper-archivismo desata una oferta cultural (inabarcable para cualquier agenda) y una colosal acumulación de información (pasto para la minería de datos). Este proceso, dota de relevancia a las “cartografías” que permiten posibles recorridos en esos laberintos: catálogos, itinerarios de lectura o listas de reproducción, por ejemplo. En consecuencia, comienzan a desarrollarse de manera exponencial ciertos oficios de inventario (DJ, programadores, curadores, editores, y así), “un universo profesional de la interconexión y la experiencia” que opera como motor de búsqueda en lo inconmensurable de la producción cultural y artística contemporánea (Bourriaud, 2015). De esta manera el trabajo con signos emitidos por otros constituye otra forma del trabajo de artista: ¿no es acaso la situación de un músico utilizando un *sample*?, ¿o de un diseñador haciendo mash-up? ¿No son estas prácticas idénticas a las que desarrollaba Pat Pietrafesa en los collages de portadas de *Resistencia* o de los afiches para los festivales de *Belladonna*? Ya está dicho: toda producción se vuelve fragmento de otras sucesivas, cambia de signo al ser desterritorializada (Deleuze, 1994) y, sobre todo, al ser leída —en tanto producción de un pasado— en relación con la ideología presente.

10.500 palabras después de haber empezado a balbucear estos párrafos, no podemos más que extender el interrogante inicial *¿qué es un fanzine?* inaugurando nuevas pesquisas: ¿Es acaso una prensa? ¿Una producción artística? ¿Ambas cosas y más? ¿Qué gesto sobrevive de aquel fanzine disidente hoy? ¿Hay algo de ese gesto revulsivo que se pueda revitalizar en una experiencia actual?, ¿o es una experiencia agotada? No obstante, vagar por varias literaturas y campos conceptuales nos permitió identificar y atribuir al *fanzine* algunos “bordes”, sobre todo aquellos que lo delimitan como una plataforma capaz de traducir, “hacia afuera”, algunas tensiones vitales de diferentes colectivos sociales, políticos y culturales; delimitaciones que lo perfilan en tanto interfaz entre miembros de un mismo colectivo, no sólo como “medio” en su dimensión instrumental monodireccional, sino en tanto *hosting* de una red comunitaria de acciones, locaciones, idearios y biografías. El fanzine es un objeto que despliega sus sentidos en *relación con* —“objeto relacional” dirá Moscardi (2019) citando a Bourriaud—, de manera opuesta a lo que haría un objeto “cerrado sobre sí mismo”. Y con esto nos referimos a que una “escena” terminaba de conformarse como tal en tanto y en cuanto apareciera en las páginas de las publicaciones de

referencia para las comunidades que formaban parte de esa misma escena, y viceversa. Podemos afirmar, entonces, que: No hay *fanzine* sin comunidad. Y es aquí, en este *ser comunidad*, donde se constituye su aspecto político más potente, porque pone en relieve lo oculto trayéndolo al plano de lo público, evidenciando la heteronomía de otras experiencias contemporáneas en el campo de la ética y la estética. Aquí pensemos con los términos de Rancière en relación al arte:

No es que el arte sea político a causa de los mensajes y sentimientos que comunica sobre el estado de la sociedad y de la política. Tampoco por la manera en que representa las estructuras, los conflictos o las identidades sociales. Es político en virtud de la distancia misma que toma respecto de esas funciones. Es político en la medida en que enmarca [...] el *sensorium* de un espacio-tiempo específico [...] dicho *sensorium* define maneras de estar juntos o separados, de estar adentro o afuera, enfrente de o en medio de, etc. Es político en tanto que sus haceres moldean formas de visibilidad que re-enmarcan el entretejido de prácticas, maneras de ser y modos de sentir y decir en un sentido común; lo que significa un “sentido de lo común” encarnado en un *sensorium* común. [...] La política consiste en reconfigurar la partición de lo sensible, en traer a escena nuevos objetos y sujetos, en hacer visible lo que no era, en transformar en seres hablantes y audibles a quienes sólo se oía como animales ruidosos (2006).

El león vegano: un tiro por elevación

“El mundo que una pintura representa puede desaparecer,
pero no la combinación de sus colores y formas”.

Boris Groys, *El universalismo débil*

Si como hemos dicho en otras partes de este trabajo, el *fanzine* se caracterizó por ser una manifestación comunitaria tendiente a democratizar los lugares y las formas de enunciación en el campo de las producciones editoriales, al mismo tiempo que produjo variaciones en el régimen de propiedad de contenidos escritos y visuales, es entonces hoy, el *fanzine*, una idea vencida; o por lo menos, una estrategia en parte domesticada. La obsolescencia programada que siempre se ha atribuido a los movimientos de vanguardia —los dadaístas aseguraban que el arte de vanguardia debía tender hacia la búsqueda de su propia desaparición, es decir, que su realización sería al mismo tiempo su supresión (Ojeda, 2016)—, hizo lo propio en el caso del *fanzine*.

Las publicaciones de la “ola punk del 77”, así como los *fanzines* que dieron batalla contra los edictos policiales en los 80, y las plaquetas de poesía en el Buenos Aires de los 90, hoy son impensados e imposibles en varios aspectos. Transformaciones en la industria cultural y las formas de consumo, el acceso a la información, la aparición y la hegemonía de internet y las telecomunicaciones, son, por nombrar algunas variables, procesos que han afectado y transformado sensiblemente las formas de “dar a ver” y, en consecuencia, las experiencias de lectura.²⁴ ¿Qué es un *fanzine* en la era digital, sino la prueba fehaciente de un artificio, de una escritura en la intemperie? Ahora que toda escritura tiene una plataforma que “soporta” —pero que regula—, amplifica —generando tendencias— y democratiza —siempre dentro de variables algorítmicas—, ¿qué le es propio al *fanzine*? Es pertinente preguntarse si es igual decir públicos y audiencias, a decir comunidad. O si es lícito hablar de *fanzine* en un sentido *old school* cuando se hace referencia a experiencias editoriales descafeinadas —desdentadas—, carentes de todas las rugosidades políticas que supieron dar sentido a esta producción editorial. De la misma manera nos podemos interrogar sobre si existen comunidades que encuentren en el *fanzine* ese “espacio” de referencia y legitimación de una escena cultural, artística o política. Entonces, lo que en apariencia subsiste es un dispositivo gráfico estetizado, que si bien guarda el valor y la curaduría del trabajo a escala humana y, por qué no, sigue variando el régimen de propiedad sobre lo que publica, se encuentra dissociado de una comunidad en términos políticos, afectivos y económicos.

En una habitación en el partido de San Fernando un joven se recupera de un accidente motociclístico. Corre la última década del siglo XX. En ese tiempo “ocioso” de postración, “el pibe” registra en una portaestudio una serie de canciones que luego distribuirá —y autopiratará—, con CD’s en mano, por diferentes villas del conurbano bonaerense y CABA. Dos décadas después, “otro pibe” de 23 años, graba —en plena pandemia— a los y las referentes más importantes de la escena rap-trap, electrónica, reggaeton y cumbia 420 de Argentina y la América de habla hispana. *Loopea* en su habitación de Ramos Mejía y se vuelve uno de los productores musicales latinos más escuchados a nivel global. Proyectos a “escala humana” adquieren dimensiones inimaginables de la mano de nuevas tecnologías y plataformas que trabajan en la minería de datos. En ambos casos había una comunidad previa, con sus lunfardos carcelarios y el espanglish, con sus estéticas de joggineta y alhajas, consumos de sustancias y bienes suntuarios, y una política del gusto sostenida por *keytars*, sampler y mucho *subwoofer*; pasillos angostos, bailantas y plazas con gallos haciendo *freestyle*. ¿Cuál ha sido el *fanzine* de la cumbia villera o del movimiento —global— hip hop y la

²⁴ <https://www.comoleemos.com.ar/>

—industrialmente llamada— música urbana? Sin lugar a dudas no han sido “pequeñas publicaciones llenas de desvaríos de gran rareza y explosión de diseño caótico”, así como tampoco han sido dispositivos gráficos impresos de ningún tipo.

El *fanzine* se ha replegado más sobre el *zine* que sobre el *fan*. No es extraño toparse con “fanzines” en ferias de arte contemporáneo, galerías o museos, próximos a otros géneros editoriales como el libro de artista o al catálogo de obra, así como también es fácil encontrar transposiciones a formatos digitales en blogs, como ya lo hemos señalado. Recuperar esta experiencia no tiene como finalidad lacrar un acta de defunción, así como tampoco de pensar/hacer una *remake* conservadora o reaccionaria en base a la falsa creencia de que “todo tiempo pasado fue mejor”. Resulta interesante, por el contrario, identificar el resto, aquello que perdura del gesto primario —o lo que podríamos rescatar— y que nos permite, a su vez, imaginar/diseñar/construir nuevas acciones para re-vincular el *fanzine* a lo comunitario. Y este ejercicio, vale la pena aclararlo, no es más que un tiro por elevación para discurrir a propósito de la relación edición-comunidad, el libro público, las políticas de lecturas o los lugares de enunciación, así como también sobre los derechos propietarios que privan, el profesionalismo elitista que hace de la práctica editorial un conjunto de rituales excluyentes, o la carrera empecinada de pequeños/as emprendedores/as por la “canonización” de sus patrocinados, entre otros grandes *hits*. En definitiva, no se trata de visitar un género editorial, sino de reponer una serie de interrogantes que, por viejos, no dejan de tronar como un murmullo.

Ahora bien, ¿en qué mar naufragarán estos escritos y sus botellas? El mercado editorial puede describirse a partir de dos tendencias que por momentos pareciera marchar paralelas, inclusive una muy a pesar de la otra; pero no podemos entenderlas en profundidad y extensión si pasamos por alto sus cruces, mutuas referencias y sujeciones.

Como si se tratara de diferentes “ligas”, en el afán de competir, los proyectos editoriales patrocinan autores, negocian en el mercado de pases y derechos, y construyen sus catálogos atendiendo, muchas veces, a las audiencias de *best seller* y autores “*influencers*”. La edición es un mercado estrecho en comparación con otros sectores de la industria cultural vinculados al entretenimiento y, sobre todo, a lenguajes audiovisuales —¿qué son los públicos de las editoriales *mainstream* en comparación a las audiencias de las plataformas de *streaming*?—. Esto da como resultado un campo muy competitivo y, a su vez, fuertemente concentrado. Pero, es importante señalar que el proceso de conglomeración de la edición a nivel global, no desalienta el surgimiento permanente de pequeñas editoriales variopintas (Colleau, 2008; Winne y Malumián, 2016; Badenes, 2020). Por

el contrario, el escenario de concentración deja a la intemperie nuevos “nichos” para los pequeños proyectos editoriales: públicos muy especializados o en proceso de formación que no representan un espacio amplio de ventas. De igual manera, sucede con cierta regularidad que las grandes editoriales se nutren de los autores y las autoras que han hecho sus recorridos iniciales en editoriales emergentes y, luego de ganar cierto reconocimiento, deciden dar un salto a los catálogos de las editoriales más prestigiosas o simplemente más grandes, como única posibilidad —o como mediación más directa— de penetrar en diferentes mercados a partir de la prensa o las traducciones, por ejemplo.

Pero además de estas articulaciones “parasitarias”, los modelos subsisten por separado y siguen sus propias reglas. Los conglomerados editoriales trabajan bajo un ciclo de producción corto que apunta a minimizar los riesgos mediante un ajuste anticipado a la demanda localizada: publican lo que se vende (Bourdieu, 2005). Este modelo presta especial atención al desarrollo de los circuitos de comercialización y promoción destinados a garantizar un retorno acelerado de las ganancias mediante una circulación rápida de materiales, pensados también para una rápida obsolescencia: lo que no se vende en pocos meses o semanas, se salda o se destruye. Este esquema de negocios no concibe a la literatura y al mercado como dos universos distintos, hecho que pone en crisis la figura clásica del editor —esa criatura “bifronte”— que mira por un lado al mercado y por otro a la cultura: la rentabilidad sustituye el gusto o, simplemente, lo crea por omnipresencia —en todos los circuitos y cadenas— de la oferta. En “la edición sin editores” (Schiffrin, 2001), toma vida el cíclope que sólo enfoca su monóculo en las planillas de cálculos.

Lo dicho anteriormente no quiere decir que todo lo que editen las grandes editoriales es basura comercial, sino que cualquier contenido que publiquen —como tendencia general— debe garantizar cierto nivel de rentabilidad. Pero, mientras los grandes sello subordinan la dirección editorial a los *brief* de la oficina de ventas; en las pequeñas editoriales, por el contrario y como tendencia general, se sigue apostando al desarrollo de catálogo por sobre la rentabilidad. Estas *micro* experiencias están más atentas a producir *bienes simbólicos* que ganancias económicas: identifican nuevas escrituras asumiendo riesgos con autores noveles, profesionalizan áreas de trabajo permanentemente, desarrollan sus propios circuitos de distribución y comercialización, y apuestan a construir comunidades de lectores. Un mercado sectorizado con dos modelos que compiten y se complementan: por un lado el “sigue girando” del modelo *fidget spinner*, y por otro el “largo aliento” de los *longseller*:

(...) mientras que los grandes grupos editoriales desarrollan una fuerte sinergia comercial con los medios masivos de comunicación, lo hacen a nivel ventas con las cadenas de librerías y las plataformas virtuales; al igual que, en muchos casos, apuestan por imprimir en el exterior —en aguas internacionales o zonas francas exentas de impuestos— para abaratar costos, socavando toda competitividad de la industria gráfica autóctona. Por otro lado, las editoriales pequeñas apuntan a consolidar vínculos de trabajo con librerías independientes y ferias, medios y trabajadores de prensa especializados, críticos y espacios académicos; e imprentas locales que, en muchos casos, se constituyen en socios de estos proyectos por las políticas de financiamiento que logran articular. En el segundo caso, los agentes son interdependientes y juntos se piensan como *sistemas de creación de valor* (González, 2019).

Mestizajes futuros

El *fanzine* es naturalmente antagonista de lo conglomeral, de las integraciones verticales o diagonales (Saferstein y Szpilbarg, 2014), de la biblio-unicidad. La escena hegemónica contemporánea de la edición, es contraria a toda lógica de las publicaciones plebeyas, su producción descentralizada, su modulación artesanal. Todo ese mundo que le era propio al *fanzine* punk o a las plaquetas de poesía de los 90, como ya señalamos, es otro. Hoy no se puede pensar la naturaleza de las comunidades sin las plataformas “públicas” de enunciación —redes en las cuales queda sujeto lo social— y las nuevas trampas de la propiedad sobre los contenidos que creamos. Por lo tanto, los interrogantes también son otros. A la pregunta inicial de ¿qué es un fanzine?, sumemos otras para impulsar nuevas búsquedas: ¿cómo se re-vincula el *fanzine* con una comunidad?, ¿cómo se reconfigura en su dimensión ética y estética?, ¿cómo se fuga de los anaqueles de la nostalgia y de los museos, de los paños de las “fiestas tristes” (Vanoli, 2019) y las suntuosas ferias metropolitanas del arte contemporáneo?

Hay un futuro para el *fanzine* en la conversación con las editoriales independientes, participando de sus circuitos de promoción y comercialización (ferias de editoriales, encuentros de artes gráficas, articulación con pequeñas distribuidoras, librerías independientes, fanzinotecas y bibliotecas populares), acompañando el crecimiento de los proyectos productivos de la economía popular, o los emprendimientos a pequeña y mediana escala clave para el sector (imprentas

familiares y cooperativas, encuadernadoras artesanales, artistas de la gráfica, medios públicos y medios alternativos), co-gestionando espacios de reflexión y formación sobre la práctica editorial (encuentros sobre edición, talleres de capacitación en gestión para la profesionalización de áreas de trabajo, articulación con carreras académicas vinculadas a la edición, etc.), y con presencia en diversos territorios (centros culturales y sociales, museos y galerías de arte, escuelas y universidades, espacios públicos, sindicatos, locales partidarios, clubes barriales, etc.). Hay un futuro para el fanzine con las comunidades situadas “en” o “próximo a” los activismos y las agendas democráticas emergentes: autóctonas (locales y regionales), jóvenes (y también vinculadas con las infancias), disidentes (contraculturales, feministas, ecologistas, revisionistas de la historia oficial, etc.).

Los *fanzines* son vectores de lecturas/escrituras urgentes, pero no necesariamente por novedosas, sino por su capacidad de provocar “sinapsis” entre lectores, lectoras: la circulación de mano en mano le es común al *fanzine*, así como también la lectura colectiva. Esto atiende fundamentalmente a su naturaleza “breve”: no es lo suyo la guerra de posiciones, sino la de movimientos, el “morder y salir”.

La infodemia y las *fake new* ya están garantizadas por el algoritmo, la economía de plataformas y *GAFAM*,²⁵ y ya nadie lee un libro —ni un *fanzine*— esperando enterarse de algo antes que el resto. La vida y su representación —primero como tragedia y luego como *show*— suceden de manera sincrónica, la realidad es transmitida como *reality* y todo público pierde tempranamente la inocencia. En tiempos de posverdad —esa profecía encarnada de Goebbels—, la sinceridad reside en un gesto: editar, explícitamente editar.

Como veíamos en un apartado anterior, la construcción de catálogo es una de las prácticas “tradicionales” que profesan las pequeñas editoriales y que son necesarias recuperar desde el *fanzine*, es decir: diseñar intervenciones político/estéticas para diferentes lectorados:

El catálogo es el mapa genético de una editorial. Es el lugar donde se puede leer la trama de relaciones que un sello establece con sus lectores. A través de sus Colecciones podemos leer claramente la idea que el Publisher proyecta de esa editorial en un tiempo más lejano. (...) Adquirir un título para tal o cual Colección es un acto de confianza con un público, un pacto de lectura que el sello establece con los lectores (Gazzera, 2016).

²⁵ GAFAM es el acrónimo de las marcas Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft.

De igual manera es importante entender como intervención no sólo cada título individual, sino los “paratextos” que aparecen en las conversaciones entre publicaciones de un mismo catálogo y en las formas de seriar su aparición.

(...) emanciparse de las intenciones de los sujetos, interrogar lo mismo que se afirma y decir cosas diferentes en los pliegues de lo que se manifiesta es lo que hace la escritura muchas veces; ¿por qué no leerlo en los pliegues menos explicitados que vinculan a un libro con otro? El catálogo es un montaje que excede tanto a la obra única y su autor o autora como al criterio del editor. Ese exceso, que no encontraremos expresado en ninguna contratapa, entrevista, presentación editorial, es el resto abierto, no clausurado que contiene las “arqueologías futuras” de las que habla Gazzera (Stedile Luna, 2019).

Pero atención, porque así como el catálogo prestigia —funda y sostiene en el tiempo un “pacto de lectura”—, también puede tender a la construirse como “tradición” y, como ya sabemos, la tradición muchas veces es una lodosa herencia para el andar de los proyectos políticos y estéticos, fundamentalmente para su “errancia”—sus fugas y migraciones—, tan constitutiva de géneros editoriales como el *fanzine*, que está signado por un tránsito —itinerarios y emergencias—, más que por UN LUGAR de enunciación.

El contrato que el *fanzine* debería establecer con sus lectores y lectoras es el del relámpago: irrumpir allí donde es “necesario”, propiciar la difusión de ciertas ideas —electrificantes, quizá incendiarias—, y mutar en otro tipo de energía sin esperar nada a cambio. Ese es el carácter de *intervención* que le resulta más próximo, y es la relación que puede establecer con la estructura de catálogo; asumiéndolo como un “momento” de la conversación entre los activismos y las comunidades de lectores y lectoras; como parte de una táctica, como ya se dijo, con más movimientos que posiciones.

El *fanzine* cambia con su comunidad porque mantiene una relación de mutua determinación con ella, y el catálogo pensado desde esta perspectiva, debería ¿documentar? —a modo de “diario íntimo”— las cavilaciones, búsquedas y giros de esa comunidad. Cuando comienza a leerse desde “afuera” a esa (de esa) comunidad, es decir, en cuanto se produce una separación entre las partes,

la comunidad adquiere estatus de “objeto” y el *fanzine* comienza a hacer etnografía —en el mejor de los casos— de “el buen salvaje”.

En el mestizaje entre lo conocido y lo que adviene —aunque lo que advenga sea tan sólo nuevas maneras de leer viejos manuales—, radican los futuros cercanos para este género editorial. No hay más alquimia que el visitar prácticas para recuperar —citar— lo esencial por sobre sus formas y pensar nuevas intervenciones que, en definitiva, sacudan —o, más no sea, interroguen— las ficciones establecidas como realidad para no morir de canon, propiedad intelectual y aburrimiento.

Fanzine not dead! ¡Que muera el régimen!

Playlist

Libros y fotocopias

- Amaranth, Borsuk (2020). *El libro expandido. Variaciones, materialidad y experimentos*. Buenos Aires: Ampersand.
- Atkinson, Paul (2006). "Hágalo usted mismo: Democracia y diseño", en *Journal of Design History*, Volumen 19, Número 1, Primavera 2006, Páginas 1–10.
- Badenes, Daniel y Stedile Luna, Verónica (Comp.) (2019). *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. La Plata: Club Hem.
- Badiou, Alain (1999). *El ser y el acontecimiento*. Buenos Aires: Manantial.
- – (2005). *El siglo*. Buenos Aires: Manantial.
- Benjamin, Walter (2017). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Bourdieu, Pierre (2005). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Bourriaud, Nicolás (2009). *Radicante*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- – (2015). *La exforma*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Bugnone, Ana Lisa (2017). *Vigo. Arte, política y vanguardia*. La Plata: Malisia.
- Busaniche, Beatriz (2016). *Propiedad intelectual y derechos humanos. Hacia un sistema de derechos de autor que promueva los derechos culturales*. Buenos Aires: Tren en Movimiento.
- Carrión, Ulises (2021). *El arte nuevo de hacer libros*. La Plata: Cámara Oscura.
- Colleau, Gilles (2008). *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Coma Sánchez, Josué & Marco Cánoves, Irma (2017). "Los (otros) libros. Bibliofilia underground". En *Pasiones bibliográficas II*. València: Societat Bibliogràfica Valenciana Jerònima Galés, 23-24.
- Cuello, Nicolás y Disalvo, Lucas (2019). *Ninguna línea recta. Contraculturas punk y políticas sexuales en Argentina 1984-2007*. Buenos Aires: Alcohol y fotocopias & Tren en Movimiento.
- Debord, Guy (2013). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca Editora.

- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix (1994). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: PRE-TEXTOS.
- Duncombe, Stephen (2008). *Notes from underground. Zines and the politics of alternative culture*. Estados Unidos: Microcosm Publishing.
- Fernández Felix, Miguel (2015). *Vanguardia rusa. El vértigo del futuro*. México DF: Instituto Nacional de Bellas Artes Museo del Palacio de Bellas Artes.
- Furtado, José Alfonso (2014). *La edición de libros y la gestión estratégica*. Villa María: EDUVIM.
- Gazzera, Carlos (2016). *Editar: un oficio. Atajos / Rodeos / Modelos*. Villa María: EDUVIM.
- Gonzalez, Pablo Amadeo (2019). "Relatos sobre trabajo en pequeñas editoriales", en *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. La Plata: Club Hem.
- Greenhalgh, Paul (1997). "La historia de la artesanía", en P. Dormer, *La cultura de la artesanía*. Manchester University Press, (p. 21).
- Groys, Boris (2018). *Volverse público. La transformación del arte en el ágora contemporánea*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Kreimer, Juan Carlos (1993). *Punk (la muerte joven)*. Buenos Aires: Editorial Distal.
- Llop, Rosa (2014). *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros. Hacia un lenguaje de parámetros*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- López Winne, Hernán y Malumián, Víctor (2016). *Independientes, ¿de qué?*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Marcus, Greil (1989). *Lipstick Traces: A Secret History of the Twentieth Century*. Londres: Secker & Warburg.
- McKay, George (1996). *Senseless acts of beauty: culture of resistance since the Sixties*. Nueva York: Verso.
- McLuhan, Marshall (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Moscardi, Matías (2019). *La máquina de hacer libritos. Poesía argentina y editoriales interdependientes en la década de los noventa*. Villa María: EDUVIM.
- Noël, Sophie (2018). *La edición independiente crítica. Compromisos políticos e intelectuales*. Villa María: EDUVIM.

- Pellegrini, Mario (Eds.). (2008). *La imaginación al poder. París mayo 1968*. Buenos Aires: Editorial Argonauta.
- Piccolini, Patricia (2009). "La edición técnica". Sagastizábal, Leandro y Esteves Fros, Fernando (comp.), *El mundo de la edición de libros* (117-137). Buenos Aires: Paidós.
- Rabasa, Magalí (2021). *El libro en movimiento. La política autónoma y la ciudad letrada subterránea*. Buenos Aires: Tren en Movimiento & Tinta Limón.
- Rancière, Jacques (2006). La política de la estética. *Otra parte*. Volumen 9, 1-15.
- Rowan, Jaron (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Sagastizábal, Leandro y Esteves Fros, Fernando (2009). *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paidós
- Sagastizábal, Leandro y Quevedo, Luis (2015). *Optimistas seriales. Conversaciones con editores*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Schierloh, Eric (2021). *La escritura aumentada*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- Schiffrin, André (2001). *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*. México: Biblioteca Era.
- Schmied, Alejandro (2018). *Libro de fanzines*. Buenos Aires: Tren en movimiento.
- Seddon, Tony y Herriot, Luke (2010). *Dirección de arte. Proyectos impresos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Somoza Rodríguez, Miguel (2012). "XVI. Los saberes letrados en la sociedad de la información. Lecturas, soportes y ritmos sociales", en Cucuzza H. y Sprengelburd R. (Coord.). *Historia de la lectura en la Argentina. Del catecismo colonial a las netbooks estatales*. Buenos Aires: Editoras del Calderón.
- Stedile Luna, Verónica (2019). "Derivas de las vanguardias en editoriales independientes: el catálogo como política de lectura", en *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. La Plata: Club Hem.
- Steimberg, Oscar (2013). *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- Tabarovsky, Damián (2018). *El fantasma de la vanguardia*. Buenos Aires: Mardulce.
- Tupitsyn, Margarita (Ed.) (2009). *Rodchenko y Popova. Definiendo el constructivismo*. Londres: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y Tf. editores.

- Vanoli, Hernán (2019). *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos. 11 hipótesis para discutir con escritores, editores, lectores, gestores y demás militantes*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Williams, Raymond (2009). *Marxismo y literatura*. Buenos Aires: Las cuarenta.

Material audiovisual

- Mkaji, T. & Pietrafesa, P. [Leti Barleta]. (27 de abril de 2016). *Desacato a la autoridad. Capítulo I*. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=eqXpTu0jGhE>

Notas de internet y revistas digitales

- Baigorria, Osvaldo (26 de octubre de 2008). Mirá lo que quedó. *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/libros/10-3225-2008-10-26.html#arriba>
- Saferstein, Ezequiel y Szpilbarg, Daniela (2014). “La industria editorial argentina, 1990-2010: entre la concentración económica y la bibliodiversidad”, en Revista Alter/Nativas. Recuperado el 6 de noviembre de 2021 de <https://alternativas.osu.edu/es/issues/autumn-2014/essays2/saferstein-szpilbarg.html>
- Ojeda, Marcos A. (2016). “El détournement y su valor en la crítica de la totalidad”. Academia.edu. Recuperado el 19 de septiembre de 2021 de https://www.academia.edu/39885811/El_d%C3%A9tournement_y_su_valor_en_la_cr%C3%ADtica_de_la_totalidad

Anexo

<https://drive.google.com/drive/folders/1cGdAFEJ2qrJ8khIHGI8TnjaAS47CtaWG?usp=sharing>