

la diaria



Karma sin movimiento

Libres y subterráneos: un repaso de los fanzines actuales

Publicado el 19 de julio de 2019

Escribe [Julia Perazza](#) en [Letras](#)

🕒 13 minutos de lectura

Dibujos, fotografías y collages se han apropiado de las páginas de los fanzines locales. Aunque no está exento de dificultades, el camino de la autoedición es cada vez más elegido por artistas visuales para mostrar su trabajo, y la ausencia de restricciones da lugar a algunas de las propuestas más personales y extremas que hoy se pueden ver.

Los *fanzines* gráficos se multiplican. En el país, durante los últimos meses han germinado varias de estas publicaciones independientes en las que la imagen es protagonista. Sus propuestas son sólidas e irreverentes, y eligen pararse en la periferia en lugar de ocupar espacios ya transitados por el arte local. Así, uno puede hallar desde composiciones con fotos encontradas en la calle hasta imágenes de rituales alrededor de una cucaracha. Aunque hay un número considerable, los fanzineros creen que sus obras todavía circulan en un ambiente endogámico y podrían llegar a un público mayor.

Valiéndose de técnicas caseras como el *collage*, la escritura a mano, el uso de materiales reciclados o el fotocopiado, los *fanzines* han oficiado de medios alternativos desde hace ya varias décadas. Si bien derivan de los panfletos políticos que circulaban en el siglo XIX, en los 50 y 60 se consolidaron como formas de expresión de la contracultura y aún hoy sobreviven adaptados a los nuevos tiempos.

La urgencia por compartir y exteriorizar pensamientos, emociones o extravagancias es el motor de la autopublicación, que se planta con el *do it yourself* –hacelo vos mismo– como lema. De este modo, asoman como espacios para nuevos discursos que no están representados en los medios hegemónicos y no se detienen a esperar el visto bueno de un editor.

En un mundo saturado de bits y megas, estos creadores apuestan por plasmar el producto de su imaginación en papel y lo distribuyen como pueden en ferias, conciertos y hasta por correo. La recompensa económica ocupa aquí un lugar secundario, y a menudo son publicaciones gratuitas o con un costo mínimo que permite solventar el número siguiente. A pesar de la pasión y el romanticismo de los fanzineros, las restricciones económicas y su circulación marginal a veces limitan a un producto fugaz: la fotografía de un momento en la mente de su autor.

Hay de todo tipo. Están aquellas que priorizan lo gráfico con dibujos o fotografías, otras se acercan a lo literario, también las hay de orden político, y algunas sintetizan varios de estos elementos en

un solo número. El empuje que han tomado los *fanzines* gráficos en el país parece tener varias explicaciones, pero se apoya fuertemente en las mejoras tecnológicas, que facilitaron y perfeccionaron la producción casera. Aun así, sus creadores enfrentan dificultades para crear una comunidad, trascender ciertos espacios o lograr que el producto de su trabajo no sea desestimado como una publicación menor.

En la calle y en papel

“Es práctico, económico y un fuerte comunicador en su practicidad”, argumenta la fotógrafa Camila Caballero a la hora de explicar su preferencia por el formato. *Po-ético* fue su primer acercamiento a este tipo de publicación, un proyecto que la dividió entre Uruguay y Brasil, donde artistas visuales y escritores de ambos países trabajaron de forma cruzada, con versos creados a partir de fotografías e imágenes inspiradas en poemas.

El resultado de estos diálogos tomó la forma de imágenes pegadas en las paredes de Montevideo, Buenos Aires y San Pablo, y para sostener económicamente la propuesta –y a la vez mantener un registro del trabajo desarrollado– fue que Caballero reunió parte de las obras en un *fanzine*.

Inquieta e interesada en el formato impreso, actualmente trabaja en un *fotozine* llamado *Guía Visual de Apoyo al Turista*, con el que busca mostrar otra cara de la sociedad uruguaya, incorporando elementos que “nos definen culturalmente” pero que nos cuesta asumir. Creadas con una cámara *pocket* automática, sus fotografías son chocantes: personajes iluminados por un flash cegador que aparecen decapitados o se tapan los ojos, objetos abandonados en la calle o acumulados en comercios hasta saturar; todos elementos reconocibles por cualquier ciudadano, aunque rara vez expuestos en un trabajo visual.

Po-ético no es el único caso en que el *fanzine* deja registro de un proyecto que se inició en otro soporte. Un ejemplo similar es el de *Casa de Balneario*, ya reconocido entre los transeúntes por sus afiches y pegotines en las paredes de la ciudad. Se trata de un colectivo de ilustradores y escritores que cuestionan nuestro sistema económico apelando al humor, con chistes gráficos y relatos sobre trabajo, consumismo y alquileres.

Sus dibujos son de trazo sencillo y con una estética cercana al cómic. Empleando el blanco y negro sin matices, generalmente componen retratos de personajes acompañados por un texto, que en más de una ocasión resignifica la imagen. “Hay un interés por reírte y en el fondo criticar aspectos de la sociedad de los que somos víctimas pero también promotores. La sociedad la hacemos nosotros mismos”, sentencia Germán Di Pierro, uno de los integrantes del colectivo. Desde su perspectiva, la idea es provocar cierto extrañamiento de lo cotidiano y llamar la atención sobre nuestro modo de vida.

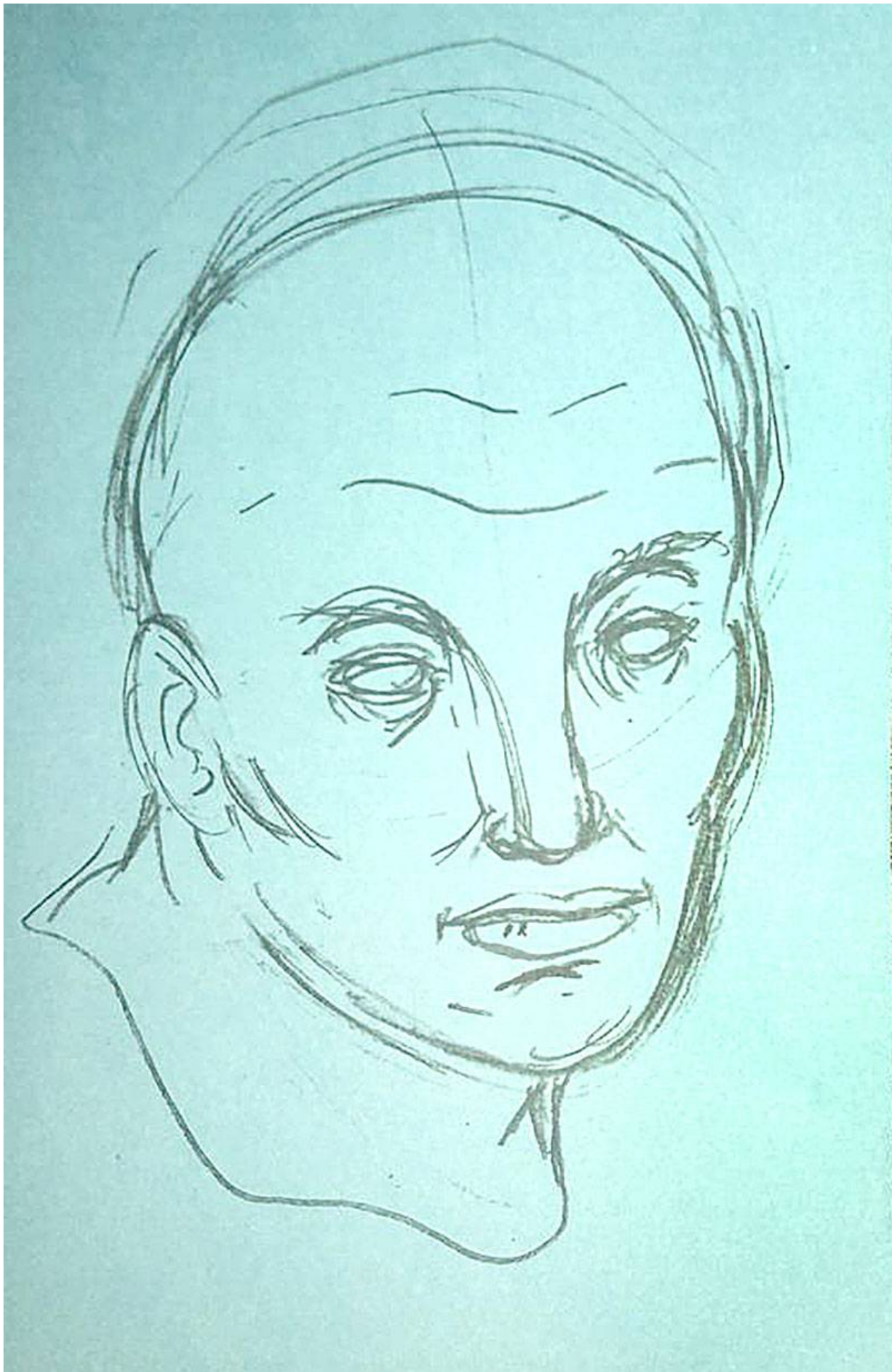
Así, entreverados con los grafitis callejeros, nos podemos encontrar con hombres en medio de un berrinche, que se preguntan: “¿Por qué no nací dueño?”; señores que se ahogan con decenas de cigarrillos en la boca porque fuman para no trabajar; caras sonrientes estampadas en la pared, que te

aseguran que “si pagás, todo OK”; chicas que sueñan con un solo trabajo; o parejas con miradas inquisidoras, junto al cajero, que preguntan si sos un buen pagador.

Varios de los dibujos se recopilaron también en formato *fanzine*, y aunque parte del encanto nace de cruzarse con sus cuestionamientos cuando uno va a trabajar o a hacer compras por barrios como el Centro o Ciudad Vieja, la publicación permite acceder físicamente a sus creaciones y tener una idea cabal de su encare. Di Pierro cuenta además que el *fanzine* le atrae como objeto –más allá de los beneficios de su sencillez y bajo costo– y que suele atesorar e intercambiar números de todas partes del mundo.

Por amor al arte

A veces, el papel deja constancia de la faceta visual de un colectivo que se atreve a experimentar con diferentes disciplinas. Tal es el caso de No Hay Olas, llamado así en homenaje a la *No Wave* neoyorquina, un grupo que se expresa mediante la música *noise*, la *performance* y la ilustración. “Hace años que vengo haciendo *fanzines*, más que nada por el romanticismo de la publicación: seriada, en fotocopia, en diferentes tipos de papeles, en *collage*”, dice Emiliano Navia, integrante y autor de *Karma sin Movimiento*.



Karma sin movimiento

En sus dibujos, de un detalle increíble, puntos diminutos forman personajes y objetos que parecen cambiar constantemente de materialidad. Las figuras humanas se estiran en movimientos imposibles. Sus extremidades se pueden elevar tomando la forma de una enramada que se apropia de toda la hoja y a veces son apenas visibles, enredadas entre serpientes o a punto de ser devoradas por algún monstruo viscoso.

Newsletter semanal de **Libros**



Recibir newsletter 

Cambios guardados ✓

Los vínculos de Navia con el *fanzine* empezaron temprano. Ya a sus 12 años se juntaba a dibujar historietas con un amigo y dejaba escurrir las tardes en El Rincón del Coleccionista. Allí conoció a un hombre mayor que le recomendó fotocopiar para dar a conocer su trabajo y le enseñó técnicas con tinta y métodos artesanales para general tramados.

Su apego por el formato lo llevó a relacionarse con propuestas más cercanas al punk y pronto comenzó a participar en ferias de publicaciones independientes. “A mí me gustaba la parte del armado: coser, engrampar, cortar; guillotina, fotocopia. Ahora, muy de a poco, lo vamos generando de nuevo en los toques que hacemos, las muestras de ruido y las *performances*, como alternativa al lenguaje tradicional. Siempre tener la mesa con los *fanzines*”.

La historia de *Mascotas Muertas* también parte de un colectivo. Varios de los autores que estampan su firma en las páginas del *fanzine* se vinculan estrechamente con *MercadoNegro*, exposición que sucedía de tanto en tanto en el sótano de la casa del pintor Andrés Seoane, que siempre se encontró bordeando la informalidad para no “arruinarla con aspiraciones de gestión cultural”, según sus palabras.



Karma sin movimiento

Desde hace algún tiempo, y en el mismo sótano, varios pintores mantienen el ritual de reunirse cada lunes e invitar a algún amigo o desconocido a posar para ellos. Los más jóvenes, como Gabriel Ameijenda y Germán Maestri, comenzaron a insistir con la idea de reunir su material en una publicación, y pronto lograron reclutar a otros interesados. *Mascotas Muertas* navega entre el tono sombrío y el humor al exponer distintas maneras de representar la pérdida. Hay desde falsas estampitas y afiches de películas hasta pequeñas viñetas y camafeos. Ciertas imágenes parecen tomar relieve con pinceladas gruesas y muestran sujetos en movimientos tensos y angulosos. En otras, los límites entre las figuras se confunden con manchones de pintura que parecen a punto de escurrirse por los costados, y otras se ven pálidas y difusas como si se hubiesen sumergido en el agua. Los grandes protagonistas son siempre animales: peces, ratones, perros, serpientes, conejos que pueden mostrarse –incluso al mismo tiempo– tiernos, siniestros y amenazantes. Si bien Seoane no se siente del todo cómodo con la idea de encasillar su trabajo como un *fanzine*, al que considera un término despectivo, sí reconoce que las publicaciones independientes cuentan con varios beneficios: “Se desarrollan al margen del circuito. Como tales, suelen no tener el apoyo, financiamiento o distribución que implica trabajar con una editorial, pero a su favor tienen un campo absolutamente abierto, una libertad obscena, que así como alberga la capacidad de promover ideología y discurso político antihegemónico, da lugar también a contenidos alejados del *mainstream*, experimentos, perversiones, absurdo y estupidez, que no tienen ninguna oportunidad de ser siquiera contemplados por el mundo editorial”.

En otros casos la premisa es más personal. *Entschuldigung* nació en 2015, cuando Leandro Galetta viajó a Alemania para un posgrado y conoció al fotógrafo Sandro Bernice. A raíz de su amistad y sus intereses artísticos en común decidieron hacer un *fanzine* en una semana, que se planteara como un diálogo entre ambos, con el *do it yourself* como *leitmotiv* y procurando trabajar de forma intuitiva. El experimento se repitió cada vez que sus caminos se cruzaron, estuvieran en Alemania o en Uruguay. Así crearon una publicación cercana a la estética tradicional del *fanzine*, integrada por *collages* que mezclan notas escritas a mano, viejas fotos familiares y papeles rotos con trabajos fotográficos profesionales, que apelan a las texturas trabajando con el flash y al aire surrealista exhibiendo paisajes en medio de la niebla o personajes fuera de foco.

Si bien ambos autores están formados en fotografía, también se propusieron incorporar imágenes ajenas y mezclarlas con material propio. “Queríamos jugar con esa búsqueda de hasta qué punto yo, como fotógrafo, tengo que exponer una foto que saque yo y no algo que encuentre en la calle, que considere que es artístico, que tiene cierta espiritualidad o cierta imagen que me gusta y que puedo compaginar con otra cosa que también funcione”, dice Galetta.

Muchas de las fotografías que aparecen fueron halladas durante esas visitas a ciudades alemanas y uruguayas. De esta manera, el *fanzine* cumple con la particularidad de oficiar de registro de un vínculo, con elementos que resultan significativos sólo para los involucrados pero que decidieron compartir con el mundo, lo que para Galetta implica cierto juego. “Es una creación artística física de las experiencias que vivimos juntos”, resume.

Nuevos canales

Con la democratización del acceso a internet y la multiplicación de las redes sociales el contacto de los fanzineros con sus lectores se hizo cotidiano. Además de estimular cierta fidelización de sus seguidores, el intercambio que se produce *online* les permite conocer opiniones sobre su trabajo y les ofrece la posibilidad de difundir sus materiales a un público nuevo. “Es una especie de telaraña”, dice Di Pierro. En las redes de *Casa de Balneario*, sus seguidores toman fotos de las pegatinas que encuentran en la calle y las comparten, comentan en sus imágenes, les dan una lectura diferente, complementan las frases o recomiendan nuevas.

Las redes también juegan un papel fundamental para *Polenta*, que busca promover la fotografía uruguaya con convocatorias mediante Facebook e Instagram. Su idea es que cualquiera pueda enviar imágenes y ser considerado en un próximo número. Según afirman desde el colectivo de cuatro mujeres que lleva adelante la publicación –y prefiere mantener los nombres de sus integrantes en el anonimato–, la utilización de redes “tiene que ver con la idea de poder llegar y convocar a la mayor cantidad de gente posible, y de salirse un poco de los espacios conocidos o lugares más endogámicos”.

El proyecto también trasciende lo impreso. Con el mismo espíritu de difundir obras locales, decidieron que todas las series que recibieran y no se eligieran para el *fanzine*, y con previa autorización del autor, se publicarían en su cuenta de Instagram.

Si bien se encuentra una estética similar en las diferentes ediciones –con un interés por las atmósferas inquietantes construidas por figuras fantasmales en movimiento y espacios abandonados–, también hay lugar para lo diferente con fotos intervenidas, recortadas, superposiciones, utilización de negativos y propuestas más ligadas a la fotografía social. “Intentamos proponer otros canales de difusión que no sean los tradicionales, otras maneras de hacer y de mostrar en fotografía. Abrir un poco la cancha y decir: no sólo están estos lugares de exposición y difusión; existen otros que están buenos y que no precisan estar legitimados o validados por otros, simplemente necesitan ser hechos”, afirman.

Impresiones en la era digital

No sólo las redes sociales provocaron cambios significativos en el universo fanziner. El acceso a nuevos programas de edición y diseño, junto con la impresión láser, han ampliado el campo de posibilidades para las publicaciones independientes y facilitaron enormemente su producción. Ahora, el blanco y negro neto dio lugar a una amplia escala de grises, lo que permitió la incorporación de más fotografías y obras artísticas.

“Son hijos de este tiempo”, apunta Caballero sobre los *fanzines* gráficos, y a las mejoras tecnológicas agrega la diversificación de materiales y papeles para imprimir. También cree que hay un motivo más profundo detrás del incremento de estas publicaciones: la “era visual” en que vivimos, donde la imagen parece dominar todo. A su vez, con la aparición de nuevas ventanas donde la gente puede dar a conocer su punto de vista ante un amplio público, considera que la

política ya no circula tanto a nivel de *fanzines*: “La gente se reserva su opinión para Twitter. Al menos en nuestra generación”.

Para Galetta, en cambio, el secreto se esconde en ciertas particularidades de la población de nuestro país, donde opina que hay una proporción de artistas muy superior a la de otros lugares. Al tratarse de un mercado chico, se vuelve difícil publicar con una editorial conocida, por eso cree que muchos optan por difundir su trabajo sin intermediarios. Además, señala que últimamente han aparecido más espacios donde presentar e intercambiar este tipo de materiales y que muchos proyectos creativos nuevos apuntan en esa dirección: “Nos dimos cuenta de que hay un camino más enriquecedor, que te llena un poco más, y es hacerlo vos mismo”.



Entschuldigung

Medio y mensaje

Desde algunos lugares se acusa que esa facilidad de acceso a materiales y programas de diseño generó una moda en la que la autopublicación no pasa por una necesidad expresiva, y en la que se prioriza el perfeccionismo en el diseño por sobre el mensaje. “Yo soy uno de esos que en un momento rabiaba bastante con lo de considerar todo *fanzine*”, recuerda Navia. Ahora cree que esa reticencia se desprendía de su amor por el formato antiguo, pero entiende que no tiene sentido aferrarse a una confección más primitiva si se cuenta con más herramientas.

Además, piensa que la clave está en publicar porque a uno se le da la gana, de forma independiente, y difundir información o creaciones que no circulan en publicaciones más *mainstream*: “Creo que va en una filosofía y en un movimiento que se tiene que generar, por eso hago hincapié en el colectivo, en el puesto itinerante y en la distribución física del material”.

Caballero subraya que el *fanzine* también cumple con su propia estética: la fotocopia, el *collage*, la tinta gastada. Más allá de eso, opina que lo importante, en un mundo saturado de propuestas visuales, implica cuidar y pensar lo que se quiere decir: “Cómo hacés vos, que trabajás con imágenes, para generar un contenido nuevo, que no sea una densidad más sobre lo que ya existe. Capaz que la cuestión, en cuanto a publicación visual, tenga que estar más ahí”.

Así como se discute dónde está el límite entre los *fanzines* y las publicaciones más profesionales, el otro extremo también puede resultar controvertido: ¿hasta dónde es válido utilizar recursos mínimos? Galetta piensa que producir de forma casera también puede ser difícil. “Me parece que se tiene que mostrar lo que vos querés mostrar. Es lo que importa, más allá de que lo hagas con materiales más caros o más baratos. Si lo hacés con materiales baratos y no se entiende, tenés que replantearlo”, afirma.

Aunque cada vez hay más *fanzines* ligados a proyectos artísticos, todavía parece faltar un único lugar donde conseguirlos, una conexión entre los diferentes colectivos que publican o ferias donde participen todos los involucrados. Navia es uno de los promotores de una escena más unificada, con la idea de “volver a la cultura del intercambio y esa conexión de lo artesanal de la publicación”.

No es el único desafío para los fanzineros. La incorporación de diferentes creaciones al formato parecería facilitar su acceso: es posible adquirir una versión material de la obra de un artista sin pagar un alto precio. Varios creadores opinan que esta “democratización” es relativa, o se limita a lo económico, ya que circulan en un ámbito muy reducido. Para Caballero, es fundamental “quebrar esa brecha”, que impide que determinado público acceda a las publicaciones: “El conocimiento es de todos y la experiencia estética nos corresponde a todos”. Es por eso que con su nuevo proyecto de La Kioskera –editorial que incluye varias publicaciones, entre ellas *Po-ético* y *Guía Visual de Apoyo al Turista*– va a lanzar una línea limitada a la venta para cubrir el costo de la inversión de horas, mientras que el material restante lo va a regalar y descentralizar. “La idea es que se salga del círculo, porque también se da todo en las mismas ferias, de las mismas editoriales. Eso es una medida política. Podríamos pensarlo en plata, pero no es la idea”, agrega.

Y Navia coincide: “Ciertas manifestaciones que hacemos en el contexto de un boliche, una fecha de bandas o una feria de *fanzines*, indirectamente estamos invitando a la misma gente”. Y en ese sentido, piensa que es importante realizar acciones para que su trabajo no quede reservado a una elite artística: “Está bueno moverlo, pegarlo en las paredes, pasarlo por debajo de la puerta de la gente, colocarlo en revisteros, no sólo dejar material en librerías. Hay un costo siempre, ese es el problema, pero para mí siempre valió la pena gastar en eso”.

Así, mientras ensayan nuevas formas de trascender espacios, los fanzineros continúan apostando por el papel en la era de internet, y creando imágenes que nos pueden cuestionar, impresionar o deslumbrar.

Dónde encontrarlos

Casa de Bañeario. Cuenta con siete fanzines a 100 pesos cada uno. Se consiguen en Parisson Libros, Librería Montevideo, El Castillo y El Yelmo Libros.

Polenta. Hay tres números editados. Cuestan \$ 150 y se consiguen en Casa Arbus, La Cretina o a convenir en el Centro a través de mail.

Po-ético. Vale \$ 60. Junto con la *Guía Visual de Apoyo al Turista* (\$ 250) se puede conseguir escribiendo a lakiosquerapublicaciones@gmail.com.

Mascotas Muertas. El primer número está agotado, pero en los próximos meses saldrá una nueva tirada y un segundo número. Los interesados pueden contactar a mascotasmuertas@gmail.com.

Karma sin Movimiento. Hay tres números y valen \$ 60 cada uno. Para conseguirlos es necesario contactarse al correo electrónico nohayolas.records@gmail.com.

Entschuldigung. En Uruguay hay dos números. Se consiguen en Zona Mixta - Video Foto Estudio o a través de la cuenta de Instagram Luis Mario Gallettescu. El comprador puede decidir abonar un precio entre \$ 150 y \$ 250.