

Fanzines de cómic en Bogotá y Medellín 2013 - 2014
Encuentros y divergencias en la supervivencia del cómic colombiano

Daniela Forero Sánchez
Noviembre 2015
Universidad del Rosario
Facultad de Ciencias Humanas
Periodismo y Opinión Pública
Proyecto de grado

Dedicatoria

A la mujer que siempre ha querido lo mejor para mí y nunca ha dejado de apoyarme, mi mamá Magdalena Sánchez.

Agradecimientos

Mi familia, amigos y a todos las personas en Colombia que aman el cómic y el fanzine y dedica parte de su tiempo a cultivar estas pasiones experimentando y descubriendo nuevas formas de contar.

Abstract

Esta investigación describe las dinámicas de producción y distribución de fanzines de historietas en las ciudades de Bogotá y Medellín, entre el 2013 y el 2014. Dando cuenta de la estrecha relación del formato con este lenguaje y evidenciando las estrategias que estos creadores han usado para permitir que el cómic colombiano sobreviva.

Palabras claves: Fanzine, historieta, cómic, Bogotá, Medellín.

Tabla de contenido

Capítulo 1 introducción.....	1
Objetivo.....	1
Referentes conceptuales.....	1
Capítulo 2 Antecedentes.....	4
Historieta colombiana.....	4
Fanzines noventeros.....	6
Capítulo 3 Metodología.....	9
Capítulo 4 Resultados de la investigación.....	11
Dinámicas de producción.....	11
Distribución.....	15
Capítulo 5 Historietas y la Ley de fomento al libro.....	18
Conclusiones.....	21
Bibliografía.....	24
Anexos.....	25

Capítulo 1

Introducción

Objetivo

El presente proyecto describe las dinámicas de producción de fanzines de cómic en los últimos dos años en las ciudades de Bogotá y Medellín. A través de esta investigación se busca evidenciar los esfuerzos que dibujantes, diseñadores, editores y todo tipo de amantes de la historieta han desarrollado para que este arte e industria marginal sobreviva, en un país en el que hasta hace muy poco, un cómic tenía el mismo valor cultural de una revista pornográfica, según la ley.

Referentes conceptuales

Desde sus inicios la historieta y el fanzine han establecido un estrecho vínculo. El primero siendo considerado como un lenguaje en sí mismo, se nutre de elementos de otros lenguajes como el de la ilustración, el dibujo y la caricatura, así como los de la temporalidad en donde se ven elementos del relato, del teatro y hasta el cine, pero nunca se puede llamar historieta a ninguno de estos (Barbieri, 1998). Está constituido por viñetas que se yuxtaponen en el espacio y de forma deliberada describen una secuencia, la cual transmite una información pero también puede representar una experiencia estética para el lector (McCloud, 1994).

Siendo un lenguaje, “no es un instrumento sino un ambiente que se habita, nos permite expresar nuestras ideas pero también nos permite crearlas y concebirlas dentro de sus límites propios” (Barbieri, 1998). Lo cual implica que no se ciñe a una temática exclusiva sino que puede narrar todo tipo de historias, desde las de superhéroes (con las que comúnmente se asocia) hasta relatos autobiográficos o periodísticos.

De ahí derivan las diferentes presentaciones que puede tener, como tira cómica que es un producto corto (de no más de una página) en donde la narración busca ser jocosa y generalmente tiene un tono de broma. Está la historieta o álbum de cómic que utiliza un formato de serie, en donde los personajes empiezan en un status quo que se rompe y al final de cada episodio este status es restaurado nuevamente. Los personajes no crecen, no cambian como en la vida real, después de muchos episodios y aventuras siguen siendo iguales. (Romero-Jódar, 2013).

Finalmente, está la novela gráfica que busca tener una narrativa similar a las novelas literarias en donde se intenta contar los inusuales momentos de la vida de un ser humano, es una imagen del hombre y de su esencia, en la cual los personajes cambian, envejecen y por lo tanto transforman sus circunstancias y su identidad. (Romero-Jódar, 2013).

En cuanto a los fanzines, son publicaciones independientes de bajo costo que no se ciñen a los lineamientos tradicionales de las publicaciones impresas. De igual forma, también se relacionan con la filosofía de “Hazlo tú mismo”, porque implican que el creador los imprima y distribuya él mismo. En general, suelen ser elaborados por fanáticos de grupos musicales, artistas, películas, historietas, entre otros. Pero su intención surge de una expresión personal de índole artístico o político que puede ser interpretada como una forma de resistencia a la cultura dominante (Cardona, F, 2011).

Estas publicaciones también aparecen por una saturación de los espacios publicitarios en donde hay ideas que se quieren manifestar y autores o creadores que quieren ser leídos (Cabrera, W. 1997). Esta situación evidencia una falta de espacios de comunicación para minorías en los medios tradicionales. Sus formatos son limitados para la expresión de sus ideas ya sea por la censura, la rigidez y la seriedad con la que estos medios suelen manejar la información.

Los intermediarios son otra limitante. En los medios tradicionales existen editores, patrocinadores, gerentes etc., que van a mediar ese proceso de publicación; en el caso de los fanzines el proceso es directo. Además, en el aspecto económico es más sencillo autogestionar este tipo de publicaciones alternativas que pueden representar un canal de expresión temporal y que no implican todo el andamiaje de un medio de comunicación tradicional. (Cardona, F, 2011).

Teniendo en cuenta lo anterior, el fanzine puede ser un medio para que el cómic sea conocido por un público en específico o el cómic puede ser un contenido más de los múltiples que se manejan en este medio de comunicación alternativo.

Capítulo 2

Antecedentes

Historieta colombiana

Hay muchas razones por las que la industria nacional de la historieta ha tenido un escaso desarrollo en comparación con otros países de Latinoamérica como México, Brasil y Argentina (Merino, 2011). Entre ellas se cuenta el bajo índice de lectura, en promedio una persona lee 2,2 libros anualmente frente a países como Portugal o España en los que se leen 10.3 y 8,5 respectivamente. (“Libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica” 2012).

También la producción editorial anual en el país (16.031) es baja comparándola con otros países de la región como Brasil (78.288), México (29.524) y Argentina (28.010). (“Libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica” 2015). Además, la historieta ha sido relacionada tradicionalmente con los niños y preadolescentes; y con las historias de superhéroes, siendo considerada a su vez como un género menor de la literatura, lo que se ha convertido en un limitante para que otro tipo de públicos se interesen por ella.

Además, el 22 de diciembre de 1993 se promulgó la Ley de Democratización y Fomento al Libro Colombiano. Su objetivo general era promover e impulsar la industria editorial colombiana y la transmitir el conocimiento a través de la lectura, investigación y publicación de trabajos de interés científico y cultural, mejorando la calidad de vida de la población colombiana.

Para lograr esto, la ley contemplaba ciertos beneficios y la exención del pago de algunos impuestos que permitieran un abaratamiento en los costos de producción, distribución y consumo de libros. Y por lo tanto presentaba una definición de lo que es este bien: “Se

consideran libros, revistas, folletos, coleccionables seriados, o publicaciones de carácter científico o cultural, los editados, producidos e impresos en la República de Colombia, de autor nacional o extranjero, en base papel o publicaciones en medios electro-magnéticos” (Ley No. 98, 1993).

Pero este amplio espectro se ve reducido con la siguiente afirmación: “Se exceptúan de la definición anterior los horóscopos, fotonovelas, modas, publicaciones pornográficas, tiras cómicas o historietas gráficas y juegos de azar” (Ley No. 98, 1993). Esta excepción excluyó a la historieta en Colombia de toda una serie de beneficios que aunque no son la única causa por la cual nunca hubo un desarrollo de esta industria en el país, si fue una manera de desalentar a las editoriales a promover este tipo de proyectos o importar historietas extranjeras, pues llegaban a unos costos muy altos.

Algunos de los beneficios de los que se excluyó al comic fueron al Número Estandarizado de Identificación Internacional del Libro (ISBN). Un requisito indispensable para ingresar al mercado internacional. “No podían registrarse como historietas y se debía buscar otra clasificación”, (E. Iannini, comunicación personal, 20 de septiembre de 2015).

Pero quizás algo que impactaba más al consumidor final, sobre todo al consumidor de historietas importadas, era que éstas no estaba exentas del impuesto del IVA. Lo que aumentaba entre un 15 y 20 por ciento el costo de estas publicaciones con respecto a otro tipo de libros. Además, tampoco tendrían tarifas postales especiales para envíos hacia el exterior o a nivel nacional. Y aunque quizás esto se contemplaba para libros con un gran tiraje, los cuales rara vez eran historietas, sin duda era una manera tácita de decir que los cómics no tenían un valor cultural y artístico equiparable al del resto de libros que sí gozaban de este tipo de beneficios. Solo hasta el 2012, después de una importante contienda jurídica se logra cambiar la ley.

A pesar de esto, la historieta ha estado presente desde principios del siglo XX, la primera tira cómica colombiana aparece en el año 1924 en el diario de la tarde: Mundo al día. Se llamaba “Mojicón” y su creador era Adolfo Samper (Rincón, 2000). Desde entonces hasta la fecha han surgido cada vez más creadores, dibujantes y guionistas; los temas se han transformado de la copia de trabajos extranjeros hasta la construcción de temas propios como “Virus Tropical” la novela autobiográfica de PowerPaola o “Los once” primera novela gráfica digital colombiana cuyo tema principal es la toma del palacio de justicia (Rincón, 2000). Incluso la biografía de Gabo también fue adaptada al cómic y publicada por Rey Naranjo editores recientemente.

Y así, sin duda hay muchos más ejemplos de distintas publicaciones han empezado a surgir y de editoriales independientes como Robot, Rey Naranjo o Laguna que se están interesando en este tipo de proyectos y que les ven potencial para enganchar a un público muy particular que está interesado en estos temas.

Pero este auge apenas empieza y en los años noventa la historia era distinta. Los historietistas eran el gremio que luchaba por visibilizarse y los fanzines eran el medio de comunicación que, en una sociedad como la colombiana, les brindó la oportunidad de darse a conocer y de llegar a un público.

Fanzines noventeros

A mediados de los años ochenta y toda la década de los noventa, se enmarca una de las más grandes producciones de fanzines en el país. “Fueron años de gran descreimiento, marcados por la violencia del narcotráfico, los conflictos sociales inherentes a la guerra con la guerrilla y a una sociedad atrasada, intolerante y represiva” (D. Guerra, comunicación personal, abril 2015). En entrevista, el historietista Diego Guerra, creador del blog 68 Revoluciones, asegura que este contexto en el que vivían los colombianos hizo que la

juventud tuviera una gran necesidad de expresión. “Por lo menos surgieron unos 50 o 60 fanzines por todo el país, era una época en la que las personas tenían muchas ganas de hacer cosas, de crear y eso fue muy bonito, aunque no se profesionalizó”. (D. Guerra, comunicación personal, abril 2015).

Además, el fanzine cumplía con la función de mantener informada a esa generación de jóvenes interesados en los elementos culturales underground, donde la estética y la ideología punk estuvo muy presente. “El uso del internet a penas se estaba implementando, no era como ahora y para uno era la única manera de conocer de música, películas e historietas que no llegaban a Colombia”, (D. Guerra, comunicación personal, abril 10, 2015).

Tanto como canal de comunicación y forma de expresión de una generación, el fanzine fue un reflejo importante de las realidades de muchos jóvenes. Un ejemplo puede ser Medellín, donde se vivía una época de gran violencia, 3.000 punkeros fueron asesinados entre 1988 y 1991; esto estuvo acompañado del movimiento musical de ‘punk Medallo’, en el que grupos como IRA marcaron un hito, según cuenta el documental ‘A la postre subterránea’, producido por La Ramona proyectos.

De igual forma, el fanzine es considerado como un fenómeno propio del siglo XX, relacionado con la explosión de conglomerados mediáticos y tecnológicos. “En los años 30 y 40 la Ciencia Ficción en los Estados Unidos encontraba en las publicaciones auto-gestionadas una manera de dar a conocer sus historias futuristas” (L. Medina. Comunicación personal, febrero, 2015), comenta Luis Fernando Medina, quien es parte del colectivo Sursystem, publicación de música, globalización y mestizaje; desde Cali es uno de los más persistentes proyectos de comunicación alternativos del país.

Un segundo momento será en los años setenta con el punk, “producto de la decepción del movimiento contracultural hippie, de la resistencia a la toma del ámbito del entretenimiento

por el mundo corporativo, y de la desconfianza en unos medios cada vez más lejanos del ciudadano común y más cercanos a los grandes círculos de poder económico”, (L. Medina. comunicación personal, febrero, 2015). “El punk dio un valor estético al fanzine y lo convirtió en un medio de agitación. Los adolescentes lo crearon como órgano de difusión de la nueva onda musical” (B. Greiff, comunicación personal, noviembre 2014), asegura Boris Greiff, diseñador gráfico, profesor, estudioso del fanzine y creador de Ficciorama; uno de los más respetables proyectos fanzineros de Bogotá que continúa circulando cada mes.

En el caso del cómic, el fanzine representa el primer paso que debe seguir un creador cuando comienza su carrera. Esto le permite dar a conocer su trabajo por lo menos entre sus amigos y compañeros más cercanos así como por otras personas del gremio. La libertad del fanzine le permitirá construir un estilo propio y muy personal (si es lo que desea) y dependiendo de la calidad de su dibujo y de la historia en sí misma, puede ser invitado a participar en proyectos más grandes y complejos con otros artistas del gremio e incluso con algunas editoriales. Y esa era la premisa de la que partió la investigación.

Capítulo 3

Metodología

El método central para desarrollar la investigación fue la etnografía. Las investigaciones periodísticas trabajan con información de carácter social y dicha información puede ser obtenida de diversas fuentes. La etnografía es el método de investigación social por excelencia: El etnógrafo, o la etnógrafa, participa, abiertamente o de manera encubierta, de la vida cotidiana de personas durante un tiempo relativamente extenso, viendo lo que pasa, escuchando lo que se dice, preguntando cosas; o sea, recogiendo todo tipo de datos accesibles para poder arrojar luz sobre los temas que él o ella han elegido estudiar (Hamme & Atkinson, 1994).

La etnografía también trabaja con una amplia gama de fuentes de información y nos recuerda que al realizar una investigación social siempre es necesario participar del mundo social y reflexionar sobre esta participación tomándola también como parte del objeto de estudio (Hamme & Atkinson, 1994). Esto permite entender nuestro papel en este mundo social y también definir nuestras acciones y línea de análisis para acercarnos al fenómeno de interés.

Para este tema de investigación en particular fue pertinente utilizar esta metodología porque era necesario acercarse al gremio de los creadores y fans del cómic, particularmente los interesados y conocedores de la producción colombiana en el campo de los fanzines. La observación se realizó de forma abierta visitando librerías, tiendas, centros culturales, fiestas, reuniones y todo tipo de espacios en los que estos creadores y sus producciones estaban presentes.

De este proceso se sacaron varias conclusiones, pero esto fue complementado con entrevistas estructuradas y semiestructuradas con editores, creadores y fanáticos de estas publicaciones independientes, que permitió evidenciar sus puntos de vista, opiniones y los roles que

desempeñaban al interior de esta incipiente industria. En total fueron más de 30 entrevistas en las que participaron creadores, editores, distribuidores y estudiosos del tema tanto de Medellín como de Bogotá, teniendo en cuenta que el trabajo de campo y observación se desarrolló en estas dos ciudades de forma presencial y directa.

Por supuesto, la revisión bibliográfica y documental del tema, los textos académicos, artículos periodísticos y trabajos audiovisuales contribuyeron para construir y ambientar estas dinámicas de producción que la investigación buscaba describir.

Capítulo 4

Resultados de la investigación

Dinámicas de producción

Al momento de hacer un fanzine es importante tener en cuenta desde qué perspectiva lo están viendo quienes deciden realizarlo, qué profesiones tienen, si es una persona en solitario o un colectivo y qué tantos conocimientos técnicos se poseen en temas de diseño, impresión y formatos de presentación. (M, Magan, entrevista por skype, agosto 2014).

¿Por qué es importante saber esto? Porque el fanzine es una fuente abierta de posibilidades, donde caben y cada día surgen miles de opciones, no es algo definido y es precisamente su naturaleza versátil y cambiante lo que lo hace tan interesante para ciertas personas. Por eso el fanzine de cómic que se hacía en los años 90 en Colombia ya no es el mismo que se hace hoy, ni tiene la misma función o utilidad. “Los fanzines han cambiado mucho, porque han cambiado sus editores y autores. Cambian los contenidos, el diseño, la forma de editar y la forma de distribuir” (M, Magan, entrevista por skype, agosto 2014), dice Mon Magan, creativo editorial español que lleva varios años investigando el fanzine en su país.

Los fanzines pueden hacerse en solitario (Ficciorama), en parejas, grupos de colaboración definidos (Ectoplasma) o por convocatoria abierta en la que se pone un tema y cualquier persona puede enviar sus propuestas (Chalupa). Esta última forma permite que en un solo trabajo haya propuestas de diferentes ciudades y se establezcan vínculos importantes. Muchas veces en este tipo de convocatorias participan personas que no hacen fanzines normalmente y que no están dedicados a ello, ni les interesa hacer el suyo propio.

Además las historietas no siempre son el contenido central, y puede que se usen solo a veces como una manera para desarrollar más fácilmente un tema. El método de recortar y pegar es

uno de los más usuales en la elaboración de cualquier fanzine, así como el uso de máquina de escribir para los textos. Pero en el caso de las historietas, algunos creadores usan programas de dibujo vectorial mientras que otros prefieren hacer las viñetas a mano y luego escanear los dibujos y modificarlos en Photoshop.

Además, las motivaciones para hacer fanzines han cambiado para los creadores de historieta, ya que el principal interés no es dar a conocer su trabajo o mantener informada a una generación en temas de la cultura underground, como ocurría en los noventa. Internet, los blogs y distintas redes sociales como Facebook, Pinterest y Tumblr les permiten en muy poco tiempo compartir su trabajo, sin necesidad de tomarse la molestia de imprimirlo, y garantizando que podrá ser visto por muchas más personas. Lo mismo ocurre con películas, música o cómics que antes eran muy complicados de conseguir y ahora pueden encontrarse fácilmente en internet. Entonces podría decirse que hay otras motivaciones que los hacen llegar al papel.

Es claro que tanto en Bogotá como en Medellín hay dos tendencias muy bien definidas. Los que ven a la historieta con un enfoque comercial y de negocio y les interesa cien por ciento impulsar una industria con este tipo de publicaciones. Por otra parte, están los que lo hacen por ‘amor al arte’, por una necesidad de exploración artística que no recibe una remuneración de vuelta.

En realidad, aquellos que quieren vivir o recibir dinero por sus publicaciones de historieta no usan ya el fanzine como medio para darse a conocer. Si quieren formar una marca en este medio ya no necesitan de eso. Champe Ramírez y su fundación El cómic en línea acá en Bogotá y Oscar Granda (comicfan) en Medellín, tratan de crear una industria más sólida con eventos como el Salón del Cómic donde buscan difundir el trabajo de los artistas en diferentes

ámbitos y también captar talentos para servirles de intermediarios con personas de la industria norteamericana.

Y dentro de este sector hay varios colectivos que con cierta periodicidad producen revistas que ya no tienen ese toque underground, sino que buscan resaltar su profesionalismo, como el colectivo de GO UP. Y son el tipo de publicaciones que pueden encontrarse en eventos como el SOFA en Bogotá o el Comicon en Medellín con más frecuencia.

Por otra parte, están quienes todavía siguen amando el formato del fanzine, más por sus posibilidades de exploración que por las de negocio. “Me gusta analizarlos, ver qué me dicen, y me gusta mucho coleccionarlos por fetiche, me gusta preguntarme acerca de por qué surgieron y a que movimientos o corrientes culturales responden” (A. Giraldo, comunicación personal, noviembre 2014), explica Andrés Giraldo, creador del fanzine No Rock and Roll entre muchos otros de la capital paisa.

Giraldo también es miembro del Club del Dedo y con Marco Noregna montaron el proyecto No cómics, llevando la experimentación al límite de las definiciones de lo que es fanzine o historieta. “Cuando nace No cómics la idea era publicar comics no tradicionales, que no parecieran cómics y que hablaran del cómic críticamente” (A. Giraldo, comunicación personal, noviembre 2014).

Pero los productos de esta nueva y renovada alianza con el fanzine también han generado críticas por parte de quienes defienden a capa y espada el papel de éste como un medio incendiario, transgresor e irreverente que debe adoptar una postura política clara y transmitirles un mensaje coherente a las personas. “El tono que predomina es la primera persona y las temáticas generalmente giran alrededor de la anécdota intimista que falla en conectar con un discurso más universal” (Medina, L. 2014).

De cualquier forma, más allá de sus contenidos y de los debates que pueda seguir generando este formato, hay algo evidente y es que no hay gran diferencia entre la manera como se hace fanzine de historieta en Bogotá y en Medellín. En la parte de producción se usan programas y dinámicas similares.

Vale la pena mencionar quizás la camaradería de Medellín, en donde existen diferentes espacios para que los artistas que desarrollan este tipo de productos se reúnan a dibujar sus propios proyectos y formen redes de apoyo creando un fuerte vínculo de solidaridad como el Club de Dibujo el Dedo o en su momento los creadores de Robot. “Yo la verdad estoy más interesado en apoyar y comprar el trabajo de mis amigos, que en comprarme un libro de una editorial”, (A. Giraldo, comunicación personal, noviembre 2014).

Por otra parte, en Bogotá los proyectos que más duración han tenido, han sido iniciativas individuales como Ficciorama o Colombian Trash. Y aunque en el medio todos se conocen como es normal, tienden a reunirse en otro tipo de eventos o actividades más públicas y no tan íntimas como en la sala de una casa. Eventos como el Festival E- Zine organizado por La Ramona Proyectos, permiten el encuentro de estos creadores para mostrar sus trabajos, dirigir debates, charlas y hacer presentaciones de material audiovisual. Sin embargo, todo maneja un tono amable pero más distante y los procesos de creación terminan desarrollándose en solitario, en su mayoría.

¿Desde cuándo son fanzines?

La manera de nombrar estas publicaciones también es algo que ha cambiado. La palabra fanzine es algo reciente que vino con posterioridad al 2005 como muchos de los entrevistados coinciden, esto implica que antes no se llamaban fanzines a las publicaciones independientes de historietas en el país. Andrés Bustamante de la Ramona Proyectos dice:

“Nosotros no sabíamos que lo que estamos haciendo eran fanzines, queríamos hacer revistas y creíamos que eran eso”, (A. Bustamante, comunicación personal, septiembre de 2014)

Distribución

Las ferias, eventos, reuniones y grupos de creación son parte de la historia de estos productos de fanzine y cómic. Bares alternativos, cafeterías de barrio, un salón después de clase o la sala de un buen amigo, son los lugares donde se gestan toda serie de fugaces proyectos. Tanto en Medellín como en Bogotá, las zonas donde hay más escena fanzinería son en los centros culturales de estas ciudades. En el caso de la capital del país los alrededores de la Candelaria y Chapinero parecen los lugares por donde más transitan este tipo de productos.

Lo mismo ocurre en Medellín en donde un par de bares, panaderías y librerías tradicionales como Palinuro en el centro de la ciudad, son los sitios predilectos de estos creadores para dejar sus trabajos. Aunque algunos lugares en el sector del Poblado también están abiertos a recibirlos como La Intangible. En Bogotá, la Librería Francesa y la Madriguera del Conejo son los espacios que se salen un poco de la zona tradicional para encontrar fanzines. Por supuesto la Universidad Nacional y la de Antioquia también se prestan para estos intercambios, así como las facultades de Artes y Diseño de muchas otras universidades.

La distribución de estos productos siempre ha sido una de los mayores retos y ahí radica su marginalidad. Empezando por el desconocimiento de la gente frente a este tipo de productos y formatos. “Pensaban que íbamos a pedirles plata, por eso a veces se las dábamos a los habitantes de la calle para que nos ayudaran a repartirlas” (I. Waters, comunicación personal, septiembre de 2014), asegura Inu Waters de Colombian Trash. Además, al no ser muchos ejemplares y no tener un valor comercial muy alto, resultaba engorroso llevarlas a las librerías o cafés y dejarlas en consignación para luego volver por las pequeñas ‘ganancias’ que podrían generar.

Su tiraje no supera los 3000 ejemplares en el mejor de los casos. Y esto ocurre cuando se da por una beca o apoyo financiero de alguna entidad pública o privada, como en el caso de Robot cuya producción ha sido subsidiada en varias ocasiones por becas de la Alcaldía de Medellín.

Por otra parte, este quehacer del fanzine comienza para la mayoría a muy temprana edad - entre los 17 y 18 años, o incluso antes-. Perdura durante la época de la universidad y la mayoría terminan por abandonarlo al poco tiempo de empezar a trabajar en sus carreras. “Vas creciendo y vas teniendo nuevos medios, en ese entonces sacábamos fotocopias porque teníamos 15 años y ahora somos mayores, tenemos más ingresos, mejores trabajos y estamos dispuestos a sacar libros. Hemos crecido y los medios que utilizamos también, a punta de prueba y error; y muchos fracasos” (J. Benjumea, comunicación personal, noviembre 2014), asegura Joni Benjumea, integrante de Robot.

Aunque esta fórmula no se cumple siempre. Un caso que se escapa a la regla es el de Boris Greiff y Ficciorama, un proyecto que inició cuando este profesor de la Universidad Tadeo Lozano empezó su maestría en estudios culturales. Otro caso es el de Marco Noregna y Álvaro Vélez en Medellín quienes, cada uno con sus proyectos, han hecho que el fanzine y el cómic sigan siendo parte de sus vidas a pesar de tener más de 35 y 40 años respectivamente.

Y como para esto no hay reglas exactas, no hay que olvidarse de los que cada vez que tienen tiempo o inspiración siguen sacando alguno que otro proyecto fanzinerero y comiquero. “Es una cultura del voz a voz, del encuentro con el autor” (P. Pérez, comunicación personal, noviembre de 2014), comenta Pablo Pérez, periodista e historietista de Medellín.

Y es claro que un fanzine al ser abierto, tan dado a la creatividad y a la expresión, para algunos representa la esencia de sus creadores. “Para hacer un fanzine se necesita una cierta personalidad y un cierto carisma, don de gentes. Como es algo de autogestión en realidad tú

estás vendiendo tu personalidad” (M. Bustos, comunicación personal noviembre 2015), afirma Miguel Bustos, uno de los fundadores de CasaTinta, espacio de difusión y creación para ilustradores en Bogotá.

De igual manera, en este proceso de distribución también está imbuido un poco la cultura del trueque, crear un lazo distinto con las personas que no esté mediado por el dinero. Por ejemplo Boris Greiff de Ficciorama, solo cobra una edición especial que sale para la feria del libro en Bogotá y las demás ediciones las distribuye gratis. Y Álvaro Vélez desde que inició con este proyecto de la gacetilla Robot lo pensó como algo gratuito. “Por lo general sacábamos 1000 ejemplares, íbamos y los repartíamos, chévere, a veces incluso nos regalaban trago, drogas y todo” (A. Vélez, comunicación personal, noviembre 2015), asegura Vélez.

Por eso no solo los lugares, sino también los eventos muchas veces coinciden con estos espacios. Y son estos los que cultivan la cultura de la oportunidad, del encuentro para poder mostrar los trabajos y fanzines de todo tipo o para traer a discusión el tema de la historieta, su valor e importancia culturalmente hablando.

Capítulo 5

Historietas y la ley de Fomento al Libro

Inclusión de cómic

En 2012, la sentencia C-1023 la corte constitucional falla a favor de los historietistas colombianos, incluyendo al cómic dentro de los beneficios de esta ley. Hubo varios grupos que demandaron al mismo tiempo, pero dentro de estos se cuentan el grupo de amigos de Ricardo Espinoza, el esposo de la historiadora Diana Uribe.

Espinoza era economista de profesión, pero esto no le impidió convertirse en un asiduo coleccionista de historietas. Llegó a reunir más de 5mil títulos en su biblioteca, que ocupaban estantes de pared a pared. Los que lo conocieron aseguran que fue un hombre muy carismático y por eso reunió a lo largo de su vida muchos amigos.

Él junto a su esposa, crearon el Club del Cómic el Corto Maltés, donde se reunían todo tipo de artistas, creadores, guionistas o simplemente amantes del cómic. Fue precisamente de este grupo que surgió la inquietud de modificar esa ley que estaba perjudicando la historieta colombiana.

Espinoza falleció debido a las complicaciones que sobrevinieron por su diabetes a principios del 2012. Pero la demandan la retomaron sus amigos del Club, entre ellos Elianna Iannini y Juan Camilo Medina, abogado de la U. del Rosario. Elianna lideró la producción de un texto sobre la importancia del cómic para la educación y la cultura, mientras Juan Camilo se encargó de terminar de redactar la demanda. “Le metimos el pecho a esto porque sabíamos que era lo que Ricardo quería. Él amaba los cómics y nosotros también” (E. Iannini, comunicación personal, septiembre 2015).

¿Quién apoyó al cómic?

Dentro de los conceptos que la Corte Constitucional solicitó estaban varias universidades, el Ministerio de Cultura, la Dirección Nacional de Derechos de Autor, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe CERLALC, la Cámara colombiana del Libro, el Ministerio de Hacienda y crédito público, y por supuesto la Procuraduría.

Dentro de estas participaciones cabe mencionar que el concepto del Ministerio de Cultura no fue muy favorable. Por su parte, la Dirección Nacional de Derechos de Autor tampoco vio una violación de la protección a los derechos de los autores de historietas al no estar incluidos en estos beneficios, y el Ministerio de Hacienda y Crédito Público consideró ideal que la ley hiciera la diferenciación entre aquellos texto que tenía un aporte cultural y científico, y los que no.

El debate lo complementaron las universidades Nacional, Rosario, Los Andes y Tadeo Lozano, así como la CERLAC. Cada una aportó diferentes argumentos que resaltaban la exigencia y complejidad de crear una novela gráfica o historieta al tener que empezar de cero, construyendo los personajes, la ambientación, los diálogos, etc. De igual manera, también se hizo énfasis en la legislación de otros países como Argentina o España, con respecto a la definición del libro. “En las legislaciones a que alude, se determinan beneficios para los libros y publicaciones periódicas, sin distinguir su carácter científico o cultural, ni mucho menos excluyendo de tal categoría a manifestaciones literarias o artísticas como el cómic, e incluso la fotonovelas”, (C- 1023/2012 el 2 de diciembre).

Finalmente, lo que más le sorprendió a los demandantes fue el concepto favorable de la Procuraduría: “El excluir estos textos en una ley de fomento a la lectura, por razón de su lenguaje, resulta injustificado y contraproducente. Injustificado, porque estos textos pueden

tener contenidos científicos y culturales valiosos. Contraproducente, porque priva a algunos lectores incipientes de la oportunidad de acercarse al mundo de las letras y, por medio de él, a la ciencia y la cultura”, (C- 1023/2012 el 2 de diciembre).

De esta manera, la corte concluyó que el trato diferenciado que se le daban a las publicaciones de historietas era discriminatorio e injusto, que vulneraba los derechos de autor, al mismo tiempo que no aportaba nada al cumplimiento del objetivo de promover el acceso democrático a la lectura y la industria editorial.

Conclusiones

- Durante los años noventa hubo un gran boom de fanzines de historieta en Colombia. Pero después del 2000, su producción se ha mantenido y no han cesado de aparecer nuevo grupos, proyectos y publicaciones; caracterizadas por ser volátiles, de un pequeño tiraje y de dos a máximo tres números.
- El uso de la palabra fanzine para denominar este tipo de publicaciones es reciente, de hace menos de 8 o 7 años. En los noventa quienes producían estas publicaciones las consideraban como 'revistas' o 'publicaciones alternativas'. Y mucho tiempo después se dieron cuenta que lo que estaban haciendo podía ser considerado como fanzine.
- Estos proyectos tienen su auge durante la época universitaria de sus participantes y sus primeros años de trabajo. Después de ese punto son pocos los que continúan con estos proyectos porque nuevas responsabilidades, la falta de una retribución monetaria por estos trabajos y el interés de crear publicaciones más serias los hacen abandonarlos.
- Dentro de lo que se denomina fanzine cabe una gran diversidad de publicaciones, desde revistas con una producción bastante elaborada, hasta una hoja de cuaderno en la que se dibuja algún personaje o se escribe un mensaje. Por eso es que dentro de esta categoría clasifican revistas como Agente Naranja y también hojitas más sencillas como las que producen algunos de los miembros del Club del Dedo en Medellín.
- Además, muchos de los fanzines que puede encontrarse son producciones colectivas y colaborativas, en las que se ven páginas enteras con poemas, ilustraciones o fotos y en medio de estas puede verse una que otra página de historietas. Lo que quiere decir que muchos de los fanzines, aunque sí contienen tiras cómicas en sus páginas, no son exclusivamente de este tipo de lenguaje.
- Comparativamente no hay diferencias sustanciales en la manera como se hace fanzine en Medellín y Bogotá. De hecho la organización, los eventos y lugares de la ciudad

donde se distribuyen estos productos son muy similares, por eso no hubo un punto de comparación y se decidió hacer más bien una descripción general de estas dinámicas imperantes en las dos ciudades.

- Una de las suposiciones de las que partió esta investigación fue que los artistas hacían los fanzines por el interés de mostrar sus trabajos. Esto no es del todo falso, ya que en algunos casos sigue siendo así. Sin embargo, es imposible negar que la finalidad del fanzine como medio ha cambiado en la sociedad colombiana a raíz de la masificación del acceso a internet y de todas las plataformas (Blogs, Facebook, Twitter, Pinterest y Tumbler) que permiten producir contenido propio para la red a muy bajo costo y sin necesidad de filtros o intermediarios. Por esta razón, el fanzine se convierte en una herramienta de experimentación para todo tipo de profesionales como diseñadores, artistas y comunicadores sociales, más que una opción para simplemente mostrar sus trabajos.
- No todos los que hacen fanzines de historietas tienen el interés de convertir este proyecto en algo comercial y sus temáticas difícilmente podrían convertirse en algo masivo. Ellos escriben y crean con gran libertad para un público reducido que está interesado en este tipo de propuestas y que por lo general también produce fanzines o ha participado en este tipo de proyectos.
- Los matices y la complejidad de este fenómeno, no solo en sus dinámicas de producción sino también en sus temáticas, contenidos y formatos, es sin duda una clara muestra de aquello que caracteriza a cada sociedad y cultura. Por lo tanto, considero que éste solo es el inicio de muchas más preguntas e interrogantes que han surgido y surgirán para próximos trabajos de investigación.
- Es claro que la inclusión de las historietas en los beneficios de la Ley del Libro de 1993, apenas comienza a beneficiar a las personas que importan estas publicaciones

del extranjero. Es muy pronto para determinar el impacto real que tendrá el cambio de la ley en las personas que se dedican hacer cómic o que gestionan eventos relacionados con éste.

Bibliografía

Barbieri, D. (1998). Los lenguajes del cómic. Barcelona: Paidós Ibérica.

Cabrera, W. (1997). Contracultura y medios escritos no masivos (Fanzines). Un acercamiento al contexto teórico de la revista el gusano. (Tesis de pregrado en Comunicación Social y Periodismo), Universidad Autónoma de Occidente, Cali, Colombia.

Cardona, F. (2011). Década de fanzines y publicaciones independientes en Cali. Papel de colgadura, 5, pp. 52 - 57.

CERLALC. (2012). Libro en cifras. Boletín estadístico el libro en Iberoamérica. Bogotá: UNESCO - CERLALC.

CERLALC. (2015). Libro en cifras. Boletín estadístico el libro en Iberoamérica. Bogotá: UNESCO - CERLALC.

Hamme, M., & Atkinson, P. (1994). Etnografía: Métodos de investigación. Barcelona: Paidós.

Medina, L. (2014). Presiona Intro para fanzinear. Noviembre 17, 2015, de Iletrada. Sitio web: <http://i.letrada.co/n22/articulo/tras-escena/112/presiona-intro-para-fanzinear>

Merino, A. (2011). Entre el margen y el canon: pensamiento discursivo alrededor del cómic latinoamericano. Revista Iberoamericana, LXXVII (234), pp. 13 - 18.

Romero-Jódar. (2013). Comics Books and Graphic Novels in their Generic Context. Towards a Definition and classification of a Narrative Iconical. *Atlantis*, 117 - 135

Ley N° 98. Diario Oficial de la República de Colombia, Bogotá, 22 de diciembre de 1993.

Rincón, B. (2000). Museo Virtual de la Historieta colombiana. Recuperado el 2 de septiembre de 2013, de <http://www.facartes.unal.edu.co/muvirt/cronologia/dosmil.html>

Colombia. Corte constitucional. Sentencia núm. 1023/12 del 2 de diciembre.

Anexos

Canciones de vídeos

Vídeos: ¿Qué es cómic?, ¿Qué es un fanzine?

Tema: Love Dimension

Autor: Lele Rambelli

Sitio de descarga: <https://www.jamendo.com/album/64577/a-love-dimension/> Marzo del 2015.

Autorizaciones para uso de imágenes en los vídeos

Miguel Bustos / Casa Tinta

Miguel Bustos + Mensaje nuevo   

¿Cómo estás?
Soy Daniela Forero
La chica que te entrevisto el año pasado para su tesis. Ya le voy a entregar y quería pedirte permiso para usar tu imagen en uno de los vídeos que aparece en la presentación

 **Daniela Forero Sánchez** 12/11/2015 22:07
https://www.youtube.com/watch?time_continue=18&v=_TN5p_XqLLk

Definición fanzine
Varios artistas definen lo que es el fanzine.
youtube.com

 **Miguel Bustos** 12/11/2015 22:39
Hola, claro, no hay lio

Andrés Bustamante

Andrés Frix Bustamante

+ Mensaje nuevo



y quería saber si estas de acuerdo con que use algunos apartes de la entrevista que te hice en uno de los vídeos de mi proyecto.



Daniela Forero Sánchez

12/11/2015 22:09

https://www.youtube.com/watch?time_continue=18&v=_TN5p_XqLLk

Definición fanzine

Varios artistas definen lo que es el fanzine.
youtube.com



Daniela Forero Sánchez

12/11/2015 22:12

También quería preguntarte como puedo contactar a Inu



Andrés Frix Bustamante

12/11/2015 23:03

hola

dale a Inu lo contactas en colombiantrash@hotmail.com

Boris Greiff

Ficci Orama

+ Mensaje nuevo



año pasado para mi tesis de grado y quería consultarte si puedo usar tu imagen y algunos apartes de esa entrevista en un vídeo incluido en mi proyecto.



Daniela Forero Sánchez

12/11/2015 22:17

https://www.youtube.com/watch?time_continue=18&v=_TN5p_XqLLk

Joni Benjumea

+ Mensaje nuevo



Como vas:

Soy Daniela Forero Sánchez, C.C 1018421657

te entrevisté para mi tesis

y quería pedir tu autorización para usar tu imagen en algunos de los videos del proyecto.



Daniela Forero Sánchez

12/11/2015 22:44

<http://www.fanzinecomic.co/>

Fanzicom | Todo lo que descubrí cuando mi curiosidad se encontró con el fanzine y la historieta...

La historieta y el fanzine han caminado de la mano por distin...
fanzinecomic.co

viernes



Joni Benjumea

13/11/2015 9:20

Hola Daniela, cómo vas. Claro, dale. No hay lío, sacá lo que querás del blog.

Marco
Noreña

Henry Díaz

+ Mensaje nuevo



Hola Henry

¿Cómo estás?

Soy Daniela Forero Sánchez, C.C 1018421657
te entrevisté para mi tesis
y quería pedir tu autorización para usar tu imagen en algunos de
los videos del proyecto.



Daniela Forero Sánchez

12/11/2015 22:49

https://www.youtube.com/watch?v=_TN5p_XqLLk

Definición fanzine

Varios artistas definen lo que es el fanzine.
youtube.com



Henry Díaz

12/11/2015 23:14

¡Hola! bien todo, gracias por preguntar espero que tu tambien
estes bien que bueno ver esto y dale usame jajajaja de una
dale luego si hay mas me muestras que full.

Jim Pluk

+ Mensaje nuevo



Inicio de la conversación jueves



Daniela Forero Sánchez

12/11/2015 22:52

Hola Jim ¿Cómo estás?

Soy Daniela Forero Sánchez, C.C 1018421657
te entrevisté para mi tesis
y quería pedir tu autorización para usar tu imagen en algunos de
los videos del proyecto.



Daniela Forero Sánchez

12/11/2015 22:52

https://www.youtube.com/watch?v=_TN5p_XqLLk

Definición fanzine

Varios artistas definen lo que es el fanzine.
youtube.com



Jim Pluk

12/11/2015 22:58

Hola! Queddò súper! Claro que sí!

Daniela Forero <forerosanchezdaniela@gmail.com> 25/10/14 ☆

para thardor ▾

Hola Pablo ¿Cómo has estado? Espero muy bien.
 Soy la periodista que te contactó por twitter. Mira como te comentaba mi tesis se enfoca en la producción de Fanzine Cómico en Bogotá y Medellín en los últimos años, pero con el paso de la investigación cada vez voy encontrando más y más cosas que me sorprenden bastante y me interesan mucho, cómo lo que tú haces. Voy a viajar el 2 de noviembre a Medellín y estaré hasta el 12 de ese mes. Ahora estoy organizando la agenda y contactando a todas las personas que veré en la ciudad, pero aún no he concretado ninguna cita entonces si quieres dime que día te queda mejor en esas fechas y de una vez cuadramos ese día. ¿Qué te parece?

12 mensajes más antiguos

Daniela Forero 12 nov. (hace 5 días) ☆

Soy Daniela Forero Sánchez con C.C 1018421657, y quería pedir tu autorización...

Pablo Pérez 13 nov. (hace 4 días) ☆

para mí ▾

Daniela, buenos días.

Tienes mi autorización para usar los contenidos que grabamos juntos el año pasado. mi C.C. es: 71,277,878. Gracias por permitirme ayudarte, quedo a la espera del resultado final de tu tesis, deseo conocerla.

Gracias por tu tiempo y atención, feliz día

Wil Zapata

+ Mensaje nuevo

¿Cómo vas?

Soy Daniela Forero Sánchez, C.C 1018421657
 te entrevisté para mi tesis
 y quería pedir tu autorización para usar tu imagen en algunos de los videos del proyecto.

Daniela Forero Sánchez 12/11/2015 23:07

<https://www.youtube.com/watch?v=ZFFdEpx5fA8>

Definición comic
 Varios artistas colombianos definen lo que para ellos es có...
 youtube.com

viernes

Wil Zapata 13/11/2015 6:12

claro que si Daniela, buena suerte con eso, un abrazo grande.



Daniela Forero <nani3cat@gmail.com>

12 nov. (hace 5 días) ☆



para mariananinja ▾

Hola Mariana ¿Cómo estás?
Soy Daniela Forero Sánchez, C.C 1018421657
te entrevisté para mi tesis
y quería pedir tu autorización para usar tu imagen en un video del proyecto.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZFFdEpx5fA8>



Mariana Gil Ríos

12 nov. (hace 5 días) ★



para mí ▾

Dale, no hay problema.

