



**La publicación lagunera *La Felguera* (1996-2008):
anarquismo y *punkrock* en la frontera entre el fanzine
y la revista**

Samuel Toledano
stoledano@ull.es

SAMUEL TOLEDANO BUENDÍA (Santa Cruz de Tenerife, 1975), doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna, es consultor político, observador electoral para organismos como la OEA y OSCE, periodista y profesor asociado de Periodismo en la Universidad de La Laguna. Autor de numerosas publicaciones dentro de unas líneas de investigación centradas en la transparencia de las administraciones y el binomio medios de comunicación / democracia, en la actualidad codirige el proyecto de periodismo de datos *Mapa del Poder en Canarias*.

Resumen

Periódicos alternativos o radios libres han sido durante décadas la voz de unos movimientos sociales que defendían causas diversas: la lucha antinuclear, el pacifismo, el ecologismo, la *okupación* o la insumisión al ejército. Estrechamente vinculado a estos movimientos estaba la música, y concretamente el punk, que desde finales de los 70 del pasado siglo creció dando lugar a diversos subgéneros musicales con un claro mensaje político. Los fanzines han sido el ejemplo más simbólico de medios que eran el reflejo y origen de esas propuestas alternativas en la música y la política. El estudio de caso de *La Felguera*, fanzine editado en La Laguna, permite adentrarse en una iniciativa que innovó en los contenidos y formas de estas publicaciones.

Palabras clave

Fanzine, medios alternativos, contracultura, punk, anarquismo, Islas Canarias.

Abstract

Alternative newspapers or pirate and community radios have been social movements' voice against different struggles: anti-nuclear movement, pacifism, ecologism, squatting or draft evasion. These struggles were strongly related to punk, among many other music genres. Punk emerged in the Seventies and then spawning a variety of subgenres with a clear political message. Fanzines have been the most symbolic example of the connection between alternative culture in music and politics. A case study of La Laguna fanzine *La Felguera* help us to understand an initiative which innovated fanzines' content and design.

Keywords

Fanzine, alternative media, counterculture, punk, anarchism, Canary Islands.

La publicación lagunera *La Felguera* (1996-2008): anarquismo y *punkrock* en la frontera entre el fanzine y la revista

Samuel Toledano
Universidad de La Laguna

Introducción

El histórico protagonismo que han tenido los grandes medios de comunicación ha dibujado una realidad incompleta, donde pocas veces se puede localizar las propuestas informativas que están al margen del gran circuito mediático. Una mirada al pasado, pero también al presente, demuestra el peso indiscutible de los medios corporativos y, por consiguiente, de sus temáticas, fuentes o enfoques dominantes.

En el periodismo, al igual que en la historia como disciplina científica, ha primado un relato que sistemáticamente oculta la versión de los que no han ganado las grandes batallas y menos aún la versión, y ni siquiera la historia, de los que han perdido las batallas cotidianas.

Resulta evidente que el relato de la historia depende de los actores que se han encargado de redactarlo, en una completa sintonía con el papel desempeñado por los medios de comunicación y los periodistas, artífices de la construcción del presente: la información que publican diariamente es inestimable fuente documental de los historiadores de mañana.

La consecuencia colateral de ese protagonismo en la narración del presente es que define gran parte de la narración del pasado. No en vano, periodistas y medios de comunicación son más que fuentes al redactar diariamente los primeros capítulos de la historia.

Ir más allá de este diagnóstico supone embarcarse en una tarea cercana a la arqueología de los medios de comunicación: el descubrimiento de nuevas y alternativas propuestas informativas del pasado y presente se convierte en una labor necesaria para construir un relato más acertado de la realidad.

Medios alternativos

La existencia de los medios alternativos viene estrechamente ligada a la de los medios corporativos. Su definición, por tanto, no puede ser otra que una apuesta diferente, y en muchas veces opuesta a las visiones comunicativas dominantes. A pesar de la simpleza de esta definición, los medios alternativos tienen una realidad mucho más compleja que enlaza con movimientos sociales y sus influencias o legados políticos y económicos.

Esa realidad —o visión— que se reclama desde las apuestas alternativas es en muchas ocasiones la que ha sido aportada por los medios corporativos que, en su claro alejamiento del tradicional cuarto poder, optan por temáticas, fuentes y enfoques que sustentan el orden político y económico actual. El tradicional papel de los *media* como defensores de la ciudadanía ante los abusos del poder ha ido desapareciendo paulatinamente, en paralelo a su conversión o estrecha relación con los actores dominantes. Se trata de una apuesta en defensa de una ideología afín a los intereses del gobierno y el capital y que convierte al periodismo en una actividad marcada por sus «valores consumistas». ⁶⁵⁹

En un lenguaje más directo, McCheseny explica este panorama: «El sistema mediático comercial global es radicalmente burgués porque no respeta, a fin de cuentas, ninguna tradición o costumbre que se interponga en el camino del beneficio». ⁶⁶⁰ En similares términos se expresa Romano al cuestionar el sistema de «producción capitalista de la comunicación», ⁶⁶¹ en el que la rentabilidad económica sustituye la rentabilidad social. Un cambio que convierte en mercancía aspectos como los sentimientos, la intimidad de las personas o la muerte. Es una comunicación que, prosigue, carece de oposición.

Los medios alternativos, por tanto, se oponen a esta realidad, pero suscitando una serie de preguntas que parten del cómo y frente a quién se plantea esa alternativa. E irremediablemente se desliza la duda de si en una sociedad alternativa habría también medios alternativos. ⁶⁶²

A esas preguntas, y particularmente al cómo se articula una propuesta comunicativa alternativa, respondió profundamente John Downing en su libro *Radical media: the political experience of alternative communication*. ⁶⁶³ Y más recientemente Chris Atton lo actualizó al nuevo entorno digital en su libro *Alternative media*. En ambos casos queda clara la estrecha relación entre los movimientos sociales y los medios, así como la frustración que los activistas tienen hacia el periodismo ejercido por las corporaciones mediáticas.

Ambos autores se centran en las últimas décadas del siglo XX, pero conscientes de que casi un siglo antes se habían desarrollado movimientos periodísticos que estaban vinculados a los objetivos de los movimientos sociales. Se trataba del fenómeno de los *muckrakers*, que a principios del siglo XX apostaron por un periodismo en defensa de las causas sociales. Obviamente, la vinculación con el entorno era palpa-

⁶⁵⁹ FOWLER, ROGER: *Language in the news: discourse and ideology in the press*, Londres y Nueva York, Routledge, 1991, pp. 48-49.

⁶⁶⁰ MCCHESENY, ROBERT WATERMAN: «Medios globales, neoliberalismo e imperialismo», en Dénis de Moraes (coordinador): *Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder*, Barcelona, Icaria-Intermón, 2005, p. 185 (171-191).

⁶⁶¹ ROMANO, VICENTE: *La intoxicación lingüística*. Barcelona, El viejo topo, 2007, pp. 153-154.

⁶⁶² FONTCUBERTA, MAR DE & JOSEP LLUÍS GÓMEZ MOMPART: *Alternativas en Comunicación: Crítica de experiencias y teoría*, Barcelona, Mitre, 1983, p. 91.

⁶⁶³ DOWNING, JOHN DEREK HALL: *Radical media: the political experience of alternative communication*, Boston, South End Press, 1984.

ble, y por lo tanto no era extraña la influencia que en estos periodistas tuvo los «idearios de reforma y revolución social de signo comunista, socialista o anarquista».⁶⁶⁴

Tras la II Guerra Mundial la propuesta alternativa continuó, no tanto centrada en las luchas laborales de principios de siglo sino en las luchas culturales que se desarrollaban en Europa, con la Internacional Situacionista y sus boletines repletos de crítica social, o en Estados Unidos, con los Motherfuckers y su *Black Mask* como publicación también repleta de cuestionamientos al orden cultural vigente.

Se dibujaron así varias décadas de contrainformación protagonizada por periódicos alternativos o radios libres que elevaron la voz de determinadas luchas sociales: el pacifismo, el movimiento antinuclear, el ecologismo, la libertad sexual, la *okupación* o la insumisión al ejército. Y todos estos movimientos, además, presentados con su particular *banda sonora*: el rock y más adelante el punk como géneros que retroalimentaban el activismo político. En definitiva, una afinidad política y musical que tenía su origen y reflejo en los medios alternativos.

Todo el conjunto de propuestas comunicativas ha dado lugar a diversos estudios que han intentado sistematizar algunas características de los medios alternativos. Son iniciativas derivadas del activismo, como es el caso del colectivo *Conosur* y de Fabián Pierucci, quienes logran enumerar los elementos más destacados:

Los medios alternativos

Colectivo <i>Conosur</i>	Fabián Pierucci
Contenidos	
Se hace un análisis estructural de los grupos sociales, viendo el porqué de sus problemas y las relaciones sociales según la desigualdad, creando así unos «discursos alternativos».	El medio se debe abrir a la diversidad, provocación, la crítica social con autocritica y también a la búsqueda y experimentación de formas.
Concepción de la comunicación	Gestión
Va más allá de la difusión, ya que implica «ida y vuelta», con un proceso común de «construcción de sentidos» gracias a una emisión y recepción intercambiables.	Hay que romper con la división social del trabajo entre los que diseñan y conciben y dar participación a los sectores involucrados en el proceso comunicacional optimizando los recursos al eliminar ese factor distorsivo.
Financiación	
Los casos de autogestión, cuya financiación exclusiva de sus miembros, frente a los dependientes, que necesitan apoyo externo.	El colectivo de trabajadores es el principal recurso para la operatividad del medio.

⁶⁶⁴ CHILLÓN, ALBERT: *Literatura y periodismo*, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, 1999, p. 150.

Participación	Vínculo con el receptor
Participación real en la producción de contenidos, determinación de la agenda y retroalimentación en los objetivos, algo que va más allá de la participación simbólica, limitada a publicar contenidos por grupos previamente seleccionados y siendo reelaborados por el medio.	Se debe buscar un <i>feedback</i> que que represente a la audiencia y las haga constituyentes de un discurso abierto que, por tanto, sea construido de forma colectiva.
Organización	Participación
La participación en la toma de decisiones de la elaboración de los contenidos.	Un medio que cuestione el sistema capitalista no sólo no puede replicar la explotación laboral, sino que debe «promover nuevas formas de relación social» dentro del propio sistema capitalista.
Objetivo	Tecnología
Tomar el concepto «revolución» para incluir a las prácticas comunicacionales vinculadas a un movimiento de transformación global de la sociedad.	Hay que «resignificar» los objetivos originales para los cuales fueron diseñados y fabricados la mayor parte de los equipos y transformándolos en <i>boomerangs</i> contra la ideología dominante.
Proyecto político	Integración con movimientos sociales
Una postura que toma el medio con respecto a la producción misma de la información.	El medio debe estar integrado en los procesos de lucha, como parte de las organizaciones y contando en «acuerdo político» las historias que se quieren narrar. Los sectores en lucha, además de ser protagonistas, son productores de sus propias realidades / mensajes a ser emitidos por el medio.

Elaboración en base a las aportaciones del colectivo *Conosur* y Fabián Pierucci.⁶⁶⁵

⁶⁶⁵ CONOSUR: «Alternatividad en Internet. Tres experiencias en la Red»; y PIERUCCI, FABIÁN: «Fuera de la ley»; ambos en Natalia Vinelli & Carlos Rodríguez Esperón (compiladores), *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, Buenos Aires, Ediciones Continente, 2004, pp. 92-94 y 33-35, respectivamente.

Los fanzines

Sin duda, los fanzines se han convertido en un elemento comunicativo de especial importancia dentro del amplio panorama de los medios alternativos, con un rol que tampoco es discutible. Al margen de los posibles intentos de convertirse en una publicación comercial, su razón de ser es la herencia de los tradicionales medios militantes que buscaban sin recato la difusión de unas ideologías contrarias al sistema dominante, cuyas características dependen de los diferentes contextos espaciales y temporales.

El fanzine se mantuvo fiel a la máxima socialista que situaba a la prensa como instrumento de «propaganda, agitadora, organizadora, educadora y crítica de masas, dentro de los marcos de una orientación política del partido de la clase obrera».⁶⁶⁶ Se mantuvo fiel, con el matiz de que, en un entorno occidental, con el liberalismo y capitalismo bien afianzado, la propaganda del fanzine no podía ser más que contracultural, marcado por sus reminiscencias socialistas y anarquistas.

La cultura dominante se convirtió en el objetivo de todos los movimientos sociales en Occidente en la segunda mitad del siglo XX. Es fruto de la bonanza vivida en la edad de oro que el historiador Eric Hobsbawm dibujó tras la II Guerra Mundial. Un cierto bienestar económico y político, particularmente en las socialdemocracias, trasladó la lucha por las condiciones laborales a la lucha por los modelos culturales.

Con el estallido de 1968, y los años inmediatamente anteriores y posteriores, surgieron los conceptos de contracultura o subcultura estudiada por Hebdige⁶⁶⁷ o Racionero.⁶⁶⁸ Ambos autores centraron sus planteamientos en la década de los 70, en pleno auge de todos estos movimientos sociales que perfectamente encajan en el concepto de subcultura y contracultura. Con el paso del tiempo ambos términos se vislumbran como casi antagónicos, aunque compartieran el rechazo al sistema dominante.

Rocha, acudiendo precisamente a Hebdige, precisa que toda subcultura «desde el mismo momento en que surge lleva implícita su propia muerte, no enfrentándose sino integrándose». Es un destino previsible cuando vive estrechamente ligada a la «sociedad de consumo».⁶⁶⁹ Ese destino se encuentra limitado por la visión que muchos autores tienen de la contracultura como «una estricta minoría de jóvenes y a un puñado de sus menores adultos».⁶⁷⁰

El fanzine, como publicación autogestionada, derivada de la cultura del *do it yourself (diy)* anglosajona, se convirtió en uno de los elementos más asequibles para difundir apuestas políticas y musicales (y culturales en un sentido más amplio) que no tenían cabida en los medios corporativos. El fanzine, con el *diy* (hazlo tú mismo) en

⁶⁶⁶ FONTCUBERTA, MAR DE & JOSEP LLUÍS GÓMEZ MOMPART: *Alternativas en Comunicación...*, p. 27.

⁶⁶⁷ HEBDIGE, DICK: *Subcultura: el significado del estilo*, Barcelona, Paidós, 1994.

⁶⁶⁸ RACIONERO, LUIS: *Filosofías del Underground*, Barcelona, Anagrama, 2002.

⁶⁶⁹ ROCHA, SERVANDO: *Agotados de esperar el fin. Subculturas, estéticas y políticas del deshecho*, Barcelona, Virus, 2008, pp. 109 y 127.

⁶⁷⁰ ROSZAK, THEODORE: *El nacimiento de una contracultura: reflexiones sobre la sociedad tecnocrática y su oposición juvenil*, Barcelona, Kairós, 1978, p. 10.

la filosofía y la forma, es el origen de numerosos proyectos informativos que hoy circulan por Internet. Se convirtió en la imagen por excelencia de la contracultura y subcultura que crecía al margen del sistema.

Atton considera el fanzine como periodismo cultural alternativo, donde se da voz a esos jóvenes y menores adultos a los que aludía Roszak. También sitúa a las «voces corrientes» (las *ordinary voices*) en el epicentro de estas propuestas, no muy alejadas de la labor del periodista. De hecho, «existe una similitud significativa entre el fan como un escritor amateur y el escritor profesional como un fan». ⁶⁷¹

La palabra *fan* acude inmediatamente para aclarar el origen de estas publicaciones. *Fan* y *magazine* se unen para definir la revista elaborada por los *fans*. Triggs sitúa el comienzo de los fanzines en torno a 1930, ⁶⁷² integrados desde ese comienzo en una red de comunicación de la cultura *underground*, y diseminando información y opiniones personales a colectivos con un punto de vista similar sobre temáticas tan variadas como música, fútbol o anticapitalismo. Todo un contenido que para el autor está implícitamente conectado con una estética del *hazlo tú mismo*.

El periodista Tena habla del fanzine en clara referencia a la música de los «submundos del rock, pero tan universal como cualquier otra insatisfacción generacional». ⁶⁷³ Tena, en uno de los primeros acercamientos mediáticos a la realidad de los fanzines, los describe de una forma muy certera:

«Aquellas publicaciones que no superan los mil ejemplares y que arremeten contra los críticos de las revistas especializadas y de los periódicos, contra todo el barullo de lo establecido y contra los grupos y los particulares que no adoran al grupo que sus redactores adoran. Suelen ser periodistas —o críticos— precoces, entre los catorce y los diecisiete, y lo cierto es que la sintaxis se resiente, pero en las revistas especialidades también abunda el estilo EGB, pese a Gutenberg». ⁶⁷⁴

Este periodista insiste en destacar que más allá de la «penuria de la forma» existe una «riqueza de contenidos», donde se aborda una visión del mundo apasionante y plural gracias a que nacen en «clandestinidad» y se publican sin depósito legal, con firmas de pseudónimos y omitiendo también la dirección o razón social.

Mucho más sistematizado, y con un claro enfoque académico, Atton esboza un conjunto de características que aclaran la naturaleza del fanzine: a) Informan de temas «ignorados» por el periodismo de masas; b) Critican la «ortodoxia» en la crítica cultural que suele dejar al margen propuestas que no casan con los gustos dominantes; c) Sus autores no buscan alcanzar grandes audiencias y optan por un público selectivo; e) Sus responsables emplean métodos parecidos a los periodistas culturales de los medios corporativos, tales como entrevistas, reseñas, etc; f) Los fanzines tie-

⁶⁷¹ ATTON, CHRIS & JAMES HAMILTON: *Alternative journalism. Journalism studies. Key texts*, London, Sage, 2008, pp. 82-83. Véase también, ATTON, CHRIS: *Alternative media*, London, Sage, 2002.

⁶⁷² TRIGGS, TEAL: «Scissors and Glue: Punk Fanzines and the Creation of a DIY Aesthetic», en *Journal of Design History*, Volume 19, Issue 1, 2006, pp. 69-83.

⁶⁷³ TENA, AGUSTÍN: «El fanzine en España, vanguardia o panfleto», en revista *Triunfo*, julio-agosto 1982, pp. 48-49.

⁶⁷⁴ *Ibidem*.

nen un alto contenido de opinión y comentarios; y g) No tienen unas fechas de publicación establecidas.⁶⁷⁵

En España, los estudios pioneros sobre el fanzine fueron los de Pablo Dopico⁶⁷⁶ y Turrón y Babas.⁶⁷⁷ Julio César Álvarez reivindica a ambos autores en su estudio sobre las publicaciones *underground* en España.⁶⁷⁸ Y de muy similar manera lo hace Gonzalo Javier Fernández en su estudio del ska español, donde los fanzines también tuvieron un papel relevante.⁶⁷⁹

Turrón y Babas destacan que el fanzine es un medio de comunicación independiente donde únicamente rigen los «gustos y predilecciones del autor o los autores» y en el que prima la «autogestión». Esto implica, entre otras cosas, que sus objetivos están al margen de los intereses del mercado pero no por ello sus aportaciones son desechables. Al contrario, se trata de documentos del «inestimable valor de una cultura alternativa».⁶⁸⁰

De nuevo de una forma más ordenada, similar a la planteada por Atton en el mundo anglosajón, César Álvarez desgrana otra serie de características de los fanzines en España: a) Un rechazo al academicismo y la institucionalización, particularmente del arte y de las ideas oficiales; b) La mayoría de las creaciones giran sobre los conceptos juego y tienen una visión lúdica. Se remarca la ausencia de beneficios económicos a corto plazo pero también a medio-largo plazo); c) Rechazan el concepto de artista como genio y convierten esas expresiones en algo cotidiano y colectivo.; d) Los medios del *underground* suelen atacar «los tabúes burgueses de la obscenidad, el sexo, la pornografía, la promiscuidad y la homosexualidad»; e) Son una forma de protesta y reivindicación social; f) Ofrecen un reflejo de valor histórico para comprender los acontecimientos de la etapa en el que aparecen; g) El tamaño habitual es un A-4 (o su mitad), entre 19x26 y 20x27 cm., con una orientación vertical e impreso en blanco y negro al ser más barato (a veces la portada en color); h) Tienen una reducida tirada y mantienen una distribución minoritaria; i) La periodicidad es «a veces anárquica» e incluso se oculta; j) El precio es siempre inferior al de las publicaciones comerciales.⁶⁸¹

Todos los autores mencionados valoran la trascendencia de los fanzines que Álvarez sitúa en los últimos años del franquismo, con gran influencia de los ejemplos norteamericanos. Los siguientes años a la muerte de Franco son los de mayor efer-

⁶⁷⁵ ATTON, CHRIS & JAMES HAMILTON: *Alternative journalism...*, op. cit., pp. 82-83.

⁶⁷⁶ DOPICO, PABLO: *El cómic underground español, 1970-1980*, Madrid, Cátedra, 2005.

⁶⁷⁷ TURRÓN, KIKE & KIKE SUÁREZ (BABAS): *De espaldas al Kiosco. Guía histórica de fanzines y otros papelujos de alcantarilla*, Madrid, El Europeo & La Tripulación, 1996.

⁶⁷⁸ ÁLVAREZ, JULIO CÉSAR: «Las publicaciones underground en España: pasado, presente y futuro de un modo de diagnosticar la realidad», en María José Miranda, Cristian Saborido & Jesús Javier Alemán (editores), *Filosofías subterráneas. Topografías. XLVIII Congreso de Filosofía Joven*, ciudad de México, Plaza & Valdés, SL, 2013, pp. 139-150.

⁶⁷⁹ FERNÁNDEZ MONTE, GONZALO JAVIER: *El ska en España: escena alternativa, musical y trasnacional*, tesis doctoral inédita, Universidad Complutense de Madrid, 2012.

⁶⁸⁰ *Ibidem*, p. 225.

⁶⁸¹ ÁLVAREZ, JULIO CÉSAR: «Las publicaciones underground en España...», en *Filosofías subterráneas...*, op. cit., p. 141.

vescencia, con una progresiva aceptación y ampliación que, en el caso del cómic, llegó a una clara profesionalización y participación en la industria.

El peso musical es el que sin embargo destaca en los fanzines. Turrón y *Babas* así lo ven, al identificar al punk como «el movimiento básico propulsor de fanzines» y con una reivindicación de «una cultura popular autónoma en la que el pueblo sea su auténtico protagonista y destinatario».⁶⁸²

El punk ocupó un papel fundamental según Tena,⁶⁸³ algo poco de extrañar dado el carácter contracultural o subcultural que tiene frente al rock o el pop, como estilos musicales copados o impulsados por la industria.⁶⁸⁴ Este papel del punk concuerda con el reflejado en otro trabajo ya académico años más tarde. En su disertación sobre el fanzine en la cultura británica, Stoneman remarca el protagonismo del fanzine frente a la revista, y con el punk en el centro del debate. Según su punto de vista, desde los fanzines punk se ha acusado a las revistas de ser una «herramienta de marketing de la capitalista industria musical».⁶⁸⁵ Una acusación sustentada en la ideología punk y su creencia de que el dinero corrompe la música:

«The original music fanzines did, after all, come from the initial punk movement in order to provide coverage of a new and challenging sort of music that was directly opposed to the traditional music industry ideas of what constituted music. It is only natural therefore that contemporary punk fanzines should continue an assault on what they view as a corrupt industry».⁶⁸⁶

La Felguera

Contexto

El fenómeno del fanzine también se desarrolló ampliamente en Canarias, dando lugar a diversas publicaciones que supieron canalizar esa apuesta personal que todo fanzine implicaba con la propuesta política de sus creadores. Más allá de algún artícu-

⁶⁸² FERNÁNDEZ MONTE, GONZALO JAVIER: *El ska en España*..., op. cit., p. 225.

⁶⁸³ TENA, AGUSTÍN: «El fanzine en España...», en revista *Triunfo*, op. cit., pp. 48-49.

⁶⁸⁴ Triggs señala que dentro de la subcultura de la música punk primaban los fanzines realizados con técnicas del *diy*: collage de imágenes, textos escritos a mano y otros con el fin de crear una estética gráfica reconocible. El proceso de *diy* crítica la producción masiva con la calidad de los productos manuales que defienden, pero al mismo tiempo con la apropiación de imágenes y textos de los medios de comunicación y de la cultura de masas. Esta estética, prosigue Triggs, ha sido ahora asimilada por revistas comerciales de moda y tendencias así como el mundo de la publicidad que busca asociarse con la autenticidad del punk (TRIGGS, TEAL: «Scissors and Glue: Punk Fanzines and the Creation of a DIY Aesthetic», en *Journal of Design History*, Volume 19, Issue 1, 2006, pp. 69-83).

⁶⁸⁵ STONEMAN, PHIL: *Fanzines: Their Production, Culture and Future*, Master of Philosophy in Publishing Studies, University of Stirling, 2001, p. 29.

⁶⁸⁶ «Los primeros fanzines musicales venían, al fin y al cabo, del inicial movimiento punk con el fin de sacar a la luz un tipo nuevo y rompedor de música que se oponía directamente a la concepción de música impuesta por la industria musical. Es lógico, por tanto, que los actuales fanzines punk continúen ese asalto a lo que ven como una industria corrompida». Traducción del autor.

lo que profundiza en experiencias particulares,⁶⁸⁷ la ausencia de un estudio sistematizado obliga a hacer un repaso a otros textos que, sin embargo, permiten tener un acercamiento a la realidad de lo que se ha vivido en las islas.

La importancia de los fanzines en Canarias lo destacó el periodista cultural Eduardo García Rojas, que marca las características de aquellas publicaciones de los 80 del pasado siglo:

«Ha llovido mucho desde entonces, pero gracias a estas revistas de escasa difusión, el que quiera estudiar y escribir sobre el rock que se hacía en Canarias en esos años debe inevitablemente acudir a ellos para enterarse de la crónica más o menos exacta de esos días. / Los *fanzines* se convirtieron en algo así como en una *Internet para pobres*. Primero porque aquellos números laboriosamente editados a fotocopias se vendían como podían en las islas y otros se enviaban fuera, donde se establecían contactos con *tribus* que tenían más o menos las mismas ambiciones. Que no credos [...] En la mayoría de estas revistas destaca, en especial, un entusiasmo que desarma, y unas ganas de informar sobre aspectos que en esos días estaban vedados en la prensa local y la televisión aunque no en algunas emisoras radiofónicas que dedicaron algunos espacios en su programación para dar a conocer lo que estaban tocando aquellos pibes».⁶⁸⁸

Una muestra del amplio catálogo de fanzines es recogido precisamente por el fanzine *Pe¿*, que en un número se dedicó a hacer un repaso de estas publicaciones y donde se destaca la irregularidad de estas publicaciones. En el ejemplar, aunque se menciona *La Felguera* en alguna entrevista y artículo, extrañamente se omite en un amplio listado que enumera estas publicaciones en Canarias.⁶⁸⁹

La Felguera, sin embargo, ha destacado por ser uno de los fanzines más relevantes en la escena alternativa de Canarias, y más concretamente en Tenerife y La Laguna. Su nacimiento en La Palma en 1996 se debe precisamente a que su impulsor original, Servando Rocha, vivía en la isla. A partir de su traslado a La Laguna en 1997, el proyecto contó con la aportación de Samuel Toledano. Ambos constituyen el núcleo de una publicación que durante más de diez años se expande a más proyectos y que, en diferentes momentos, contó con otros colaboradores que se involucraron en diferente medida. Dejó de publicarse en 2008 con su último número, en consonancia con la decisión de los impulsores de dedicarle más esfuerzo a la editorial que lleva también el mismo nombre y que mantiene la misma filosofía de independencia.⁶⁹⁰

⁶⁸⁷ CRESPO FAJARDO, JOSÉ LUIS: «Ruido. Fanzine independiente de La Palma. Una conversación con Merche Martín y Yose Fernández», *ASRI - Arte y Sociedad. Revista de Investigación*, núm. 2, 2012. Este autor aborda en su artículo la actividad realizada por los autores del fanzine *Ruido*, editado en la isla de La Palma.

⁶⁸⁸ GARCÍA ROJAS, EDUARDO: «No había internet, pero sí fanzines», en el Escobillón.com, 2010, www.lescobillon.com/2009/09/no-habia-internet-pero-si-fanzines/ (consulta, 20 de octubre de 2016).

⁶⁸⁹ TEKNAD: «Los fanzines canarios», en *Pe¿ 9*, enero 2010, www.monmagan.com/zines/9/ (consulta, 20 de octubre de 2016).

⁶⁹⁰ TOLEDANO, SAMUEL: «*La Felguera*, las narrativas de la calle», en *Nerter: Revista dedicada a la literatura, el arte y el conocimiento*, n° 19-20, 2012, pp. 55-59. Aquí se desgrana la labor de la editorial *La Felguera* como ejemplo de propuesta editorial alternativa en cuanto a su contenido y su funcionamiento.



Portadas de los números 9 y 10 del fanzine *La Felguera*.

Financiación

El fanzine, al igual que las actividades desarrolladas bajo el paraguas de *La Felguera*, nunca tuvo ningún afán comercial. Todo el proyecto se sustentaba con las aportaciones de los dos editores (nunca definidos así). Sin embargo, el simple hecho de vender el fanzine permitía recuperar gran parte de lo invertido en su impresión y costear los gastos de envío y cartelería que lo acompañaba. Obviamente, toda la labor realizada por los dos impulsores así como los colaboradores que se involucraron en el proyecto era altruista y, como tal, carecía de remuneración alguna.

Distribución

La Felguera se repartía personalmente en diferentes eventos y ocasionalmente se hacía en tiendas de música, pero al estar inmerso en una estética y filosofía de la autogestión compartida por más publicaciones, pronto empezó a distribuirse en el resto del estado y también en el extranjero. La fórmula habitual del trueque permitió que en las islas llegaran otras publicaciones y que *La Felguera* se distribuyera en otros lugares. De hecho, este material intercambiado terminaría vendiéndose en Tenerife con una distribución ambulante que consistía en pequeños puestos en conciertos o eventos políticos. La venta por correo, gracias al alquiler de un apartado de correos, ayudó también a que el fanzine se conociera fuera de las fronteras de Tenerife. El número de ejemplares impresos dependía, por tanto, del número de ejemplares que se iban vendiendo. Los últimos números publicados coinciden con el nacimiento de

la editorial del mismo nombre por lo que también se distribuyeron comercialmente en librerías.

Formato

En los primeros números, el fanzine mantuvo el formato tradicional del fanzine (A-5). La razón no es otra que el A-4 era el tamaño habitual usado en tiendas de fotocopias, por lo que era más sencillo y económico utilizarlo para montar las páginas e imprimir el fanzine así y luego doblarlo a la mitad, en un formato manejable similar al libro. Con el paso de los años *La Felguera* dio un salto hacia el formato A-4, habitual de las revistas profesionales. Fue por primera vez en el número 9, cuando además se huyó de las fotocopias y se acudió a una imprenta para editar mil ejemplares. De hecho, se definió a partir de ahí como magazine y no fanzine. Esto supuso un salto cualitativo y un claro alejamiento de la cultura del fanzine realizado mediante fotocopias. Y más aún, supuso una inversión que luego se recuperaría con las ventas.

Diseño

Al margen del formato, *La Felguera* optó muy pronto por buscar formas más atractivas de la tradición *collage* que tenían muchos fanzines de la estética punk. Los recortes y la composición de páginas pronto dieron paso a un diseño más innovador, cercano a lo que hacían revistas profesionales pero con la explícita intención de huir de un diseño cerrado de columnas, tipografía, etc. Esto se pudo lograr gracias a la utilización del ordenador y un simple programa Microsoft Word que sustituyó los primeros números realizados con máquina de escribir. Con el paso de los años se pasó al Coreldraw para conseguir unas apuestas estéticas mucho más atractivas.

Todos los aspectos formales fueron cambiando en línea con la evolución de los propios impulsores del proyecto, que veían la necesidad de adaptar la presentación al compás de los gustos por lo que cada ejemplar *rompía* con el anterior, aunque sin duda, en los últimos números podía encontrarse una estética propia que caracterizaría a la publicación. De hecho, el diseño innovó con las tintas y el papel, suponiendo una novedad el uso del papel *kraft* o las tintas en oro y plata para las portadas. La razón simplemente estaba en un deseo de crear una publicación que fuera atractiva sin que eso implicara traicionar el contenido y objetivo del fanzine.

Géneros

El paso de los años también fue puliendo la presentación del contenido desde un punto de vista textual. Si al principio se trataba mayormente de recopilaciones de textos y algunas columnas o ensayos de elaboración propia, los números finales se forjaron casi en su totalidad con contenido propio, incluyendo entrevistas. Aun así, la presencia de columnas de opinión o reflexiones personales con claro enfoque político o ético siempre estuvo presente.

Contenido

La evolución de los impulsores no sólo se plasmó en la presentación de la publicación, sino muy especialmente en el contenido. Los gustos literarios, políticos y

musicales se ampliaban con el lógico transcurrir de los años y la necesidad nunca declarada de hacer un producto que respondiera a las inquietudes personales.

Las columnas personales era el espacio más íntimo de los autores. Todo lo demás se dividía con claridad en lo referido a la política y a la música, aunque con la obviedad de que los grupos musicales que aparecían reseñados o entrevistados tenían una clara apuesta política o ética. En ambos casos, se trataba mayoritariamente de contenido ausente en las revistas comerciales y de temáticas que entraban de lleno en las propuestas socialistas o anarquistas en un sentido amplio, es decir, rompiendo los paradigmas de los referentes ideológicos y acudiendo a las propuestas artísticas de vanguardias que, sin duda, estaban marcadas por un discurso político muchas veces ignorado: la política tradicional ignoraba la aportación de estas vanguardias y el estudio de las propuestas artísticas se olvidaba también la faceta política. Esta apuesta de *La Felguera* tiene su reflejo en los contenidos sobre el dadaísmo, el surrealismo o el situacionismo.

En los primeros números del fanzine era habitual encontrarse con artículos relacionados con la lucha internacional de izquierdas (los kurdos en Turquía o los zapatistas en México) o con temáticas que amplían el campo de la izquierda (liberación sexual o liberación animal). En los últimos números las temáticas van entrando en un contenido más especializado y mayoritariamente desconocido, como es el caso de la Comisión Trilateral o el proyecto Echelon.

Aunque la inmensa mayoría del contenido es de índole internacional, no se puede obviar la influencia de la actividad política que durante esos años había en La Laguna y Tenerife. En la ebullición del movimiento independentista (Azarug) y el papel activo de las Juventudes Comunistas, la CNT o el Frente Libertario, primaron temáticas como la inmigración, el movimiento okupa o el fenómeno antiglobalización.⁶⁹¹ Estas temáticas formaban parte del debate político, por lo que intencionadamente *La Felguera* decidió dar un paso más y buscar contenidos que ayudaran a entender las razones ocultadas o menos conocidas de lo que sucedía.

Musicalmente, la evolución sigue unos pasos similares. La referencia a grupos que estaban en el entorno geográfico era evidente al principio. Hay que recordar que La Laguna fue un territorio muy activo musicalmente. Bandas de punk como Guerrilla Urbana dieron lugar a muchas otras de punk y sus subgéneros con un enfoque también fuera de la escena comercial. *La Felguera* reflejaba lo que había en las islas, pero también aprovechaba por ejemplo la presencia bandas nacionales para entrevistarlas.⁶⁹² Aunque el fanzine seguía mostrando su predilección por informar sobre grupos de música internacionales, y particularmente aquellos que tenían un claro discurso político o pertenecían a una escena independiente: Propagahndi, Snapcase o Milkfiction.

⁶⁹¹ Un retrato muy acertado de la actividad política y musical de esa época ofrece: DÍAZ DÍAZ, MIGUEL (ZURDA): *Islas Canallas – Los 80 pasan factura*, La Laguna, 2007.

⁶⁹² El grupo Dover comenzaba a despuntar en el panorama nacional bajo el sello de música independiente Subterfuge. Luego entraron de lleno en la escena comercial.

Objetivo

Más allá de la obviedad de señalar que el objetivo del fanzine es ser la expresión de los gustos y deseos de los editores, lo cierto es que existe una clara intencionalidad política en la decisión de publicar *La Felguera*. En el número 9, cuando se da un salto en la presentación con formato revista, ya impreso, se puede hallar uno de los editoriales más esclarecedores de los objetivos del fanzine.

«En este año 2001 [año de la conspiración], llega *La Felguera* más fuerte que nunca, porque nos hemos hecho más fuertes, la vida nos ha hecho mejores y hemos tenido que morir para poder vivir (recuerdas el anterior editorial del #8). El amor por unas ideas determinadas, la pasión con la que vivimos, ese estilo de vida que defendemos tiene su reflejo en este pretencioso, lujoso y orgulloso #9. Nuestro esfuerzo ha sido grande. Nuestra propuesta está aquí, en tus manos: hardcore punk, política y dejarnos medio corazón en aquello que te decimos y expresamos (de ahí viene lo de “personal”) [...] A ver... la portada⁶⁹³ fue un ejercicio de reflejo consciente de nuestras ideas. Del mismo modo, hay una razón del porqué de tres artículos como son “La comisión trilateral”, “Echelon y Enfe-pol” y “Muzak”. Con estos, hemos tratado de ir más allá del contenido habitual de decenas de publicaciones y fanzines. Es necesario recalcar y hacer una nueva e incansable llamada de atención a las clásicas luchas (antifascismo, liberación animal...) Pero, ahora, queremos dar un paso más hacia adelante y mostrar has qué punto el poder y control de Estados y corporaciones agreden nuestro ámbito tanto privado como público. Hay que reformular todo, todas nuestras teorías y, lejos de ficciones, analizar la realidad y el momento histórico en el que vivimos. Esta es la jodida realidad, por muy dantesca que parezca».⁶⁹⁴

Con un peso similar a los editoriales, a lo largo de los diferentes números se han presentado diferentes frases en las portadas, como una declaración de intenciones: «nuestras vidas / our lives... nuestros sueños / our dreams», «yeah, yeah, yeah!... la publicación más comprometida del mundo». O de una forma más explícita, una frase a modo de subtítulo descriptivo inmediatamente después o debajo del nombre *La Felguera*: «a hardcore punk revolutionary magazine», «terrorismo cultural & avant-garde & disidencias».

Y sin duda alguna, el nombre de la publicación ya indica la clara orientación política del fanzine. *La Felguera* hace alusión a la localidad asturiana que durante la revolución de Asturias de 1934 organizó un régimen de comunismo libertario, gracias al peso de las organizaciones anarquistas en esa zona. El gobierno republicano reprimió la revolución, con el general Francisco Franco como responsable de la respuesta gubernamental que se saldó con cerca de 2.000 fallecidos, de los cuales se estima en 1.500 los mineros muertos en combate con las tropas del ejército. La localidad se convirtió así en un referente de la lucha sindical anarquista española y, en concreto, de la vertiente del comunismo libertario.

⁶⁹³ Se trata de un collage de fotos presentados a modo de negativos de una cámara fotográfica. Aparecen imágenes de manifestaciones, conciertos, libros y también imágenes personales de los autores.

⁶⁹⁴ Se mantiene la redacción original del editorial, pero se han corregido algunas faltas de ortografía o impresión.

Reflexiones finales

La Felguera ha destacado en sus más de diez años de existencia como una publicación que encaja perfectamente dentro del concepto de fanzine, partiendo de una esencia y evolución que siempre ha estado marcada por la voluntad de los editores, que nunca ocultaron que la publicación era la respuesta a sus gustos e inquietudes políticas y musicales.

El contenido de esta publicación ha sido uno de los dos pilares que sustentan el éxito de una propuesta comunicativa alternativa que pretendía ser contrapunto a las publicaciones comerciales pero que también aspiraba a ir más allá del contenido habitual de muchos fanzines.

La publicación optó por incluir temas de constante debate en los círculos políticos en los que se relacionaba, pero pronto decidió abordar temas e historias que no tenían cabida en los medios corporativos y que en muchos medios alternativos tampoco tenía espacio. Básicamente, la apuesta de *La Felguera* se centró en romper las fronteras entre el discurso político y cultural, recuperando los clásicos anarquistas y situándolos en el mismo nivel de las propuestas culturales de vanguardia. Un contenido que, en definitiva, buscó ejemplos de propuestas políticas y comunicativas pasadas y los trajo al presente con el fin de convertirlas en un aporte ideológico para sus lectores. Fue una apuesta similar a la realizada en el terreno musical, donde se dedicó especial atención al *punk* y sus derivados, situados mundialmente en la periferia del circuito musical comercial.

El diseño y formato de *La Felguera* fue el otro pilar en el que sustentó la publicación. Desde los primeros números siempre se buscó un elemento de distinción, con la convicción de que era urgente y necesario elaborar una publicación elegante, que innovara en la presentación y que se convirtiera en un producto único, para que el lector percibiera que detrás había una labor artesanal. La apuesta de los últimos años por un formato similar a las revistas comerciales fue una mera coincidencia puesto que ni el diseño ni menos aún el contenido o gestión podía asemejarse con los modelos comerciales.

La Felguera contribuyó a revisitar la política y la música mediante temas y formas que ahora se utilizan ampliamente por las revistas comerciales, pero limitados a *vender* una imagen artesanal. La gran acogida que tuvo el fanzine se puede constatar actualmente con el éxito que tiene la editorial, que bajo el mismo nombre ha publicado más de una veintena de libros. Igualmente, desde 2015 se edita la revista *Agente Provocador*, que ya que con una gestión totalmente comercial, recupera la esencia de *La Felguera*, manteniendo contenidos que apuestan abiertamente por una narración de la historia y del presente ajena al relato de los medios corporativos.