

DEL FANZINE AL CÓMIC DIGITAL: NUEVOS ESPACIOS CREATIVOS PARA EL CÓMIC FEMINISTA Y DE AUTORAS

FROM ZINES TO DIGITAL COMICS: NEW CREATIVE SPACES FOR FEMINIST AND WOMEN ARTISTS COMICS

Noelia Ibarra Rius¹ y Álvaro Pons Moreno²

Ibarra Rius, Noelia y Pons Moreno, Álvaro. (2025). Del fanzine al cómic digital: nuevos espacios para el cómic feminista y de autoras. *Asparkia. Investigació feminista*, 46, 1-21.
<https://doi.org/10.6035/asparkia.8041>

Recepción: 30/04/2024 || Aceptación: 21/10/2024

RESUMEN

El fanzinismo en el cómic ha sido un espacio de desarrollo del movimiento feminista durante el siglo XX. La introducción de nuevas herramientas digitales y de las redes sociales ha supuesto profundos cambios que afectan a la producción, la distribución y la creación de comunidades a través de las redes sociales, pero ha mantenido la esencia de la libertad de expresión feminista en el ámbito del fanzine de cómic. En este artículo se hace una revisión de las relaciones entre fanzinismo, feminismo y cómic digital, con especial atención a la rápida evolución que se ha dado en el siglo XXI en España.

Palabras clave: cómic, fanzine, webcómic, feminismo, instatoon

ABSTRACT

Comic fanzine has been a space for the development of the feminist movement during the 20th century. The introduction of new digital tools and social networks has led to profound changes that affect the production, distribution and creation of communities through social networks, but it has maintained the essence of feminist freedom of expression in the field of comic fanzine. This article reviews the relationships between fanzine, feminism and digital comics, with special attention to the rapid evolution that has occurred in the 21st century in Spain.

Keywords: comic, fanzine, webcomic, feminism, instatoon

¹ Universitat de València, noelia.ibarra@uv.es, <https://orcid.org/0000-0001-5822-374X>. Proyecto de I+D del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España (MCIU)PID2022-139640NB-I00/AEI/10.13039/501100011033/ FEDER, UE y proyecto CIAICO/2023/104 de la Conselleria de Educación, Universidades y Empleo.

² Universitat de València, alvaro.pons@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1499-5232>. Proyecto de I+D del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España (MCIU)PID2022-139640NB-I00/AEI/10.13039/501100011033/ FEDER, UE y proyecto CIAICO/2023/104 de la Conselleria de Educación, Universidades y Empleo.

1. Introducción

El fanzino, entendido como práctica de creación libre desde los márgenes de la oficialidad cultural, ha sido un espacio de desarrollo del movimiento feminista durante el siglo XX. Los profundos cambios que se han dado en este ámbito por la introducción de las herramientas digitales, desde los que afectan a la producción y la distribución hasta aquellos que desempeñan un papel en la creación de comunidades a través de las redes sociales, han supuesto acentuadas transformaciones que, si bien han modificado las formas y el alcance, han mantenido la esencia de la libertad de expresión feminista en el ámbito del fanzine. El cómic ha formado parte de estos movimientos desde sus inicios, pero su condición de medio profundamente masculinizado desde la creación y la producción, que sigue las normas propias de una sociedad de mercado patriarcal (Cortijo, 2016), ha hecho que la creación de cómic por parte de autoras en el ámbito comercial esté alejada de una posición feminista, que sin embargo sí se puede encontrar en el fanzino. En este artículo se realiza una revisión de estas relaciones observando su evolución desde los fanzines en papel hasta los espacios digitales, siguiendo tanto la incorporación de las mujeres al ámbito creativo como su necesaria implicación en la expresión feminista a través de las publicaciones alternativas. Por último, se traza una panorámica de estas relaciones en el caso especial del fanzino y cómic digital de autoras en España, con especial atención a la rápida evolución que se ha dado en el siglo XXI.

2. Del fanzine en papel a los espacios digitales

Los fanzines han constituido espacios de creación libre desde el inicio de estas primeras publicaciones en los años treinta y cuarenta, generalmente asociados a una publicación autoeditada de forma *amateur* que evolucionó rápidamente en los cauces de la marginalidad y la subcultura desde definiciones no establecidas, categorizadas como una expresión alternativa descrita por Bleyer (2004) como una intersección entre arte, protesta, confesión y teoría. Su naturaleza vinculada al desarrollo del fenómeno DIY (*Do It Yourself*), como publicaciones que requieren de una materialidad evidente, construida de forma artesanal, puede conceptualizarse a través de taxonomías como la planteada por Duncombe (1997), que establece el fanzine como un tipo de publicación no comercial, con circulación y tirada reducida, distribuido por sus propios creadores o creadoras.

De las anteriores definiciones se desprende una consideración común: la comprensión del objeto como calificador del movimiento en detrimento del trayecto que desemboca en la misma decisión de la autopublicación, pues más allá de una necesidad creativa el fanzine nace como un espacio de libertad absoluta en el que resulta imposible establecer limitaciones formales (Wertham, 19753). Frente a las constricciones industriales, económicas y sociales derivadas de cualquier publicación tradicional englobada dentro de lo que se podría calificar como *mainstream*, el fanzine evoluciona de forma propia. Su demanda de independencia frente a lo establecido lo convierte en absoluto protagonista de una contracultura entendida como resistencia ante la imposición de un pensamiento permitido (Costa, 2018), pero que debe pagar el precio de quedar fuera de los canales culturales habituales, sin poder optar a ser visible en estos (Galaxina, 2017). El fanzine se configura en este contexto como una práctica social que excede los materiales utilizados (Williams, 1977) para ser un proceso creativo que consigue establecer conexiones entre los componentes artísticos y el entorno sociocultural, político y económico, en tanto que aporta una necesaria interacción colectiva que obliga a un acercamiento sociológico (Couldry, 2012). La coincidencia de colectivos en cuanto a ideas, motivaciones o intenciones permite que esa materialidad albergue a comunidades activas construidas en torno a la producción de fanzines (Piepmeier, 2008).

En los últimos años, se asiste a un potente resurgimiento del fanzinismo, con un aumento espectacular no solo de la oferta de publicaciones, sino de la diversidad de estilos y contenidos. Así, el fanzine entendido como publicación de aficionado o aficionada a una temática determinada ha quedado ya como tan solo una opción frente a una amplísima oferta que comprende desde la denuncia hasta la creación artística más radical, en un auge que responde tanto a las necesidades expresivas como al aumento de eventos ligados al mundo de la autoedición y el DIY en diversos espacios, que potencian la creación de comunidades alrededor del fanzine.

Si en los EE.UU. se contabilizan más de sesenta festivales activos de autoedición (Stolen Sharpie Revolution, 2016a), así como la aparición de tiendas e instituciones especializadas en el fanzinismo (Stolen Sharpie Revolution, 2016b), en España el fenómeno ha encontrado una progresión similar: desde la aparición de festivales como Tenderete Fest en 2011 en Valencia, el número de eventos activos dedicados a la autoedición y fanzinismo se ha multiplicado de forma exponencial. De este modo, en la actualidad, pueden contabilizarse más de dos docenas de eventos activos con continuidad por toda la geografía española, al mismo tiempo que han aparecido librerías con secciones especializadas en fanzines y diversas

iniciativas de catalogación, entre las que destaca la llevada a cabo por Fanzineología³ o el archivo de fanzines que mantiene el IVAM de Valencia (Pons Moreno, 2020).

La aparición de los medios digitales ha supuesto un importante cambio de paradigma para la creación alternativa que ha modificado desde el propio objeto creativo los diferentes mecanismos de creación, distribución e intercambio nacidos en torno al movimiento DIY. En este sentido, diferentes estudios cuestionan si el salto al espacio de internet no afecta también a la propia naturaleza y esencia de lo que en realidad es un fanzine (Giménez Devis e Izquierdo-Castillo, 2016). Con independencia de la respuesta a este interrogante, parece evidente que la traslación de la creación al ámbito digital aporta una profunda democratización a todas las fases del proceso creativo y social que tiene lugar en el fanzine. La simple publicación en formato de web del fanzine, en la que se adopta la forma de webzine, no pierde en ningún momento la conciencia de marginalidad ni su carácter alternativo, pese al aprovechamiento de las posibilidades de comunicación de las plataformas digitales desde su propia concepción. La materialidad artesana de la creación de una publicación, que implicaba la participación manual en la confección de la maqueta, la impresión por métodos de reproducción rápida y barata o la distribución mano a mano, encuentra correlatos evidentes en el mundo digital; sin embargo, la accesibilidad global de las herramientas favorece un incremento exponencial de la oferta de estas publicaciones alternativas, que conviven con las tradicionales en papel (Magán, 2008) y no pierden el sentido de subversión contracultural que es propio de la subcultura (Rocha, 2008).

De esta manera, puede cuestionarse el canal directo que se establece entre la persona creadora y la persona que lee, gestado sin necesidad de intermediarios en el caso de la publicación en papel, garantizando una recepción que no queda certificada en la publicación digital (Rebillard, 2002). Asimismo, la facilidad con la que pueden descubrirse nuevos fanzines y publicaciones se multiplica a través de la oferta digital, no solo en las publicaciones que se pueden encontrar en la red, sino en los propios mecanismos de publicidad y comunicación de los eventos de fanzines, que proporcionan, además de una mayor visibilidad a las publicaciones en papel, nuevas vías de distribución y comercialización por medio de la venta directa en internet o de plataformas de venta online. Pensemos como muestra representativa en Etsy, una tienda online que se erige como uno de los espacios de compraventa más importantes de productos artesanales en el que los fanzines tradicionales han encontrado un lugar preferente de venta y distribución online (Weida, 2013).

³ Disponible en <http://www.fanzineologia.net/>

No obstante, resulta evidente que el fanzine digital presenta ventajas por la sencillez y facilidad con la que puede publicarse en diferentes plataformas de distribución de contenidos, con la consecuente reducción de costes de producción de forma drástica. Las plataformas de *blogging* como Blogspot o WordPress constituyeron inicialmente los lugares de mayor concentración de estas publicaciones, pero la aparición de plataformas gráficas como DeviantArt, Tumblr, Pinterest, Twitter o Instagram crearon un ecosistema propio de publicación a partir de las características distintivas, en algunos casos simplemente formales (como el uso de imágenes en formato cuadrado de la red social Instagram) y en otros con la creación de colectividades coincidentes en ideología e intereses, como el caso particular de Tumblr (Brandt y Kizer, 2015). Los webzines favorecen esta identificación colectiva, pero también la construcción de comunidades de intercambio donde el diálogo a través de los comentarios y la interacción directa no solo resultan factibles, sino que perduran en el tiempo, por lo que se convierten en espacios alternativos de debate, tanto alrededor de las temáticas tratadas en los fanzines como de las propias dinámicas de creación y distribución de fanzines (Bleyer, 2004). Sirva como ejemplo la página web We Make Zines (<http://wemakezines.ning.com/>), que conecta al público que lee fanzines con las personas creadoras con la finalidad de generar un sentido de comunidad en torno a la misma noción concepto de creación alternativa y marginal. De acuerdo con los postulados establecidos por Hicks (2009), los webcómic y webzines forman parte de una cultura participativa que aborda la ideología y el activismo desde las posibilidades de internet 2.0.

En el seno de la popularización de las redes sociales resulta esencial destacar el papel de Instagram, propiedad de la empresa Meta (que a su vez es propietaria de otras famosas redes sociales como Facebook o servicios de mensajería como WhatsApp). La sencillez e inmediatez de su interfaz para la publicación de imágenes ha desembocado en una redefinición del propio concepto de webzine para acercarlo al de *comic-strip*, comprendido como historieta de varias viñetas en línea que aquí se sustituye por el *scroll* de diversas viñetas en sentido horizontal. El sentido de la publicación, en cuanto objeto contenedor de diferentes historietas, es ahora aportado por la propia cuenta de la persona creadora y por el acceso a la página principal de la red social, que actúa como índice de entrada a las diferentes publicaciones, separadas ahora en un tiempo marcado por la posición consecutiva. Este tipo de publicaciones, conocidas genéricamente como *instatoons*, permite la aparición de un neologismo para designar las publicaciones de esta red: los *instazines*. El impacto de estas publicaciones deja de contabilizarse por su tirada, para encontrar en el número de seguidores un equivalente imposible de comparar numéricamente, pues, si una publicación en papel

podía tener una distribución de un centenar de ejemplares, una *instatoon* puede llegar con facilidad a los cientos de miles de seguidores, con una interacción rápida a través del *like*. Evidentemente, este tipo de publicaciones cuestiona gran parte de las bases fundamentales de lo que se entiende como fanzine, ya que, por una parte, la presentación de las imágenes en la página de acogida de la aplicación, conocida como *timeline*, depende de una algorítmica propietaria correspondiente a la empresa que proporciona el servicio y, por otra, la propiedad de las imágenes se diluye en un complejo entramado de consideraciones legales derivadas de los contratos que se asumen al acceder a estas cuentas, por lo que la independencia y libertad con la que el fanzine se presenta ante la persona que lo lee queda en entredicho. Si se añaden las estrictas condiciones de publicación, que controlan el tipo de imágenes que se pueden publicar (en algunos casos con políticas radicales, como la concerniente a la prohibición de la publicación de desnudos), las dudas sobre la equivalencia son evidentes.

Sin embargo, parece evidente que esta red social, de amplia difusión entre la población más joven (Marcelino, 2015), está redefiniendo por completo la forma en la que interactuamos con las imágenes hasta el punto de crear nuevas dinámicas que adquieren la forma de canon (Manovich, 2017). Si bien es cierto que estas dinámicas se encuentran condicionadas por determinadas prácticas que establecen relaciones dentro de la publicación de creaciones, no desde el impulso y la necesidad creativa sino desde una necesidad compulsiva de gratificación (Sheldon y Bryant, 2016), la dominancia de la plataforma como lugar de intercambio de imágenes crea un espacio ineludible para la distribución de las obras generadas incluso desde lo que podríamos denominar como «marginalidad digital». De la misma manera, la existencia dentro de Instagram del fenómeno *influencer* instaaura una dinámica de oposición mainstream/alternativo totalmente asimilable a la que se da en el papel. Queda, como duda, la cuestión de si las limitaciones impuestas por las plataformas provocan algún tipo de autocensura que cercene la libertad creativa de forma soterrada.

Asimismo, debe contemplarse en este debate el factor relativo al uso preferente de estas redes que en la actualidad se produce a través de dispositivos móviles, que favorecen una inmediatez absoluta a la vez que definen nuevos contextos de visualización e interacción, tanto desde el punto de vista del consumo y lectura de estas imágenes como del de la interacción social que se establece.

Sin duda, los *instatoons* se encuentran en el origen de nuevas formas de creación digital que se están popularizando en los últimos años, como los *webtoons*. Esta plataforma de publicación de cómics para dispositivos móviles, de origen coreano (Aguiló, 2022), aporta un nuevo argumento de reflexión debido a su rápido crecimiento y globalización. Su éxito

sin precedentes, ligado a una cultura rápida de la traslación transmedia, abre un nuevo espacio de interacción en el que las mismas dudas que se planteaban sobre Instagram siguen vigentes, pero con la incorporación de una necesaria reflexión sobre la «plataformización» del arte que se vive en la actualidad (Cho, 2021).

3. Feminismo y autoría de mujer: del fanzine a las redes sociales

Es indudable que el fanzinismo ha tenido un impacto fundamental en el empoderamiento de un discurso que, a través de la autoedición, ha conseguido construir narrativas desde el ámbito de la cultura alternativa, que actúan tanto como lugar de resistencia como de didáctica de nuevos comportamientos y actitudes hacia el feminismo y las mujeres (Guerra y Quintela, 2016), así como dan visibilidad a voces escondidas, generalmente de mujeres. Como enuncia Moore:

Zines are currently one of the means by which hidden histories occasionally come to light. Zines are personal, small-scale paper ventures and tell the kinds of stories deliberately ignored, glossed over, or entirely forgotten by mainstream media. Zines are created by prisoners, young girls, people with emotional and physical disabilities, queers, geeks, non-native speakers of English, survivors of sexual assault, radical offspring of conservative politicians, homeschoolers, members of the military, Native Americans, sexworkers, and anyone else who has ever felt that the voices speaking for them in the larger culture weren't conveying their stories. (Moore, 2008)

El fanzinismo en el cómic se aleja así de la imposición de la etiqueta de «cómic femenino», enraizada en una consideración histórica que intenta categorizar la obra de mujeres alrededor de unas características estilísticas propias desde una mirada reduccionista (Cortijo, 2011).

Se pueden encontrar referencias basales a la incorporación del discurso feminista al fanzine de cómics en publicaciones norteamericanas como *Wimmen's Comix* (1972) o *Tits & Clits* (1972), enmarcadas dentro del movimiento contracultural *underground* pero que surgen precisamente como contestación directa al liderazgo masculino que representan publicaciones como *Zap Comix*, consideradas como banderas del movimiento *underground* durante los años sesenta pero que son realizadas en su totalidad por hombres (Galvan, 2022).

La experiencia pionera del fanzine Riot Grrrl en 1991 actúa como un precedente que se propaga con rapidez, tanto como ejemplo de participación colectiva como de creación de comunidades y eventos que tienen en el feminismo su eje principal, integrado en el seno de la tercera ola. Aunque ligado en su inicio al movimiento punk, Riot Grrrl trasvasa el ámbito inicial de los EE.UU., reconvertido en movimiento para extenderse por toda Europa, desde

Reino Unido a Polonia, dando altavoz a su oposición a los medios *mainstream* y promoviendo que las mujeres se expresaran públicamente sin condicionantes (Dunn y Farnsworth, 2012), desde un planteamiento que no busca solo la denuncia a través del pensamiento político, sino también desde la acción política. Publicaciones como *Vaginal Teeth*, *Bikini Kill*, *Girls Germs* o *Adventures in Menstruating* formaron parte central de los festivales conocidos como Lady Fest que se crearon alrededor de este movimiento como celebraciones autogestionadas (Zaplana-Pérez, 2002). Estas celebraciones llegaron al Estado español en 2005, iniciándose en Madrid y desarrollando citas con una periodicidad estable hasta 2016, con encuentros en Sevilla (2007 y 2009), Iruña (2013), Granada (2013), Madrid (2010 y 2013), Asturias (2014), Cantabria (2014), Pontevedra (2015) y Barcelona (2016), lo cual permitió vertebrar una red de mujeres con interés en el feminismo desde la cultura autogestionada (Galaxina, 2017). Esta emergencia del fanzine feminista puede rastrearse también en países latinoamericanos con publicaciones como *Clitoris* (Acevedo, 2014) o la reciente *Femiñetas* (Acevedo y Burkart, 2023), revistas argentinas con un importante protagonismo en la movilización del feminismo en el cómic, impulsado por la importancia de colectivos como Ni una menos, que denuncia la sistemática de violencia de género y feminicidios, o los que se organizan en diferentes países por la defensa del derecho a la interrupción del embarazo (Gandolfo y Turnes, 2020). En Chile se podría citar la revista *Tribuna Femenina Cómic*, creada en 2009, o las publicaciones ligadas al colectivo Tetas Tristes Cómic, que aparece en 2015. En Brasil se puede destacar el pionero *As Periquitas*, de 2014, o las revistas *Brígida* y *Mina de HQ*, aparecidas en 2018 y 2020, respectivamente.

La aparición de las redes sociales supone un cambio radical en la propia concepción de este tipo de publicaciones que afecta especialmente a los fanzines feministas. Evidentemente, se produce un fenómeno de popularización ligado a la democratización que aportan las herramientas digitales, creando un momento cultural que ha sido incluso propuesto como «feminismo popular» (Banet-Weiser, 2015) y que ha impulsado las ideas feministas mucho más allá del espacio de marginalidad que las producciones autoeditadas en papel podían alcanzar. Sin embargo, la traslación del papel a las plataformas, que paradójicamente no se ha contaminado de las problemáticas y polémicas asociadas a las publicaciones online, ha favorecido una mayor apertura a nuevas firmas e ideas (Clark-Parsons, 2017). La diversidad de la publicación online permite eludir con facilidad las constricciones habituales de identificación tradicional en el espacio del hombre, blanco y heterosexual para crear conciencias críticas colectivas alrededor de un feminismo que evoluciona rápidamente hacia ideas ecofeministas como expresión sinérgica de las nuevas concepciones sociales (Guerra,

2023), fundamentalmente por la incorporación de voces jóvenes que entran en la política a través de estos espacios (Guzzeti y Gamboa, 2004). Si bien no se pueden establecer vínculos directos entre el fanzine y el incremento del feminismo en redes, existen ya voces que apuntan el espíritu de la publicación DIY como precursor del auge de la autoexpresión que se produce en la blogosfera feminista (Keller, 2016).

No obstante, el impacto de los medios digitales puede todavía ir mucho más allá, tal y como se presenta en el trabajo de Clark-Parsons (2017): a través del análisis de las razones para la realización de fanzines de diferentes autoras, se expresa la importancia de la libertad conferida a la creación digital, mucho menos controlada y que posibilita llegar a un exhibicionismo íntimo desde el que exponer una mayor expresión del yo. La vida personal actúa como escaparate de experiencias subjetivas que permiten la crítica social desde la representación y ofrecen además una mayor posibilidad de visibilidad a los colectivos más reducidos o marginales, como los ligados a los movimientos LGBTQ+.

El incremento de la visibilidad se complementa con las primeras iniciativas de catalogación de las publicaciones de esta clase, tal y como puede apreciarse en The Global Grrrl Zine Network. En este completo directorio de fanzines, iniciativas de autoedición y publicaciones en el ámbito del feminismo, se aprovechan las herramientas digitales para encontrar una exhaustividad que engloba desde lo cronológico hasta lo geográfico. Analizando este catálogo, se pueden contemplar las posibilidades performativas que el propio lenguaje y diseño de la web aporta (Weida, 2013), pero también se pueden seguir las genealogías del pensamiento feminista en el fanzine de cómic a través de la exposición de argumentos en estas publicaciones (Beins, 2017).

Desde esta óptica, los cómics han funcionado como efectivo sistema de agregación y colectivización en torno a los fanzines y, en particular, al fanzine feminista. La tradicional exclusión de las mujeres en el mundo del cómic, en todas sus etapas, desde la creativa hasta la editorial, pasando por las lectoras, que llega prácticamente hasta nuestros días, ha asimilado el cómic *mainstream* a un espacio de dominación masculina (Almerini, 2017). La aportación de las mujeres y del feminismo pasaba necesariamente por opciones de alternatividad y marginalidad en las que el fanzine encuentra caminos propios, favoreciendo la aparición de colectivos feministas de creación. En los años sesenta y setenta destaca especialmente el Wimmen's Comics Collective, centrado en San Francisco y con una conciencia clara de respuesta feminista al modelo impuesto en la industria del cómic (Olsza, 2020), al que seguirá una constante de grupos de todo el mundo, entre los que destaca el israelí Actus Tragicus liderado por la autora Rutu Modan. De Argentina es importante referenciar el colectivo

Chicks on Comics, formado por Caro Chinaski, Clara Lagos, Delius, Power Paola y Sole Otero desde 2008. Este grupo, iniciado en los fanzines, ha pasado por las diferentes expresiones de la cultura fanzinera, del papel a internet. En España, la acción colectiva viene a partir de la creación del Colectivo de Autoras de Cómic en 2013 que actuará de catalizador de la acción de defensa de la autoría de mujeres en el cómic, pero lo hará con un compromiso sociopolítico fundamental y de lectura feminista. Además de acciones de visibilización, como la exposición «Presentes. Autoras de tebeo de ayer y hoy», comisariada por Elisa McCausland y Carla Berrocal en 2016, han realizado iniciativas que son próximas al fanzinismo digital, como la acción *Wombastic*, que en septiembre de 2014 utilizó la plataforma Tumblr para recoger más de 250 imágenes creadas por autoras e ilustradoras en protesta a los retrocesos que desde el gobierno conservador español se proponían a los derechos sexuales y reproductivos de las españolas con el proyecto de «Ley orgánica para la protección de la vida del concebido y de los derechos de la mujer embarazada» (Márquez, 2018).

En este sentido de denuncia y acción vindicativa, resulta relevante verificar cómo en algunas sociedades asiáticas, donde todavía es más complejo posicionarse contra la cultura patriarcal, las publicaciones de cómic en Instagram han representado una apertura de libertad y reivindicación. Un ejemplo de esta línea radica en el caso coreano, en el que los *instatoons* han creado un territorio de activismo feminista, pese a que el propio concepto de feminismo presenta una visión todavía peyorativa desde la sociedad (Molisso, 2003). Las publicaciones de autoras como Shoo Ji⁴ introducen en el debate las desigualdades de género en su serie *Myeoneuragi*, en un movimiento subversivo que no deja de tener derivadas paradójicas: el éxito de la serie es tal que sería comprada por Kakao Webtoon para ser publicada por su plataforma y, posteriormente, adaptada como serie de televisión bajo el título *No, Thank You* (2020-) en plataformas como KakaoTv. Es cierto que se podría argumentar a favor de dicha decisión entendiendo que la popularización de la serie ha conseguido romper las barreras de las convenciones sociales para llevar el debate feminista a amplias audiencias, pero no se debe dejar de lado la evidente domesticación de las ideas que supone el débito de la adaptación audiovisual y el sometimiento a las exigencias de las grandes productoras, que han lanzado incluso figuras de la serie. La apropiación por parte de las grandes corporaciones junto con la masificación del mensaje genera equilibrios que son complejos de dilucidar y da lugar a dilemas dentro de los movimientos (Hebdige, 1979).

⁴ Disponible en <https://www.instagram.com/p/BxZqSL9hJ4k/>

La defensa de ideales feministas en sociedades con graves restricciones de los derechos de las mujeres se encuentra también en el webcómic de Deena Mohamed, *Qahera*, que desarrolla las aventuras de una superheroína que lleva el hiyab como parte de su uniforme (Dubbaty, 2017). Desde Canadá, la artista de ascendencia india Aminder Dhaliwal publicó en Instagram su serie *Woman World*, una fábula apocalíptica que representa un mundo sin hombres.

4. Fanzines y cómic digital de autoras (y feminista) en España

El fanzine de autoría de mujeres y, en particular, aquel vinculado a un discurso feminista comienza en España ligado a la influencia del mensaje de Riot Grrrls, pero articulado fundamentalmente a través de la música y de colectivos de fanzines musicales, como el mítico *Miau!* realizado por las hermanas Damunt en 1996. Sin embargo, el cómic se incorpora muy pronto como parte fundamental de estas publicaciones, como en el caso de *SPLIT*, realizado por Laia y Norma y que alcanza tres números. A partir de ahí, la presencia del cómic en todo tipo de publicaciones autoeditadas será habitual, como es el caso de *Fempunk*, creado en 2001 por Mabel Damunt y María Bilbao. Lentamente, la autoría de mujeres va ganando espacio en el fanzine en papel, en un proceso que se aceleraría a partir de 2011 con la celebración del Festival Tenderete de Autoedición Gráfica y Sonora en Valencia. El impulso que tendría en la publicación y articulación de colectivos de autoedición es indudable, plasmado en el rápido crecimiento de la oferta y la creación de vínculos para facilitar el contacto autoral y la aparición de propuestas que no son solo firmadas por creadoras, sino que cuentan con una fuerte reivindicación feminista, como los fanzines *Bulbaasur*, de Adra Alvaro, Cati Nestad y Francina Ribes (aparecido en 2013) o *Nenezas*, de Alaba Feito y Andrea Ganuza (publicado en 2013); así como en la posibilidad de la celebración de exposiciones y muestras específicas de fanzines realizados por mujeres, como puede ser el «Chavalas Zine», que se realiza en la Biblioteca de Jóvenes Cubit de Zaragoza en 2014, comisariada por Isabel Cebrián, Irene Bailo, Ana Quintana, Marta Cambroner y Leticia Martínez.

A partir de este momento se produce una clara coexistencia entre los fanzines publicados en formato de papel, con distribución manual, y la publicación en plataformas web emergentes y redes sociales durante la primera década del siglo XXI. De hecho, la rápida eclosión y crecimiento del webcómic en España durante las primeras dos décadas de ese siglo se apoya en el auge de plataformas específicas de agregación dedicadas al webcómic en español como *Webcómics En Español (WEE)* o *Subcultura* (Serrano, 2016), que permiten abrir una amplia oferta de publicaciones entre las que es posible detectar ya un importante y

creciente número de autoras, si bien en general no se encuentra en estas publicaciones un discurso feminista asentado o explícito.

Sin duda, una de las autoras que comienza el interés hacia los webcómic de autoría femenina es Raquel Córcoles, que firma bajo el pseudónimo Moderna de Pueblo, un blog del mismo nombre que comienza a publicar historietas humorísticas de 2010 y se convierte en un auténtico fenómeno viral en redes como Facebook acumulando cientos de miles de seguidores. El estilo abierto y sincero de la autora conecta rápidamente con el público, con lo cual consigue que las traslaciones a papel de sus libros tengan ventas absolutamente inusuales para un cómic y se certifica su categorización como *influencer* dentro del ámbito de las redes. Sin embargo, es interesante indicar la paulatina introducción de temas feministas en las historietas de la autora, que se harán casi únicos a partir de la popularización de sus obras desde Instagram. El adecuado formato de la red social para la distribución de las creaciones de la autora como *instatoons* favoreció una mayor popularidad que hoy se traduce en más de 1,8 millones de seguidores en esa plataforma, que convierten cada nueva obra suya en papel en un superventas en librerías.

Otra de las autoras que se inicia en ese momento es Laura Pacheco, que en 2011 comienza el cómic *Let's Pacheco* con guion de su hermana Carmen Pacheco. El cómic funciona como una comedia costumbrista acerca de la familia de las autoras, con elementos de cultura popular en los que se introducen reflexiones desde el feminismo sobre los micromachismos o comportamientos asumidos en ese ámbito. El éxito de la serie favorecería el interés por grandes medios, que daría lugar a la aparición casi inmediata de la serie “Problemas del primer mundo” en la versión online del suplemento «S Moda» del diario *El País*.

Similar camino siguió la autora de ascendencia china Quan Zhou Wu, que comenzó a publicar en 2011 sus historietas sobre el contraste entre dos culturas como española hija de inmigrantes en *Gazpacho agridulce*, a través de la plataforma Tumblr (posteriormente en la web del diario *El País*), con claras reflexiones sobre el machismo y racismo ligado a muchas de las situaciones por las que pasaba. En ambos casos, las historietas se recopilaron en papel posteriormente por la editorial Astiberri. Del mismo año procede el estreno del blog de Agustina Guerrero, *Diario de una Volátil*, de temática autobiográfica, que obtuvo un rápido éxito, traducido en miles de seguidores en redes sociales como Twitter, y en el que se remarca la inclusión de una mirada crítica a su vida cotidiana desde el feminismo.

En contraste con las temáticas de corte feminista desde el costumbrismo de estas tres autoras, resulta esencial subrayar que comienzan también a encontrarse en esos momentos webcómic de corte fantástico inspirados en el manga, tradicionalmente ligado a una

representación hipersexualizada de las mujeres y profundamente machista en sus planteamientos (Adams y Hill, 1997). Así, Irene Roga comienza a serializar desde 2012 la serie *Kyriade* en su web, mientras la asturiana Noiry (pseudónimo de Tamara Álvarez) publica la serie *Herem*. En ambos casos, el estilo, al igual que las temáticas, es claramente reconocible por su inspiración en el cómic nipón, pero con una clara distinción en cuanto a la sensibilidad que se refiere para definir y tratar los personajes femeninos y su representación muy diferenciada de los estándares del manga comentados, especialmente de aquellos asociados a los estereotipos de imagen de mujer fuertemente sexualizados (Allison, 1996).

También tiene carácter pionero en este periodo la aparición de la web *Caniculadas*,⁵ que comienza como un proyecto colaborativo de tira diaria en internet que se publicaría en la época estival. Estrenado en 2011, recoge la obra de un grupo de jóvenes autoras, Carla Berrocal, Natacha Bustos, Manoli López, Mamen Moreu, Mireia Pérez, Clara Soriano, Beatriz Tormo y Andrea Torrejón. El proyecto se extendería durante cuatro años inicialmente en Tumblr y luego en su propia web, partiendo del humor como eje y con la sátira de las situaciones más típicas y tópicas de los periodos veraniegos como base de sus historietas, siempre desde una perspectiva comprometida con el feminismo.

Otro ejemplo de éxito iniciado desde la web es el de Laura Santolaya, que desarrolla primero en blog como *P8choladas*, para luego pasar a redes sociales, donde acumula en 2024 más de 300 000 seguidores en Instagram, publicando unas historietas que han ido evolucionando hacia el concepto de meme y con la introducción de animaciones. Si bien en este caso la temática feminista no es prevalente, se puede encontrar reflexiones en esta línea en muchas de sus entregas.

Durante este periodo, impulsados por el indudable reconocimiento de los casos mencionados, se multiplican los webcómic de autoría de mujeres: Ana Polegre comienza en 2014 sus historietas sobre su trabajo como enfermera con decenas de miles de seguidores en redes sociales como Twitter; Ana Belén Rivero, que empieza a colaborar en el blog *Irreverendos* con otros autores, comienza a publicar en su propio blog una serie de historietas que serían después recopiladas en el libro *Somos pobres en euros pero ricos en pelos de coño*, lo cual le da gran popularidad. Otro grupo de autoras que comienzan a publicar en internet sus webcómic como Marta Masana (*Mocca Café*), Maribel Carod (*Dibus y Diretes*) o Bea Tormo (*I like potatoes*) pasarán posteriormente a publicar de forma habitual en publicaciones como

⁵ Disponible en <http://caniculadas.blogspot.com>

El Jueves. En todos estos casos, el humor es una eficaz metodología para apuntar los machismos cotidianos que sufren desde el entorno personal, familiar o laboral.

Aunque no sea un proyecto específicamente de cómic de autoría femenina, también cabe detenerse en la importancia de TikTok Cómics, un proyecto de web creado en 2013 por la dibujante Ana Galvañ que recoge el interés creciente por el fanzine de experimentación gráfica (Vilches, 2016). En esta página destaca por su relevancia la obra de mujeres como la propia Galvañ, Cristina Daura, Begoña García Alén, Conxita Herrero, Klari Moreno, Miriampersand, Carla Berrocal, María Medem, Erica Fustero, Roberta Vázquez, Carlota Juncosa o Anabel Colazo, conformando una nómina que llegaría a las 28 autoras y un total de más de 150 obras. TikTok Cómics se configura como un espacio de experimentación libre donde se recupera el espíritu *underground* y contracultural desde la provocación formal, pero consciente ya de la importancia de las redes sociales en la construcción tanto de imaginarios colectivos como de tendencias gráficas y visuales. La ruptura con los estilos tradicionales y el aprovechamiento de nuevas formas de lectura a través del *scrolling* digital y de recursos propios de la web como la animación alejan por completo a las obras que se presentan de la publicación en papel, pero mantienen incólume el espíritu más combativo de los fanzines, en el que, si bien la temática o reivindicación feminista no es frecuente, sí se puede encontrar en determinados aspectos como la representación del cuerpo de las mujeres o de actitudes ante lo cotidiano o la vida. Por desgracia, la iniciativa tuvo una duración corta, aunque productiva, y se acabó trasladando en 2019 a la red Tumblr bajo el nombre de *Tris Tras Comics* y a Instagram como *@Tris.Tras*, que se mantiene hasta 2023 como un espacio de descubrimiento autoral y catálogo de propuestas de investigación y experimentación formal.

Durante la segunda década del siglo XXI es prácticamente imposible reseñar el elevado número de propuestas en fanzine realizado por mujeres, tanto en papel como en digital, aunque es posible citar algunas muestras representativas por su compromiso feminista, como el caso de *Estamos todas bien*, de Ana Penyas, publicado originalmente como fanzine en papel para posteriormente ser ampliado en la obra del mismo nombre, con la que la autora ganaría el premio Fnac-Salamandra de Novela Gráfica primero y, posteriormente, el Premio Nacional de Cómic. Una obra realizada desde una temática de clara reivindicación del papel de las mujeres durante la dictadura franquista, que la autora ha prolongado en otros fanzines y obras.

Destaca asimismo la aparición de numerosas experiencias colectivas como el fanzine en papel *Nimio*, que recupera desde el espacio de la autoedición y el DIY fotocopiado el espíritu de la publicación de aventuras y fantasía a través de una autoría fundamentalmente de

mujeres: Anabel Colazo, María Ponce y Núria Tamarit, a las que se sumaría Luis Yang. Se aprecia la convivencia total entre la publicación de obra en redes sociales y en papel, en muchos casos recíproca y en otros complementaria, con el máximo aprovechamiento de las posibilidades ofrecidas por cada medio en función de las necesidades específicas, tal y como puede apreciarse por ejemplo en el webcómic *Medioevo* de Marina Vidal, similar en intenciones a *Nimio*, pero desde dos medios diferenciados. Evidentemente, la temática de estas publicaciones no puede describirse como explícitamente feminista, pero es evidente que se realizan desde una reescritura de los cánones del género que nace desde la mirada feminista, de una forma más eficaz que en los medios *mainstream* (Santaularia, 2003) y destacando especialmente la representación del cuerpo femenino, de la heroína, desde una perspectiva muy alejada de la cosificación que ha sido común en los cómics *mainstream* (Nelson, 2015).

En este rico panorama es importante resaltar una propuesta: el webcómic *Joselito*, de Marta Altieri.⁶ Publicado desde su propia web, la propuesta de Altieri aprovecha al máximo los recursos de presentación del lenguaje web, así como los conocimientos de programación de la autora, para establecer un discurso de transmedialidad novedoso (Bartual y Vilches, 2020). Sin embargo, todo el aparato de experimentación está al servicio de un desolador retrato de la juventud actual que se recorre desde una sensibilidad feminista y comprometida en la denuncia de la problemática laboral y de la aceptación de las relaciones tóxicas. Un contraste entre forma y fondo que consigue motivar nuevas reflexiones y que abre el camino a nuevas prácticas artísticas para el fanzine tradicional dentro del espacio digital (Pons Moreno, 2020).

Es especialmente interesante cómo este espacio de expresión digital se potenció durante la pandemia de la COVID-19, actuando en lo que Misemer (2019) describe como una especie de gran librería virtual para los colectivos de webcómic. En España, la plataforma Instagram fue la principal herramienta para la distribución de estas obras, donde destacan las contribuciones de autoras como Ana Oncina, Elisa Riera y, en particular, del colectivo formado por Genie Espinosa, Bea Tormo, Ana Oncina y Srta. Lumpy, que lanzaron en esta red social la serie *Mole Women*, con una clara motivación feminista.

⁶ Disponible en <https://www.137.rehab/joselito>

5. Conclusiones

La esencia de marginalidad que permite una libertad total del fanzine ha sido un vehículo natural para la expresión del feminismo prácticamente desde sus inicios. Como publicaciones que reclaman el enfrentamiento contra el orden establecido, los fanzines han asumido la reivindicación del feminismo como propia con naturalidad, ofreciendo una herramienta de expresión y opinión libre que ha sido especialmente importante en el caso del cómic. Como medio, el cómic ha sido un espacio fuertemente masculinizado en todo su proceso, desde la creación hasta la producción y distribución, pero también en sus comunidades lectoras, con temáticas «para hombres» que han alejado a las mujeres de su lectura mientras invisibilizaban a las pocas autoras que se podían encontrar en esa industria (Gibson, 2016). En ese contexto, los fanzines de cómic han sido una forma de lucha contra esa situación, permitiendo la aportación de colectivos de autoras que han entendido el cómic más allá de una simple herramienta de entretenimiento, usándolo como una herramienta de divulgación, denuncia y reflexión desde el feminismo. Los cambios introducidos por la aparición de internet, que afectan a todos los eslabones de la producción del fanzine y del cómic, han favorecido la multiplicación de la oferta tanto de cómic realizado por mujeres como de las temáticas feministas, obras apoyadas tanto en la democratización del acceso a las herramientas de producción y distribución como en la aparición de nuevos formatos de lectura y consumo que han sido asimilados rápidamente por el fanzinismo y el cómic. Las plataformas digitales, tanto las de redes sociales como las específicas que se han creado alrededor de los webcómic, han dado pie a una nueva forma de creación de comunidades en las que la conexión entre creación y público es ahora directa, posibilitando nuevas estrategias de reflexión, pero también de acción, que permiten la traslación de las ideas de los espacios digitales a los reales. La aparición de circuitos de festivales de autoedición ha actuado como nexo de unión de ambos espacios, pero también ha instaurado vínculos entre la creación digital y la materialidad artesanal que ha acompañado al fanzine desde sus inicios, creando una hibridación transmedial que ha ayudado a potenciar el mensaje feminista desde una visibilidad múltiple. Estos procesos han sido especialmente fructíferos en España, donde el fanzinismo y el cómic digital se vuelven en algunos momentos indistinguibles, pero se conserva un claro protagonismo de la autoría de mujeres, que no solo da lugar a espacios de reivindicación sociopolítica, sino también a un activismo activo que explora tanto la experimentación formal como la reflexión asociada a las ideas feministas.

6. Referencias

- Acevedo, Mariela. (2014). Revista Clítoris, Argentina. *Ixaya. Revista Universitaria de Desarrollo Social*, (6), 215-226.
- Acevedo, Mariela Alejandra y Burkart, Mara. (2023). Cuando el «cuarto propio» es un espacio colectivo: la emergencia de revistas de historietas feministas en Argentina, Chile y Brasil (2009-2022). *CuCo, Cuadernos de cómic*, 1(21), 34-56. <https://doi.org/10.37536/cuco.2023.21.2301>
- Adams, Kenneth Alan y Hill, Lester. (1997). The Phallic Female in Japanese Group-Fantasies. *The Journal of Psychohistory*, 25(1), 2-31.
- Aguiló, Jaime. (2022). El fenómeno de los webtoon coreanos y su difusión global. *Portes: Revista Mexicana de Estudios Sobre la Cuenca del Pacífico*, 16(32).
- Allison, Anne. (1996). *Permitted and Prohibited Desires: Mothers, Comics, and Censorship in Japan*. Westview Press.
- Almerini, Katia. (2017). La irrupción del feminismo en el cómic español de los setenta. *Anuario del Departamento de Historia y Teoría del Arte*, 27, 213-229. <https://doi.org/10.15366/anuario2015.009>
- Banet-Weiser, Sarah. (21 de enero de 2015). *Popular Misogyny: A zeitgeist*. Cultural Digitally. <http://culturedigitally.org/2015/01/popular-misogyny-a-zeitgeist/>
- Bartual, Roberto y Vilches, Gerardo. (2020). La vanguardia del cómic digital: Transmedialidad y recursos narrativos en Joselito de Marta Altieri. *H-ermes, Journal of Communication*, 18, 163-190. DOI: 10.1285/i22840753n18p163
- Beins, Agatha. (2017). *Liberation in Print. Feminist Periodicals and Social Movement Identity*. University of Georgia Press.
- Bleyer, Jennifer. (2004). Cut-and-Paste Revolution: Notes from the Girl Zine Explosion en Labaton, Vivien y Martin, Dawn Lundy (Eds.), *The Fire This Time: Young Activists and the New Feminism* (pp. 42-60). Anchor Books.
- Brandt, Jenn y Kizer, Sam. (2015). From Street to Tweet: Popular Culture and Feminist Activism en Trier-Bieniek, Adrienne (Ed.), *Feminist Theory and Pop Culture* (pp. 115-117). Sense Publisher.

- Cho, Heekyoung. (2021). The Platformization of Culture: Webtoon Platforms and Media Ecology in Korea and Beyond. *The Journal of Asian Studies*, 80(1), 73-93.
- Clark-Parsons, Rosemary. (2017). Feminist Ephemera in a Digital World: Theorizing Zines as Networked Feminist Practice. *Communication, Culture & Critique*, 10(4), 557-573.
- Cortijo, Adela. (2011). Autoras contemporáneas en la historieta española. Revisión de la etiqueta 'cómic femenino'. *Arbor*, 187(Extra_2), 221-238.
<https://doi.org/10.3989/arbor.2011.2extran2120>
- Cortijo, Adela. (2016). Mirada y representación del cuerpo femenino en el cómic francés: las autoras de «Ah! Nana». *Diablotexto Digital*, 1, 139-167.
<https://doi.org/10.7203/diablotexto.1.8859>
- Costa, Jordi. (2018). *Cómo acabar con la contracultura*. Taurus.
- Couldry, Nick. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Polity Press.
- Dubbati, Barkuzar. (2017). The Woman in Hijab as a Freak: Super(Muslim)woman in Deena Mohamed's Webcomic Qahera. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 8(5), 433-449.
- Duncombe, Stephen. (1997). *Notes from the Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. Verso.
- Dunn, Kevin y Farnsworth, May Summer. (2012). "We ARE the Revolution": Riot Grrrl Press, Girl Empowerment, and DIY Self-Publishing. *Women's Studies*, 41(2), 136-157.
<https://doi.org/10.1080/00497878.2012.636334>
- Galaxina, Andrea. (2017). *¡Puedo decir lo que quiera! ¡Puedo hacer lo que quiera! Una genealogía incompleta del fanzine hecho por chicas*. Bombas para Desayunar.
- Galvan, Margaret. (2022). Finding Feminist Comics Histories in Grassroots Periodicals. *American Periodicals: A Journal of History & Criticism*, 32(2), 121-127.
- Gandolfo, Amadeo y Turnes, Pablo. (2020). Chicks Attack! Making Feminist Comics in Latin America. *Feminist Encounters*, 4(1), 1-22.
- Giménez Devis, Alba e Izquierdo-Castillo, Jessica. (2016). El movimiento fanzine español y su evolución en la era digital una propuesta conceptual para el webzine. *Icono14*, 14(2), 353-376. DOI:ri14.v14i2.978

- Gibson, Mel. (2016). Comics and gender en Bramlett, Frank; Cook, Roy T. y Meskin, Aaron (Eds.), *The Routledge Companion to Comics* (pp. 285-293). Routledge.
- Guerra, Paula y Quintela, Pedro. (2016). Culturas de resistência e média alternativos: os fanzines punk portugueses. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (80), 69-94.
- Guerra, Paula. (2023). DIY, Fanzines and Ecofeminism in the Global South: 'This city is my sister'. *DIY, Alternative Cultures & Society*, 1(3), 299-311.
<https://doi.org/10.1177/27538702231211062>
- Guzzetti, Barbara J. y Gamboa, Margaret. (2004). Zines for Social Justice: Adolescent Girls Writing on their Own. *Reading Research Quarterly*, 39(4), 408-436.
- Guzmán, Andrea. (2021). Un Aleph Fotocopiado. Un presente posible de los fanzines de historieta y las publicaciones independientes producidas por mujeres e identidades no hegemónicas en Argentina. *Revista de la Red Intercatedras de Historia de América Latina Contemporánea*, (15), 243-257.
- Hebdige, Dick. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Routledge.
- Hicks, Marianne T. (2009). 'Teh Futar': The Power of the Webcomic and the Potential of Web 2.0. en Scully, Richard y Quartly, Marian (Eds.), *Drawing the Line: Using Cartoons as Historical Evidence* (pp. 1-20). Monash University Press.
- Keller, Jessalynn. (2016). *Girls' Feminist Blogging in a Postfeminist Age*. Routledge.
- Magán, Mon. (15 de febrero de 2008). *Los fanzines y la edición subterránea*. Periódico HQT.
<http://www.monmagan.com/docu/fanzineshqt.pdf>
- Manovich, Lev. (2017). *Instagram and Contemporary Image*. Manovich.
<http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>
- Marcelino, Georgina V. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *Icono 14*, 13(2), 48-72.
- Márquez, María. (2018). Wombastic, la batalla gráfica por la reapropiación del cuerpo femenino frente a la amenaza antiabortista de Gallardón. *Teknokultura*, 15(2), 275-284.
[doi:10.7195/ri14.v14i2.978](https://doi.org/10.7195/ri14.v14i2.978)

- Misemer, Leah. (2019). A Historical Approach to Webcomics: Digital Authorship in the Early 2000s. *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship*, 9(1). 1-21. <https://doi.org/10.16995/cg.162>
- Molisso, Sarah. (30 de marzo de 2023). Palatable Political Passion Projects? Feminist Instatoons in South Korea. *MAI: Feminism & Visual Culture*, 10.
- Moore, Anne E. (2008). *Be A Zinester: How and Why to Publish Your Own Periodical*. <http://www.anneelizabthemooore.com>
- Nelson, Kyra. (2015). Women in Refrigerators: The Objectification of Women in Comics. *AWE (A Woman's Experience)*, 2.
- Olsza, Malgorzata. (2020). Feminist (and/as) Alternative Media Practices in Women's Underground Comix in the 1970s. *Polish Journal for American Studies*, 14, 19-36.
- Piepmeyer, Alison. (2008). Why Zines Matter: Materiality and the Creation of Embodied Community. *American Periodicals*, 18(2), 213-238.
- Piepmeyer, Alison. (2009). *Girl Zines: Making Media, Doing Feminism*. New York University Press.
- Pons Moreno, Álvaro. (2020). Fanzinismo catódico experimental desde España. *Hermes. Journal of Communication*, 2020(18), 139-162.
- Rebillard, Franck. (2002). Webzines, e-zines : quels nouveaux médias? *Médiamorphoses*, (4), 57-60.
- Rocha, Servando. (2008). *Agotados de esperar el fin: subculturas, estéticas y políticas del desecho*. Virus Editorial.
- Santaularia, Isabel. (2003). 'He comes back badder and bigger than ever!' Readapting the masculine and negotiating the feminine in treasure-hunting adventure fiction. *Journal of Gender Studies*, 12(3), 215-228. <https://doi.org/10.1080/0958923032000141553>
- Serrano, José A. (2016). Webcómic en España hoy: breve guía de campo en Pérez, Pepo (Coord.), *Cómic digital hoy: una introducción en presente* (pp. 155-195). ACDCómic. <https://acdcomic.es/comicdigitalhoy/.pdf>

- Sheldon, Pavica y Bryant, Katherine. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age, *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Stolen Sharpie Revolution. (2016a). *Stores that Sell Zines*.
<http://www.stolensharpievolution.org/stores-that-sell-zines/>
- Stolen Sharpie Revolution. (2016b). *Zine Distros*.
<http://www.stolensharpievolution.org/zine-distros/>
- Vilches, Gerardo. (2016). Breve historia del cómic digital en Pérez, Pepo (Coord.) *Cómic digital hoy. Una introducción en presente* (pp. 1-38). ACD Cómico. <https://acdcomic.es/comicdigitalhoy/01-Breve-historia-comic-digital-Gerardo-Vilches-acdcomic.pdf>
- Weida, Courtney L. (2013). Feminist Zines: (Pre)Occupations of Gender, Politics, and D.I.Y. *The Journal of Social Theory in Art Education*, 33, 67-85.
- Wertham, Frederick. (1973). *The World of Fanzines*. Southern Illinois University Press.
- Williams, Raymond. (1977). From Medium to Social Practice en *Marxism and Literature*, (pp.153-164). Oxford University Press.
- Zaplana-Pérez, Alfonso. (Mayo de 2002). *Hello Cuca*. MMAMM.
<http://www.mmamm.net/new/numero2/emo2/hellocuca/hellocuca.html>