

2016

Facultad de Periodismo y
Comunicación Social.
Universidad Nacional de
La Plata

VARANO, Juan Ignacio

[LA CUERDA: UNA REVISTA SOBRE LAS BANDAS DE ROCK INDEPENDIENTES DE LA PLATA]

[Planificación, producción, redacción periodística, edición y proyección de una revista de tirada mensual enfocada en el trabajo artístico, las experiencias de autogestión y los relatos de los protagonistas de las bandas de rock independientes en los escenarios culturales platenses.]

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Trabajo Integrador Final de Producción



Nombre: Varano, Juan Ignacio

N° Legajo: 20393/8

D.N.I: 35.417.101

Dirección: 116 N° 1378 (Villa Elisa)

Tel. Fijo: (0221) 4870079

Tel. Móvil: (0221) 156180458

Correo Electrónico: juanignaciovarano@gmail.com

Correo Electrónico alternativo: juanignaciovarano@hotmail.com

Sede de Facultad: La Plata - Diagonal 113 y 63

Director de Tesis: Lic. Rodrigo García

Co-Director: Lic. Marcos Mutuverría

Fecha de Presentación: Julio de 2016

Palabras clave: Rock – Música – Difusión – Cultura – La Plata – Independencia – Autogestión – Comunicación
– Revista.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

| | |
|-------------------|----|
| Introducción..... | 04 |
|-------------------|----|

CAPÍTULO 1: NOCIONES GENERALES

| | |
|--------------------|----|
| Justificación..... | 07 |
|--------------------|----|

| | |
|----------------|----|
| Objetivos..... | 09 |
|----------------|----|

| | |
|-------------------|----|
| Antecedentes..... | 10 |
|-------------------|----|

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

| | |
|--------------------|----|
| Marco teórico..... | 14 |
|--------------------|----|

| | |
|------------------|----|
| Metodología..... | 20 |
|------------------|----|

CAPÍTULO 3: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

| | |
|-------------|----|
| Nombre..... | 22 |
|-------------|----|

| | |
|-----------|----|
| Tapa..... | 23 |
|-----------|----|

| | |
|--------------------------|----|
| Formato e impresión..... | 24 |
|--------------------------|----|

| | |
|-------------|----|
| Diseño..... | 26 |
|-------------|----|

| | |
|--------------|----|
| Público..... | 27 |
|--------------|----|

| | |
|-------------------|----|
| Periodicidad..... | 27 |
|-------------------|----|

| | |
|-------------|----|
| Tirada..... | 27 |
|-------------|----|

| | |
|-------------------|----|
| Distribución..... | 28 |
|-------------------|----|

| | |
|---------------------|----|
| Financiamiento..... | 29 |
|---------------------|----|

| | |
|----------------|----|
| Secciones..... | 32 |
|----------------|----|

| | |
|-----------------------------------|----|
| Primera sección: Autogestión..... | 34 |
|-----------------------------------|----|

| | |
|--------------------------------|----|
| Segunda sección: Difusión..... | 36 |
|--------------------------------|----|

| | |
|------------------------------------|----|
| Tercera sección: Experiencias..... | 39 |
|------------------------------------|----|

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES

| | |
|-------------------|----|
| Conclusiones..... | 41 |
|-------------------|----|

CAPÍTULO 5: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

| | |
|-------------------------|----|
| Proceso de trabajo..... | 44 |
|-------------------------|----|

CAPÍTULO 6: BIBLIOGRAFÍA

| | |
|-------------------|----|
| Bibliografía..... | 48 |
|-------------------|----|

INTRODUCCIÓN

El Trabajo Integrador Final (a partir de ahora TIF) implicó la planificación, producción, redacción periodística, edición y proyección de una revista denominada *La Cuerda*, de tirada mensual y enfocada en el trabajo artístico, las experiencias de autogestión y los relatos de los protagonistas de las bandas de rock independientes en los escenarios culturales platenses.

Se pensó en un destinatario juvenil sin intervenir en la división etaria, sino en una concepción relacional, heterogénea y contextual de los públicos (Chaves, 2005). A su vez, el producto no está orientado a un sexo en particular y tiene la intención de diversificar géneros. Desde un inicio, la meta de la producción fue que, a pesar de su carácter de actualidad, las notas de la revista no pierdan notoriedad con el paso del tiempo y, además, que ésta sea un producto coleccionable. Se cree que los lectores puedan estar abiertos a estas primeras orientaciones y haya una generalización, más allá de los gustos por el formato, lo artístico y los estilos periodísticos que allí convergen.

Entre lo que se propuso ejecutar, se configuró que a partir de este material gráfico, se puedan divulgar las tareas multidisciplinarias que realizan los artistas seleccionados: los emprendimientos propios, los trabajos de diseño de tapas de discografía, la realización del material escenográfico, la confección de material audiovisual para impulsar conocimiento, las fotografías para coberturas o el desarrollo para posterior distribución de folletos propagandísticos, entre otros tantos quehaceres. A su vez, tuvieron incidencia las vicisitudes que afrontan los músicos para conseguir espacios donde no tengan que abonar para presentar su trabajo, según manifestaron ellos en los primeros acercamientos.

En este sentido, Gustavo Rohnderburg¹, integrante de la Comisión Directiva de la Unión de Músicos Independientes (UMI) –asociación que les brinda herramientas a los artistas –, describía en primera instancia esta problemática que tiene trascendencia en La Plata:

No está bueno pagar para tocar, nunca estuvo bueno, lo que pasa que se acostumbró a fines de los 80 y comienzos de los 90. Los bolicheros tomaron esa lógica, se naturalizó y los músicos sabían que tenían que pagar para tocar y eso no fue bueno, no fue sano para nadie. (Rohnderburg, 2015).

Las razones sostenidas anteriormente tienen su basamento empírico correspondiente, en primer lugar, por las charlas, vivencias y experiencias transcurridas con los músicos y artistas de la escena local que se sostienen de manera independiente, los cuales manifestaron las reiteradas complicaciones económicas para

¹ Mensaje de correo electrónico, 20 de junio de 2015.

trabajar y difundir su actividad. En segundo término, por la existencia de una asociación civil sin fines de lucro como UMI, con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en la cual sus asociados son todos músicos independientes que tienen como objetivo central la búsqueda de mejorar las condiciones para tener más herramientas, acceso a obras de calidad y facilidades operacionales.

Aquí, se hace evidente la problemática manifestada, la cual todavía no tiene un cambio radical, a pesar de la implementación de la Ley de la Música en 2012, que llegó para actualizar el Estatuto del Ejecutante Musical de 1958. La actual normativa tiene entre sus puntos principales la creación de un órgano de fomento, la confección de recursos que solucionen el proceso productivo de un proyecto musical, la creación de Circuitos Estables de Música en Vivo en cada región, y la posibilidad de mejorar la difusión de la música nacional en los medios de comunicación, aportando herramientas para que el músico se pueda manejar. Con respecto a esto, Mayra Mendoza², Diputada Nacional e impulsora de la Ley de la Música, afirmaba:

No hay una forma de solucionar de raíz eso, porque que haya un recital que convoque a cierta cantidad de gente, implica que haya normas de seguridad determinadas que tienen un costo. Entonces el tema de que haya lugares preparados para eso, me imagino que sí o sí tiene que haber un costo de mantenimiento que alguien tiene que cubrirlo. (Mendoza, 2014).

A partir de las lecturas hechas, de incursionar en el tema, investigar, preguntar a los actores principales y también derivados, se creyó necesario que a partir de la edición de la revista *La Cuerda* se pueda concientizar a los públicos directos e indirectos de la existencia de lo explicado anteriormente y, a partir de allí, dar a conocer el trabajo, vida y obra de las bandas de rock independientes que circulan en los escenarios platenses, teniendo en cuenta las experiencias de autogestión, la multiplicidad de tareas y los relatos de los protagonistas. Esto se pone de manifiesto con la finalidad de poder llenar el vacío de divulgación gráfica que estas tareas merecen, en comparación con los grandes medios platenses y en equiparación con otros productos similares que no circulan a nivel local, dándole así una identidad a la actividad cultural de la ciudad.

Entre las experiencias y la observación de los hechos, la conversación con actores o grupos implicados en los que se trabajó y el rastreo documental que se hizo, se pudo lograr un vínculo de fuentes primarias y secundarias con: artistas³, productores, dueños o directivos de bares, funcionarios⁴, periodistas que hayan

² Conversación telefónica, 18 de septiembre de 2014.

³ Florencia Garrido de La Mansa, Mario Gimeno de Under Linden, Marcelo Fontana de Caracol a Contramano, Alejo Saggio de la Vieja Bis, Hernán Chaves de Señor del Bar, Santiago Rusconi de La noche de Garufa, Julián Haramboure de Mar de Venus, Joaquín Inza de Miro y su fabulosa orquesta de juguetes, Lautaro Ramírez de Crema del Cielo, Matías Menchón de Cruzando el Charco, Elunen Moreno de Se va el camello, Jonatan Martino de Perro Loco, Martín Trovato de Astrovándalos, entre otros.

trabajado con tesis de revistas o temáticas que se desprenden, antecedentes o trabajos similares en diferentes soportes⁵, discos, estatutos antiguos, leyes actuales, normativas y manuales de formación⁶.

A la hora de hablar de los recursos para la elaboración de la revista, hay que destacar que, en primer lugar, quien suscribe fue el encargado de todas las actividades periódicas: realización de entrevistas, redacción, dirección, coordinación, elección de fotografías, estilo de tipografías, colores y logotipo de la marca. Vale aclarar, que más allá del número cero, se pretende incorporar un redactor permanente y una persona encargada de la fotografía, dos eslabones claves para desarrollar al medio y brindarle material de producción propia en la continuidad.

Entre lo material y financiero que configura todo el andamiaje para el armado de una edición gráfica, se tuvieron en cuenta varios aspectos: computadora personal para las tareas de redacción, reporte para la realización de entrevistas, diseño gráfico completo con tarea aportada por la profesional María Ángeles Méndez, a la que se le abonó una suma por su trabajo, e impresión, evaluada por distintas ofertas de imprentas. En este sentido, a lo largo del año que duró el proceso y con la versatilidad de la moneda, se fueron actualizando permanentemente los precios de impresión, consultándolos mínimamente en tres oportunidades, algunos aumentando su valor el doble o el triple, por lo que fue necesario ir variando el organigrama económico paso a paso, como posibilidades en una tirada de 1.500 revistas teniendo en cuenta las características de 24 páginas completamente a color, en tamaño A4, frente y dorso, con papel recubierto, plegado dúptico e impreso en soporte *offset*.

Con la intención de pensar en el material gráfico con posteridad, se ideó un esquema que no esté ajeno lo económico, planificando las publicidades inmersas en la revista, considerando acrecentar éstas para generar más recursos y reflexionando sobre la chance de una pauta estatal. Además, tener en cuenta los costos porcentuales de distribución, la demora de los cobros de la Cooperativa de Diarios y Revistas y la importancia de la difusión de prensa para el conocimiento del medio, todos ítems explicados luego en la parte de Financiamiento y Distribución, pero que interesan para concentrarse en las posibilidades integrales

⁴ Francisco Bayinay, productor general en Ranas Rojas; Eliana Urbina, directora del soporte radial de Pura Vida; Matías Rufach, dueño de Rey Lagarto; Gustavo Rohnderburg, integrante Comisión Directiva de la Unión de Músicos Independientes; Mayra Mendoza, Diputada Nacional por el Frente para la Victoria e impulsora de la Ley de la Música.

⁵ Agustín Colianni, productor de El Expreso del Bosque (TIF de revista) y Fernando Domínguez, director de revista deportiva; Revista La Lupa (tesis), una mirada sobre la militancia política del Gran La Plata; Rocktura Cultural, campaña reivindicativa de comunicación para la difusión de la subcultura rock en la ciudad de Quito de Andrés Vinuesa; Bandas municipales: ¿la gestión musical del Estado? de Sonia Rivera; Las múltiples dimensiones de la música independiente de Guillermo Martín Quiña.

⁶ Estatuto del Ejecutante Musical (ley 14.597), Ley de la Música (26.801), Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522), Estatuto Social de la Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música (reformado por Asamblea 2009). Manual de Formación N° 1 (Derechos Intelectuales en la Música) y N° 2 (Herramientas de Autogestión) del Instituto Nacional de la Música.

del proceso del producto, no dejando cabos desatados ni quedándose sólo con el puntapié inicial.

Entre los contenidos, divididos en tres secciones (Experiencias, Autogestión, Difusión) a lo largo de las 24 páginas de la revista, se volcó toda la producción llevada a cabo y traducida en notas que configuran los diferentes estilos periodísticos, tales como crónicas, editorial, informes, entrevistas y críticas, que se detallan a lo largo del recorrido de la Memoria, la cual estará ordenada y dividida en seis capítulos para su mejor comprensión y precisión de lo realizado paulatinamente, aportando las nociones generales, el marco teórico, la descripción del producto, del proceso, las conclusiones y la bibliografía utilizada, ítems que se desarrollarán a partir de los siguientes párrafos.

CAPÍTULO 1: NOCIONES GENERALES

JUSTIFICACIÓN

“Pagar para tocar” fue una de las frases que se oyó por parte de un alumno en la clase del Taller de Producción Audiovisual II cursado durante 2013 en la Facultad de Periodismo. Esta temática, que en aquel momento sonaba desconocida, fue una de las propuestas que éste nos hizo a nuestro grupo de trabajo para la realización de una escueta producción que no debía extenderse por más de diez minutos. Y fue llevada a cabo. A partir de allí comenzó un diálogo –por mensajes de texto, correos electrónicos, entrevistas mano a mano- con los diferentes protagonistas de la escena musical platense, donde nos contaban lo que tenían que realizar en ese momento –cuestión que aún persiste- para poder desempeñarse como artistas; trabajar.

El violero de “Mar de Venus”, Julián Haramboure ⁷ sostenía que les exigían vender un número determinado de tickets o llegar a un dinero en particular, siendo el apoyo de los amigos y allegados un punto importante para desempeñarse. En aquel momento, el tratado inicial dependía del organizador, quien pedía un valor o una cantidad de entradas específica, una exigencia común cuando se está en los albores de la actividad.

Juan Matías Menchón⁸, bajista de “Cruzando el Charco” agregaba que al principio de la carrera se deben presentar en sitios de dimensiones acotadas con otros conjuntos para abordar un mayor número de espectadores. Además, manifestaba que los encargados o dueños de los espacios de presentación siempre pedían un mínimo de entradas para rendir, que en caso de no venderlas, ellos debían acarrear los costos, siempre dependiendo del arreglo, sin tener ingresos, pagando y tocando gratis.

⁷ Comunicación personal, agosto de 2013.

⁸ Ídem.

Con este prelude que adquiere un carácter anecdótico, se puede comenzar a desandar los distintos fundamentos por los cuales se decidió realizar como TIF una revista que refiere a las bandas de rock independientes de La Plata. A partir de aquí, se aprecian diferentes direcciones argumentativas que tienen que ver con lo personal, lo epistemológico y lo social.

La elección de hacer un TIF de producción se vuelca específicamente por la tarea y la práctica periodística cotidiana, no sólo desde lo académico, sino también desde lo profesional, con una labor que se inclina a la investigación, búsqueda, rastreo de datos, entrevistas y análisis de distintos procesos envueltos en un contexto social determinado. Por eso, el objetivo pasa por la realización de las distintas etapas y pautas a las que se tienen que llegar para alcanzar la revista íntegramente.

Con la conformación del material gráfico y toda la antesala que implicó involucrarse de lleno en el tema, es fiable decir que uno se convertirá en una persona con vasto conocimiento en el asunto, experiencia y especialidad. Asimismo, lo que puede servir como un puente laboral, también proporcionará avances para nuevos proyectos y oportunidades en el ejercicio profesional.

Se decidió realizar el TIF de manera particular por el simple hecho de la dependencia y los manejos temporales propios, además de querer coronar la carrera con un temática y formato de agrado personal, como es la música en general y la gráfica en particular, siendo este último tópico uno de los que los compañeros de ruta en los diferentes años de cursada –los más cercanos en cuanto al contacto- no tenían complacencia.

Desde el plano epistemológico, se pone de manifiesto el enfoque que se le quiso otorgar al TIF, con nuevos aportes de los que ya estaban dados, con tintes de originalidad y novedad. Es claro y conocido que revistas de música abundan a nivel nacional e internacional, pero no haciendo foco en el rock independiente y mucho menos a escala local. Hace más de un año finalizó la edición de la revista mensual *De Garage*, que recorrió el escenario platense por ocho años ininterrumpidos, mostrando la cultura joven y experimentando los crecimientos y atractivos de la historia de esta ciudad. Aquí surge la posibilidad de innovar con temáticas y problemáticas que no son reflejadas por los medios masivos de comunicación, tales como la autogestión y la independencia laboral, en el plano general.

La revista también se aprecia como una forma de poner en práctica los múltiples conocimientos y las técnicas adquiridas desde 2010 hasta la fecha, desde los comienzos en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, con procedimientos aprehendidos en los Talleres de Gráfica y las diferentes asignaturas curriculares que quedaron en el camino, con conceptos y criterios para la confección, edición y

producción de este tipo de medio. Esta revista fue elegida porque en ella convergen distintos modelos discursivos, el lenguaje escrito, infográfico, iconográfico y fotográfico. A su vez, fusiona a las diferentes maneras de poder presentar un trabajo periodístico, tales como la crónica, la descripción, la entrevista, el editorial, entre otras tantas modalidades.

Al ser parte de la cultura, el TIF no puede estar aislado del contexto social en el que se lleva a cabo. No sería indistinto abordar esta temática sin la evaluación que refiere el estar inmersos actualmente en un proceso de cambio de gobierno, particularmente mientras aflora la Ley de la Música en el plano nacional y nacen los primeros aportes y tirantezas a la cultura local: con respecto a los derechos laborales, bares como “Pura Vida” –uno de los pocos que no le cobra al músico independiente para trabajar- denunciaron clausuras y hostigamientos por parte de la nueva gestión municipal, impidiendo el acceso libre a la cultura y creatividad alternativa. A nivel de difusión, con presentaciones compartidas y gratuitas en las plazas de la ciudad, los últimos gobiernos locales han establecido distintos programas semestrales, como el concurso “Vamos las Bandas” en la gestión de Bruera o presentaciones enmarcadas en “La Plata Ciudad Rock” en la etapa de Garro. Así, la intención es que este material pueda involucrarse con distintos colectivos sociales, descubriendo temas y problemáticas que no tienen la difusión que se cree pertinente.

Este material no solo tendrá su relevancia en el ambiente académico para la presentación del TIF, sino también por fuera de éste, entrando en los conocimientos y aprendizajes del público aplicado, con un soporte que funciona como archivo para ser inquirido en cualquier momento, como un producto coleccionable, una ventaja que no tienen todas las dimensiones del periodismo. En la coyuntura actual y con el avance de las nuevas tecnologías parece digno aprovecharlas para una hipotética difusión mediante la web, donde es de común conocimiento que circulan los públicos a los que se apunta.

Con los elementos previamente citados, se cree que el desarrollo de la revista se envolverá en un interés elocuente para la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, donde es valorable la producción por ser una variable común como salida laboral y porque además ha sido artífice de distintos proyectos de tal magnitud como el documental "Pequeña Babilonia. 30 años de Rock Platense en Democracia", producido por esta casa de estudios y dirigido periodísticamente por Cristian Scarpetta.

OBJETIVOS

A nivel general, el propósito fue realizar una revista de tirada mensual sobre el trabajo artístico, las experiencias de autogestión y los relatos de los protagonistas de las bandas de rock independientes de los espacios culturales del partido de La Plata.

Yendo hacia lo específico de cada objetivo procedimental, una de las bases fue identificar las etapas de trabajo que se tuvieron que llevar a cabo para la edición de la revista. La preproducción se vio reflejada en algunos puntos como: la planificación de una lista abultada de bandas independientes que se tuvo en cuenta para entrevistar, la enumeración de los documentos -noticias, leyes, normativas- que se leyeron para informarse, el seguimiento de teléfonos y datos de contacto de los dueños o encargados de los diferentes escenarios culturales de la ciudad, la identificación, comparación y análisis de las distintas disponibilidades económicas para la impresión de las ediciones, la proyección de la incorporación de una persona encargada de la fotografía y la suma de herramientas para el diseño.

En la producción para el número cero, se tuvo en cuenta el desarrollo de entrevistas de semblanza y no directivas a las bandas y a los protagonistas del ámbito cultural para su difusión, realizadas mediante editoriales y crónicas sobre la problemática de la autogestión e independencia en La Plata y la confección de notas periodísticas de estilo informativo/analítico –como contextualización social- sobre la Ley de la Música en Argentina.

La postproducción se manifestó en la supervisión y edición del material redactado para utilizarlo definitivamente en la revista. Además, se tuvo en cuenta el diseño con ítems como la distribución temática, orden, fuentes, tamaños, titulación y demás aspectos de la estrategia gráfica pertinente, sumando los ejes financieros: publicidades, venta, distribución e impresión final.

Los objetivos cognitivos de este número siempre estuvieron enmarcados en un triple cimiento vinculado con la reflexión sobre las vicisitudes de los integrantes de las bandas de rock para realizar sus trabajos, comparación y análisis de la aplicación de la Ley de la Música actual con el viejo Estatuto del Ejecutante Musical, los beneficios de la primera y las limitaciones de la segunda, además del conocimiento del entramado económico/físico/comunicacional de la producción de un disco o la organización de un recital de un conjunto independiente, entre otras cosas.

ANTECEDENTES

A la hora de poder hacer un rastreo sobre los antecedentes que sirven para la realización del proyecto desarrollado con anterioridad, se pueden apreciar distintos trabajos, investigaciones, tesis de grado y apuntes sobre conceptualizaciones básicas que se presentan en el tema planteado. A continuación, se mostrará de forma discriminada, algunos precedentes sobre la temática, el contenido y el formato elegido para el TIF:

En primer lugar, para obtener ideas sobre lo que significa la realización de un trabajo que involucre a la comunicación como mecánica de difusión de una temática que no es tocada de manera masiva por los medios, una de las tesis que sirvió como puntapié fue la que realizó el ecuatoriano Paúl Vinueza en 2012 sobre la Campaña reivindicativa de comunicación para la difusión de la subcultura rock en la ciudad de Quito: “Rocktura cultural”.

En su trabajo, realiza una exposición de carácter comunicacional para resaltar al movimiento rockero de Quito, donde, según se expone, se ve afectado por los diferentes prejuicios y estereotipos de poder, medios de comunicación e instituciones tradicionales. En su tesis, y en correlato con lo que se tuvo en cuenta para el proyecto propio, se tocan conceptos tales como el de *comunicación y cultura* -entre otros-, los cuales sirven para poner el tema en una coyuntura teórica particular y contemporánea. La propuesta que comparte la tesis que sirve como antecedente con la concerniente, es la campaña de comunicación cultural abordada en la sociedad quiteña para “educarla en el tema del rock”. (Vinueza Stacey, 2012, p.10).

De esta forma, el autor describe la funcionabilidad de las actividades que realizan los medios para difundir y, además, muestra los puntos clave para comprender la precisa manera de hacerlo:

Las campañas de comunicación, para su correcta aplicación deben tener claramente conceptualizado el mensaje que se emitirá en los diferentes medios y soportes de comunicación. Se debe contar con un mensaje abarcador, desde el cual se pueda construir los productos comunicacionales, pero tomando en consideración la naturaleza de cada uno de ellos. Asimismo, el mensaje abarcador o mensaje paraguas, debe poseer características concretas para pueda extenderse en el tiempo y causar una sinergia en el mensaje que se difunde en un cierto periodo de tiempo y lugar. La correcta difusión de los mensajes (...) se puede lograr de forma visual (imágenes, íconos, símbolos), verbal (palabra o conjunto de palabras). Siempre hay tener en cuenta que lo fundamental de las campañas de comunicación son: perseguir objetivos o fines; se dirige hacia un público objetivo; se realiza dentro de un periodo de tiempo; comprender una serie de actividades de comunicación. (Vinueza Stacey, 2012, p.83).

En cuanto a las experiencias de autogestión de las bandas de rock independientes, hay un trabajo denominado “Bandas municipales: ¿la gestión musical del Estado?” de Sonia Rivera que se encarga de analizar la historia de las bandas municipales en Puerto Rico y la ayuda económica que le brinda el Estado local para su financiamiento con el objetivo de invertir económicamente a largo plazo, sumando la contribución al valor social e identidad nacional. A su vez, en una de las aristas más importantes para destacar en este sentido, la investigadora reconoce minuciosamente las nuevas adaptaciones de *auto-*

gestión particular de los músicos en este territorio:

La auto-gestión se determina por la sustentabilidad que puede tener una organización al dejar de ser dependiente de una entidad del Estado. Por lo tanto, la auto-gestión puede ser una herramienta para los miembros de las bandas municipales con poco presupuesto anual para poder operar sin necesidad económica. (...) Los miembros y la comunidad que recibe servicios por parte de bandas municipales se han reinventado. Por ejemplo, algunas bandas han creado corporaciones separadas del Estado con sus miembros o un comité de padres para solicitar fondos externos. (Rivera, 2011, p. 7-8).

Con esta descripción que hace la autora de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, se puede vincular la actividad que desarrolla la Unión de Músicos Independientes (UMI), una organización de músicos autogestionados de diversos géneros en todo el país, creada en el año 2001 y teniendo la figura jurídica de Asociación Civil sin fines de lucro. La actividad de este grupo nació para implementar un crecimiento en la autogestión musical y darles mejores beneficios a los artistas, como la difusión de datos para profesionales, el abaratamiento de servicios para sus socios, la actualización constante de novedades en el ámbito, el asesoramiento y el aporte de herramientas para el trabajo musical independiente.

A su vez, Rivera (2011) menciona a la tecnología como un medio alternativo para la recaudación de fondos financieros para las bandas -con la venta de canciones electrónicas-, o el uso de redes sociales para mantener el reconocimiento de cualquier marca, servicios, producto o información actualizada de cada agrupación musical.

En este segundo tramo de antecedentes sobre el producto y el soporte, figura la revista *De Garage*, que durante ocho años consecutivos tuvo en la calle el material en papel, que tenía como objetivo registrar la cultura joven de La Plata, sus artistas y sus bandas. Fueron 79 ediciones mensuales y duró hasta febrero de 2015 contando las historias de la ciudad. En su mensaje de despedida, sus redactores argumentaban sobre la capacidad coleccionable que posee la experiencia de la gráfica, cuestión destacable en cuanto a los objetivos del proyecto personal. En sus líneas sustentaban: "Todo ese trabajo ya está impreso y quedará guardado en algún lugar, según el interés de cada uno y las bondades de supervivencia del papel". (De Garage, 2015).

Un ejemplo sobre una tesis de producción donde se utiliza la revista como medio, es la que realizaron de manera mensual, las alumnas Pandora Helfenstein y Carla Marchesse sobre la militancia política en La Plata y la región durante los años 1968 y 1983, desde una perspectiva multitemática: *La Lupa*. Entre los argumentos que ponen de manifiesto las tesis, se tienen en cuenta varias de las lógicas brindadas con

anterioridad, tales como la confluencia de diversos estilos, la implicancia social que se puede adquirir con el objetivo de concientizar y el carácter coleccionable del medio para el uso de registro periodístico. Ambas autoras de la Facultad de Periodismo de La Plata, justifican sobre su tesis:

Implica poner en acción la lógica y la dinámica específica de la producción periodística. En tiempos en que hay un claro predominio de los productos audiovisuales, se plantea la revista La Lupa (...) como un desafío: crear un producto gráfico que sea coleccionable (...) porque allí converge el lenguaje escrito, el iconográfico, el fotográfico, la reflexión y el diseño que hace surgir un nuevo modo de nombrar al mundo. El producto gráfico ansía imprimir una marca en la historia, en cada número se comprobará que las grandes convulsiones sociales y políticas del país y del mundo junto con el destino de muchos hombres están articulados con el mundo del periodismo histórico, aquel que busca cultivar la memoria colectiva. Además, dicho soporte funciona como acopio de material de archivo para ser consultado en distintos lapsos de tiempo, cuyo contenido sirva no solo para estudiar el pasado sino también para plantear los desafíos a los que se expone la sociedad en general, en lo que a política se refiere. (Helfenstein y Marchesse, 2014, p. 14-15).

En otro de los antecedentes de la producción, se tuvo en cuenta el soporte como tipo de publicación llevado a cabo. La revista, según el artículo de definición y características de varias autorías, seduce al lector con títulos y fotografías atractivas, noticias ya conocidas y no inmediatas, que revé o vuelve a ver. Las noticias que aparecen se profundizan y extienden, teniendo una información complementaria, entendimiento mayor, colores en imágenes y tiempo de edición amplio a comparación del diario. (Halperín y Casatti, 2006).

Halperín y Valero (2006) entienden por revista a una “publicación más interesada por divulgación cultural que por la urgencia de la información inmediata (...) orientada a un público con intereses específicos a través de artículos analizados a profundidad”. En este sentido, y teniendo en cuenta el abanico y posibilidades de imágenes, tipografía de letras y estilos periodísticos que puede tener, sumado al trabajo visual de la fotografía, se eligió la revista como medio de comunicación particular que adquiere una libertad de modelos que, por ejemplo, el periódico o los libros no poseen por la trascendencia de sus contenidos.

Después de que se lee una revista, esta no termina en un basurero, es decir que no pierde su condición de revista solo por el hecho de haber sido leída. En cambio un diario, solamente lo es cuando es leído y después de esto se convierte en un grupo de hojas impresas. (Halperín y Garófalo, 2006).

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

En principio, se establecerán cuestiones que tienen que ver con la producción gráfica. En este aspecto se sintetiza todo el camino que se debe recorrer para realizar un trabajo impreso. El mismo, está discriminado en dos ciclos, uno que tiene que ver con la estrategia, la finalidad del proyecto, el destinatario principal y el uso del producto; y otro que se relaciona con la creatividad, la apariencia, el tipo de producto y la manera de llevarlo adelante, entre otras cosas.

La edición gráfica implica la preparación previa de un trabajo original para poder publicarlo, lo que tiene en cuenta su revisión e intervención para su correcta difusión. En “El mundo de la edición de libros” se analiza a la edición desde dos perspectivas, una técnica y otra literaria y construye cuatro partes de suma importancia: la revisión editorial -estructura, tema, uniformidad, tono, ritmo, personajes-, edición de contenido -contenido, estilo de autor, claridad, fluidez, corrección de estilo -pautas de estilo de la editorial, gramática, uso del lenguaje, precisión- y corrección de pruebas -errores tipográficos, normas de estilo de la editorial, composición de la páginas-. (De Sagastizábal, 2009).

En otro sentido, se usó el diseño gráfico para la elaboración de esta parte del trabajo. Fue necesario articularse en relación con un profesional en la materia, que pueda brindar y compartir las herramientas necesarias para llevarlo a cabo. Este ítem tiene relevancia porque permite que converjan ideas, imágenes, tipografías de manera visual, obteniendo la atención de los destinatarios no sólo por lo escrito, sino también por el estilo de imágenes:

El diseñador intenta observar ese espacio visual con el objetivo de transmitir mensajes visuales que él no genera. Para ordenar ese espacio trabaja con recursos formales que son su medio de expresión. Con ellos y otros recursos que puede tomar de otras disciplinas, interpreta una situación a un acto comunicacional con el que el observador se conecta e interactúa a través de los mecanismos de la percepción visual. (De Sagastizábal, 2009).

Yendo hacia los métodos y herramientas utilizadas periodísticamente en el contenido de la revista, se tomarán en cuenta varios estilos. En primera medida, la descripción comprendida para crear la ilusión exacta o la más parecida a la realidad de lo que se está viendo, con el uso de las palabras, cuestión que permita imaginar lo leído. Martín Vivaldi decía: “Describir es conseguir que se vea algo –un objeto material o un proceso espiritual-: es pintar” (1979). De esta manera, observar e interiorizarse en lo acontecido o vivido fue clave para hacer el trabajo de manera correcta, con un lenguaje, estilo determinado y recursos propios. Algunos de los conceptos claves para entender este punto es ver lo que sostiene Juan Mascioli en su trabajo

de cátedra:

La presentación en palabras de imágenes es una de las funciones de la descripción. La contextualización de notas informativas (color), su fusión con elementos narrativos para dinamizar y hacer avanzar el relato, son otras de las funciones que persigue la inclusión de descripciones en textos periodísticos. (Mascioli, 2010, p. 1).

La crónica requiere tener con un conocimiento vasto de lo que se está contando, para poder preguntar o describir una situación particular y/o personajes a través de un método que mezcla lo periodístico con lo literario, utilizando recursos que permitan un desenvolvimiento fluido del lenguaje del periodista para poder sacar a relucir las sensaciones de quien lee.

La escritura pesa más en la crónica y aprovecha la potencia del texto, cosa que no puede hacer una infografía: armar un clima o crear un personaje, “buscando la maravilla de la banalidad” en contraposición de la información, que registra lo extraordinario (Caparrós, 2007), provocando una irrupción en la creencia colectiva, obteniendo nuevas miradas, fundando incertidumbres interpretativas (Callerago y Lago, 2012) y confeccionando la voz de “lo otro” para vincularse con lo cotidiano, escribiendo desde la resistencia. (Falbo, 2007).

Martín Caparrós manifiesta en el prólogo de “La Argentina Crónica” las diferencias entre la prosa informativa y la crónica:

El cronista mira, piensa, conecta para encontrar -en lo común- lo que merece ser contado. Y trata de descubrir a su vez en ese hecho lo común: lo que puede sintetizar el mundo. La pequeña historia que puede contar tantas (...) la crónica se rebela contra la información cuando intenta mostrar, en sus historias, la vida de todos, de cualquiera: lo que les pasa a los que también podrían ser sus lectores. (...) Una sintetiza lo que -se supone- sucedió; la otra lo pone en escena. Lo sitúa, lo ambienta, lo piensa, lo narra con detalles: contra la delgadez de la prosa fotocopia, el espesor de un buen relato. No decirle al lector esto es así; mostrarlo. Permitirle al lector que reaccione, no explicarle cómo debería reaccionar. El informador puede decir ‘la escena era conmovedora’, el cronista trata de construir esa escena y conmover. (Caparrós, 2007, p. 10-14).

Vale la pena ahondar en la crónica como un recurso narrativo que permite una nueva manera de contar, con diálogos entre la literatura y el periodismo, aportando descripciones y acontecimientos de los protagonistas de la historia que se quiere enunciar, con las elecciones de los puntos de vista. En la introducción del artículo

“La Crónica Latinoamericana: cruce entre literatura, periodismo y análisis social”, sus autoras discriminan entre los dos métodos de relato a partir de la siguiente comparación:

Categorías de crónicas:⁹

| Crónica hegemónica | Nueva crónica |
|--|---|
| - Mirada que busca la ilusión de objetividad y la distancia. | - Mirada subjetiva que busca proximidad con el cronista. |
| - Interés noticioso por ricos, famosos, poderosos y lo contingente de la agenda. | - Interés por lo cotidiano, historias mínimas de personajes anónimos. |
| - Ambición por abarcar la totalidad. | - No renuncia a la totalidad pero lo hace a partir de los detalles y las márgenes. |
| - Soportes tradicionales de la prensa hegemónica. | - Soportes no convencionales (blogs, libros, revistas culturales) |
| - Fuentes autorizadas (jueces, funcionarios, policía). | - Testigos, protagonistas dando cuenta del hecho. |
| - Construcción cronológica del relato alineado a la agenda (la noticia mira al poder). | - Técnicas de producción como el montaje y el collage de imágenes. Abordaje fragmentario. |
| - Cobertura del suceso ajustado a un horario de cierre. Poco espacio. | - Mayor extensión y trabajo de campo de parte del cronista. |
| - Acopio de datos precisos para lograr efecto de verosimilitud. | - Desinterés por señales de evidencialidad (cifras, nombres, números). |
| - Paradigma del consenso (naturaliza las diferencias y niega el conflicto). | - Paradigma del conflicto (toma en cuenta las relaciones sociales entre clases y las disputas). |

Entre las particularidades que se pueden apreciar, aparece la polifonía de voces como un modo de idear la ilusión del presente inmerso en la narración, con el objetivo de “recrear en el lector la imagen de un espacio que pertenece a su cotidianeidad y objetos y otros elementos descriptivos que se cuentan entre los esperables en el imaginario colectivo, con la intención de describir a los personajes” (Callergo y Lago, 2012, p. 251), uno de los puntos clave a lo largo de las producciones de la revista pensada. También es importante ver que siempre las historias no tienen un final concreto porque el objetivo es “dar a saber y, por lo tanto, dar existencia a una realidad sobre la cual [el cronista] no puede intervenir más que como observador, registrador externo y funcionar como puente entre ellas [las historias] y el lector”. (Callergo y

⁹ De “La crónica latinoamericana: cruce entre literatura, periodismo y análisis social”, por A. Callegaro y M.C. Lago. 2012. Universidad del Zulia. Vol. 9, Nº 2. Pp. 248.

Lago, 2012, p. 261).

Algo parecido sostiene Juan José Hoyos cuando diferencia dos formas de contar un mismo hecho, como la llegada del hombre a la Luna en 1969, por parte de un periodista estadounidense de la agencia de noticias United Press International y de su colega italiana de la revista L'Europeo. Analiza:

El lugar en que están situados los reporteros es el mismo: el auditorio destinado a la prensa en el Centro Espacial de Houston, abarrotado de periodistas de todo el mundo. Sin embargo, los materiales que ambos escribieron sobre este acontecimiento que sacudió al mundo difieren no sólo en la extensión y el estilo, sino en el orden del relato, los detalles, la profundidad, el tono y el punto de vista (...) Cuando uno los lee más de treinta años después de haber sido publicados, tiene la tentación de pensar que los dos periodistas se hallaban en lugares distintos y tenían acceso a fuentes diferentes de información. (Hoyos, 2003, p. 3).

La narradora platense Graciela Falbo en “Tras las huellas de una escritura en tránsito” remarca distintos aspectos de las crónicas, donde ve la expresión en nuevas subjetividades, tales como el rock, que se nutren de nuevos discursos que nacen del intercambio social del que se participa.

En un mundo mediático como el actual donde los formatos narrativos responden a criterios de hiperinformación, profusión de historias resueltas bajo fórmulas estandarizadas, o en relatos donde la trama se suplanta –y se adelgaza– mediante fórmulas esteticistas, la crónica leída como trabajo de escritura, es una rara avis que sostiene el canon de un relato irreductible capaz de mutar atravesando las fronteras de los géneros sin dejar por eso de ser ella misma. (Falbo, 2007, p. 12).

Con la entrevista, estamos en presencia de otro de los géneros que se desarrollaron en la revista, permitiendo conocer personas, situaciones para difundir y abordar temáticas específicas. Aquí se establece un diálogo con intercambio íntimo de las sensaciones del sujeto con quien se habla, el cual tiene que tener características importantes para elegirlo, por sus ideas, representaciones, circunstancias o demás factores noticiables que permitan conseguir algo nuevo o puntual.

La entrevista “es la más pública de las conversaciones privadas” (Halperín, 1995, p. 23) donde hay un juego de confrontación que alcanza su esplendor en las entrevistas de semblanza, aproximándose a la intimidad, razonamientos, fortalezas, problemas, pensamientos e ideologías de la persona. A su vez, el periodista y escritor Halperín (1995, p. 30) encierra que una buena pregunta profundizadora se basa en que se “consiga explicaciones, que dé lugar a oposiciones (discutir una afirmación), que busque lo nuevo, que invite al

personaje a usar imágenes y fantasías, que seleccione lo importante, que piense en lo global y en los detalles, que atraiga anécdotas”.

Para adentrarse más en la estrategia de la entrevista, vale ir hacia la definición que Rosana Guber hace en *La Etnografía* como una situación cara a cara en la cual una persona obtiene información sobre algo interrogando a otra persona. “Suele referirse a la biografía, al sentido de los hechos, a sentimientos, opiniones y emociones, a las normas o standards de acción, y a los valores o conductas ideales” (Guber, 2001, p. 30) para luego producirse una nueva reflexibilidad, observa.

Entonces, configura a la entrevista no directiva como “una relación social a través de la cual se obtienen enunciados y verbalizaciones en una instancia de observación directa y de participación” (Guber, 2001, p. 30), donde –sugiere– el campo tiende a ser en los ámbitos familiares de los informantes, pues sólo a partir de sus situaciones cotidianas y reales es posible descubrir el sentido de sus prácticas y verbalizaciones. (Guber, 2001, p. 39).

Con el editorial, se pone de manifiesto otro de los géneros periodísticos de opinión, interpretación y análisis por el cual se expone de manera minuciosa, fundamentada y argumentada un tema particular. Es un artículo publicado o en una emisión que expone la opinión del dueño o la gerencia de un medio, por lo general sobre un asunto de interés público con los puntos de vista e intereses personales a la orden del día (Blake y Haroldsen, 1989).

Un término importante que demarcará y contextualizará permanentemente el armado teórico de la revista, es el de *música independiente*. El trabajo “Las múltiples dimensiones de la música independiente” reconoce a este estilo como un fenómeno complejo y multidimensional (Quiña, 2014) y brinda claves para su definición, basado en diferentes fuentes de primera y segunda mano en la Ciudad de Buenos Aires, viendo entre otras dimensiones, la del género musical, la gestión de los emprendimientos y la multiplicidad que adquiere.

Con una serie de conceptos que el autor Guillermo Quiña de la Universidad Autónoma Metropolitana escribió entre marzo y abril de 2014, se puede delimitar a las bandas con que se va a trabajar, teniendo en cuenta las características particulares sobre la música independiente:

Es proyectada en la dimensión del género musical desde una tensión entre las tradiciones del rock de las que es tributaria y el desafío permanente de las barreras de género como prueba de verdad de su libertad creativa (...) comprende, en primer lugar, a las cantidades de público presentes en el trabajo

musical en vivo. A este respecto, si bien existe una marcada heterogeneidad en la música independiente local, dificultando el establecimiento de un límite estricto que la separe del espacio de música comercial o mainstream, puede considerarse válido el máximo de 300 personas de capacidad (...) la inmensa mayoría de la actividad musical independiente tiene lugar en salas que responden a ese criterio, e inclusive en gran parte menor a las 150 personas de capacidad, en especial bares, centros culturales y salas de teatro barriales. (Quiña, 2014, p. 158-159).

Guillermo Quiña, además, suma en su trabajo algunas explicaciones con respecto a las experiencias multidisciplinares que existen, donde prima la proximidad de los actores de la música independiente, los cuales están alejados de las tendencias a las ganancias y se encuentran distantes de sobresaltar precariedades laborales de técnicos y asistentes:

Una gestión del hacer musical es la que el músico adquiere el protagonismo en el conjunto de las tareas no sólo musicales sino aun editoriales y de organización, desde buscar lugares donde tocar en vivo, realizar la grabación, mezcla y/o masterización en el proceso editorial hasta encargarse de las tareas de prensa y difusión de discos y conciertos (...) La importancia de los vínculos personales directos entre los distintos actores de la música independiente, se representa distante del interés comercial, tiende a ocultar desigualdades y conflictos en el plano laboral, donde se advierten marcadas situaciones de precariedad que no sólo involucran a los músicos sino también a técnicos, asistentes. (Quiña, 2014, p. 159-164).

Es importante destacar la aplicación vigente de la Ley de la Música en Argentina, la cual fue avalada en 2012 y tiene como puntos primordiales la creación del Instituto Nacional de la Música como instrumento de difusión y la aplicación de la mitad de los recursos de éste como mecanismos para resolver el proceso productivo de un proyecto musical, mejorando capitales y proyectos artísticos. Además, otro de los ítems es la creación de Circuitos Estables de Música en Vivo en cada región cultural del país con la integración de sitios estatales, privados y comunitarios. Otros apuntamientos: la distribución de los beneficios otorgados por el Instituto en las diferentes regiones culturales del país, la difusión de la música nacional en los medios de comunicación, la creación de un Circuito Cultural Social para unir los lugares marginados con el arte y la educación integral del artista enfocada en los derechos intelectuales y laborales.

Por último, en relación a los públicos a quienes apunta la revista, se inscribió en un destinatario juvenil, sin discriminar a un sexo en particular. Las *juventudes* -dejando de lado la rigurosa división biológica de la edad- son tenidas en cuenta por su concepción relacional, heterogénea y contextual (Chaves, 2005), ubicándolas en un espacio de tiempo particular, sin independizarlas del resto de la sociedad, pero observando cómo dan

sentido, identidad y representación a una cultura juvenil. De esta manera lo analiza Mariana Chaves en su tesis doctoral “Los espacios urbanos de jóvenes en la ciudad de La Plata”:

La juventud no es «algo» en sí, sino que se construye en el juego de relaciones sociales. La juventud no es una categoría definida exclusivamente por la edad y con límites fijos de carácter universal. Cada sociedad, cada cultura, cada época definirá su significado y a su vez éste no será único, habrá sentidos hegemónicos y los habrá alterno (...) Nunca un grupo de edad de una sociedad puede generar por sí solo una cultura, pero se tiende a usar el término cultura por los sentidos compartidos, prácticas comunes, lenguajes singulares que se identifican o se les atribuye a una generación, es decir a sujetos generados en una matriz temporal y espacialmente situada. (Chaves, 2005, p. 36-65)

En el vínculo de la juventud con la construcción de estilos, los jóvenes se apropian de una diferencia entre pertenencia y distinción por un compendio de vestimentas, gustos musicales y lenguajes que le dan significado a un modo de experimentar el mundo. En la ponencia de Elena Bergé, “Jóvenes y estilo: debates en torno a la noción de estilos culturales”, la autora pronuncia que éstos “funcionan como identificador, como una herramienta de sociabilidad configurando un nosotros y un otros (...) reconociendo la capacidad de producción cultural creativa de los jóvenes, no verlos sólo desde el consumo pasivo y acrítico”. (2007, p. 10)

Bergé manifiesta que las experiencias sociales de los jóvenes se expresan en conjunto mediante la construcción de estilos culturales distintivos. A éstos los ve como “una apropiación simbólica diferencial de ciertos bienes y prácticas culturales y materiales que se cristalizan en un entramado de disposiciones estéticas coherentes y significantes” (2007, p. 3) y como “una posibilidad de diferenciación-distinción que se oferta como si el hecho de apropiarse a cierto tipo de productos implicara acceder a un modo particular de experimentar el mundo”. (2007, p. 9).

METODOLOGÍA

Para arrancar a hablar de la metodología como herramienta que permite establecer un control sobre las propias prenociones establecidas, es necesario mostrar el camino para llegar al producto proyectado. En el documento “Claves para bordar el diseño metodológico”, el método se entiende como el conjunto de procesos y procedimientos organizados para llevar adelante el cumplimiento de los objetivos de investigación, y las técnicas como los instrumentos operativos que contribuyen el accionar. (Palazzolo y Vidarte Asorey, 2012, p. 1-2).

He aquí, la estrategia personal, teniendo en cuenta cuál es el objetivo del TIF, a quiénes está destinada la revista y los motivos de su realización, tres de los tópicos desarrollados con anterioridad que, además, configuran la relación entre la metodología y el contexto social.

Desde el contexto académico institucional, se utilizó el enfoque metodológico cualitativo para determinar el diseño, recolectar datos, analizar los contextos que fluyen en el ambiente cultural independiente del rock platense, visualizar las situaciones por las que sus protagonistas pasan para, de esta manera, ver la naturaleza de las realidades. Desde este paradigma, los datos conseguidos fueron de riqueza periodística para demostrar inclinaciones de una temática en particular, por ejemplo, la autogestión laboral.

En cuanto a las técnicas y herramientas de análisis e interpretación, en este caso, una de suma importancia para el desarrollo del producto fue el relevamiento de datos, archivos y documentos, que permitieron poder conocer la coyuntura en donde se instala un medio, apreciando –por ejemplo- las lógicas normativas municipales o el atravesamiento legislativo ligado a la música, entre otras cosas. De esta manera se pudo apreciar no sólo el contenido en cuanto a información sino también a las condiciones sociales, conformando una contextualización.

La entrevista etnográfica, se enfocó en la obtención de información sobre la actividad, el accionar y las representaciones sociales en las que se desarrollan los protagonistas. Por esta razón hubo contacto con músicos, productores o dueños de bares para comprender las aristas vinculadas a la autogestión y la independencia, analizando el contexto y la escena local, aprovechando testimonios enfocados en veredas opuestas de una misma problemática. Así, este tipo de entrevista entró en el plano de la observación participante (Guber, 2001), dándose un involucramiento en el entorno, en una relación social de reflexibilidades.

La crónica de no ficción junto a la descripción fueron otros de los ítems importantes como narrativa de la construcción de recursos para entender una realidad, una problemática, una escena o una cobertura específica. Todas estas técnicas permitieron juntar datos e informaciones para llegar a una interpretación, análisis y conclusión, algo central para el diseño.

CAPÍTULO 3: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Como fue establecido en la Introducción, la revista *La Cuerda* pretende ser un material de tirada mensual enfocado en el trabajo artístico, las experiencias de autogestión y los relatos de los protagonistas de las bandas de rock independientes en los escenarios culturales platenses, con el principal objetivo de poder

difundir el trabajo que realizan, con sus tareas multidisciplinarias. A continuación, se definirá la estructura de la revista, con sus partes y secciones integradas haciendo foco en el número cero, el cual tendrá una temática fuerte, pero sin perder la vista en que a lo largo de los números, se irá dedicando espacio a las distintas variables problemáticas por las que pasa el músico independiente en particular, con el objetivo de poder abordar complejas e inagotables posibilidades, siempre respetando el propósito principal, el estilo periodístico y las formas de contar un hecho o circunstancia, sea a través de una crónica, una entrevista, un editorial.

Con respecto a la música independiente, se pueden sostener distintas problemáticas y abordajes, denotando la característica multitemática de *La Cuerda*, por ejemplo la concentración del mercado de la música en Buenos Aires¹⁰, el modo en que afectó la crisis económica de los 2000 al trabajo discográfico, los escenarios de difusión encerrados sólo en radios locales de escasa llegada, la intervención del Estado en la música independiente como productor de un proceso dinámico, la organización sindical de los músicos –hoy englobada en viejos gremios¹¹-, el reconocimiento de la categoría de trabajador a los músicos e implicados, los procesos de producción atravesados por los medios de comunicación hegemónicos, Internet como herramienta de expansión y divulgación, el cumplimiento de las licencias de legalidad para descargar música de la web¹², además de anclajes históricos, presentaciones de CD o recitales en vivo.

NOMBRE

La elección del nombre de la revista fue uno de los puntos que más tardó en poder llegar a buen puerto, por tratar de que el mismo tenga una real consonancia con el objetivo del material gráfico, los contenidos que se abordan y una impronta significativa en relación a la temática.

Se escogió *La Cuerda* por varios factores que permiten que haya una identificación no sólo con el rock independiente, sino además, con la música en general. En la actualidad, la desambiguación del término lleva de la mano varios de los sentidos a los que se intenta acercar con la elección: no únicamente como un elemento que le da forma a la voz -cuerdas vocales- y a la música -cuerdas vibratorias-, sino también visto

¹⁰ La ciudad de Buenos Aires, en 2009, poseía el 48% de los ingresos totales de la industria musical, el 61 % de recitales en vivo y el 49 % por venta de discos. (OIC, 2011).

¹¹ El Sindicato Argentino de Músicos (SAdeM) fue fundado en diciembre de 1945, como la organización gremial que agrupaba a intérpretes y ejecutantes musicales. En septiembre de 2015, el Sindicato Argentino de Cantantes (SAC) se creó para agrupar a integrantes de todas las provincias, unirse y reflexionar para “defensa de la cultura, el trabajo, la dignidad y el repudio a la represión”. (Rosso, 2015).

¹² Se necesita la licencia de la Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música (SADAIC), de la Asociación Argentina de Intérpretes (AADI) y de la Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas (CAPIF).

como una analogía a los tantos usos que se le da a esta herramienta en aspectos de construcción, navegación y comunicación, entre otros.

La cuerda musical tiene que ver con el elemento vibratorio generador de sonidos en varios instrumentos musicales, por ejemplo la guitarra, donde los segmentos formados por su material en tensión pueden tener la intensidad necesaria para generar un acorde. Además, otro tipo de cuerda –las vocales-, propias de los seres humanos, son las responsables de la producción de la voz. Entre estas acepciones del término, se unifica uno de los rasgos identificatorios que envuelven singularmente al género del rock.

Yendo hacia las hiladas más finas de la terminología, se entra en una serie de semejanzas y parecidos entre lo que comúnmente se refiere a la cuerda y la realidad de las bandas de rock independientes platenses, sus vicisitudes, sus acciones de autogestión, los manejos en cuanto a sus presentaciones en sitios culturales y la relación con los dueños de bares y boliches de la ciudad.

Los artistas navegan sobre cuerdas, donde se van trasladando día a día a modo de equilibrista para poder subsistir con un panorama de dos caminos, frenar con esta problemática o disfrutar de ella. Los “empresarios de la noche”, como llaman los músicos a los propietarios o encargados de bares o boliches, juegan una suerte de tire y empuje entre sus pretensiones para beneficio personal, llevando a determinar el trabajo de los artistas como un negocio redituable pero para ellos, donde ese forcejeo, en la mayoría de las ocasiones, genera que esa cuerda se quebrante o adelgace, poniéndole dudas a un proyecto.

TAPA

La portada de una revista es de gran importancia porque es ésta la que empieza el contacto con el lector-comprador del material. Cuando una persona se presenta frente a un puesto donde hay gran variedad de artículos, el impacto visual es lo que se remarca para la elección de la persona que tiene intenciones claras de poder adquirir la revista, por lo que debe ser exitosa, teniendo un equilibrio entre la imagen que se utilizará, el texto que la acompañará, los colores y tamaños.

A su vez, también existen diferentes elementos tácitos para poder diseñar una portada de revista. Según Alvear Acevedo (1958), se ha establecido que aparezca el encabezado, el gráfico que llame la atención, el contenido, el código de barras, la fecha, el número de edición de la revista y el precio. Aunque estas características son dignas de cualquier revista cotidiana, se pretende que los componentes conformen una originalidad propia para que la identidad y marca registrada con aspectos particulares sean de rápida identificación para el público destinatario.

En el caso particular de *La Cuerda*, se tendrán en cuenta los diferentes tópicos que sobresalta el autor anteriormente mencionado. En primer lugar, el encabezado formará parte de la franja superior de la portada con el nombre *La Cuerda* y el ícono conformado por distintos instrumentos musicales, lo que servirá para que la revista sea reconocida. Se suma a esto el mes de la salida de la revista, aunque sin una fecha específica, sólo la correspondencia mensual: julio de 2016/agosto de 2016, con el número de la edición, por ejemplo.

En la primera edición se utiliza como tapa una imagen color en tonalidades oscuras, sin establecer un vínculo con una nota en particular, pero sí ilustrando la generalidad de la revista, con el rock local como estandarte y el progreso y trayecto vivido como premio: en este caso, la figura de Marcelo Fontana, vocalista de Caracol a Contramano en una de las fechas en el Teatro Ópera, elección configura por la calidad de la fotografía. Sin perder de vista la tipografía *Blackout* justificada a continuación y la preponderancia de los colores blancos y negros, la portada tendrá incluida regularmente el logotipo del medio, el número de edición, el precio del ejemplar y el mes de publicación.

Como avances del número cero, al margen izquierdo, estarán los titulares más importantes referidos, en este caso, a las crónicas centrales, el informe especial de “Pagar para tocar” y las entrevistas, sumado a la crítica de espectáculos y los apartados “Backstage” y “GPS”, todos mencionados y aclarados en las siguientes páginas, siendo los últimos tres ítems acompañados de imágenes junto a cada encabezado. En la tapa no estará el número de página donde se encuentra cada nota, por una decisión personal, sabiendo que en el Índice de la tercera página se encuentra el registro de todas ellas.

FORMATO E IMPRESIÓN

En cuanto al formato de la revista y la impresión de la misma, hubo que estar atento a varios puntos que vinculan la tarea de la organización del periodista con las labores de los encargados del diseño gráfico y de la impresión del material, logrando un vínculo tripartito para llevar a cabo el objetivo de concretar el producto. En primer término, se proyectó que la fisonomía estructural de *La Cuerda* sea de una lámina recubierta denominada técnicamente esmaltado o cuché (papel Ilustración) con la intención de obtener un satinado sólido, que adquiera opacidad y buena absorción a la hora de imprimir, de acuerdo a las características que permite los alisados de las máquinas con el método de reproducción offset.

En relación al tamaño de impresión, el formato elegido fue el de A3 bifaz (420 x 297) mm, desarrollando al plegarse a la mitad una medida final A4 (297 x 210 mm). Teniendo en cuenta las 24 carillas que conforman la

revista, se utilizarán seis hojas A3 por unidad impresas frente y dorso. La calidad del gramaje en el interior será de 115 gramos, con la excepción en las cubiertas que irán con brillo, plastificada/laminada con gramaje de 180. De esta manera, el papel adquiriría una alta calidad de impresión que es bastante usado en gráficas para flyers, dípticos, trípticos, desplegados, planos, interiores de folletos, revistas y libros.

El tamaño utilizado para la impresión de *La Cuerda* tiene como objetivo general aportar mucho contenido tanto textual, fotográfico y de diseño. Otro de los fundamentos para la resolución de esas medidas es que, en principio, las publicidades acercadas van a ocupar un espacio acotado al que se piensa para el futuro, teniendo en cuenta la cantidad del comienzo y la financiación que se pretende luego. Para ello, resulta conveniente tener un uniforme tamaño del material, no reducir la cantidad de las notas que conforman el contenido y si las propagandas aumentan, acrecentar las páginas pero no rotar las dimensiones, dando así una identidad corporativa al medio.

Desde otro punto de vista y teniendo en cuenta los tipos de impresión y los costos, se pensó y resolvió que se efectúe a cuatro tintas, con el modelo CMYK, conformado por las cuatro tintas básicas de la impresión: cian, amarillo, magenta y negro, constituyendo así un paquete especial fundamentado entre lo rentable de la calidad del papel y la variedad de tonos. La cuatricromía mencionada anteriormente refleja en el papel los suficientes colores que puede apreciar el ojo humano, pero no la totalidad de ellos, una cuestión solucionable con tonalidades de colores especiales o tonos mayores, por ejemplo con seis tintas, una técnica difícil de conseguir y un proceso mucho más caro, con varias posibilidades acordes a los precios.

Teniendo en cuenta los 1.500 números que se idearon como tirada inicial, se optó por el tipo de impresión offset, que tiene como principal beneficio la velocidad de reproducción y la reducción de costos en proporción a la cantidad de ejemplares, usando una maquinaria compleja con tinta líquida y planchas que no dañan el papel aplicándole calor. En comparación con la impresión digital, se puede decir que ésta se aplica a tiradas más cortas, con aparatos pequeños de uso cotidiano y procesos lentos.

El modo de acabado de la impresión es el plegado díptico, doblando la hoja en el centro para luego poder abrocharla. Vale clarificar que a la unidad que conforman la tapa y contratapa es necesario realizarle un previo hendido para no romper las fibras del papel y que quede desprolijo, siendo necesario esto en los gramajes superiores a 170 gramos. Por último, con respecto a la preparación de los originales de diseño para enviar a la imprenta, es indispensable tener en cuenta que las gráficas procesan el material para representar las variables tonales explicadas anteriormente, adjuntando tipografías, marcas de cortes, línea punteada para el doblado, demasías (extensión de la imagen más allá de la revista), modos de colores e imágenes en JPG. Todo a través del formato de almacenamiento PDF.

DISEÑO

Para el diseño de la revista *La Cuerda* se ha decidido realizar el trabajo con una tipografía que se extienda desde el comienzo hasta el final, con las obvias diferencias de tamaños y colores a lo largo del material: *Bookman Old Style* se usará en todo el cuerpo de la edición, salvo en los títulos. Así, se mantiene un estilo uniforme a lo largo de las tiradas, lo que le brinda seriedad y regularidad al producto llevado a cabo.

Bookman Old Style, según manifiesta el sitio Lino Type, es un tipo de letra que nace en el año 1858, que después de esos años fue copiada por muchas empresas y tuvo su punto de esplendor en cuanto a su uso en la década de 1980. El diseño, obra de Ed Benguiat se convirtió en uno de los primeros tipos de letra que se podían utilizar para las computadoras ordinarias de aquellas épocas. Veinte años después, Mark Simonson diseñó un tipo basado en aquel con la finalidad de digitalizar una versión histórica y rediseñar los caracteres inspirados en las barrocas antiguas. (“Bookmanía”, 2016).

Este tipo de letra tiene el contraste en el grosor del trazo y las letras se cierran con una redondez característica. Es de uso correcto para la revista por su facilidad para la lectura y, además es ideal para tamaños pequeños en el campo textual como también para pantallas mayores por su buen diseño dotado de diferentes grosores, por ejemplo para la composición tipográfica con matices, creando impactos en titulares y logotipos. (“Bookmanía”, 2016).

En relación a los colores de letras y secciones, se prefirió que varíen según la parte de la revista en que se estén enmarcando para poder darle una identidad a cada una de las áreas, siendo un recurso para que el lector tenga una facilidad de diferenciación. El negro y blanco serán los principales recursos en la tapa y el azul oscuro, rojo, verde oliva y anaranjado los preponderantes en las diferentes páginas, según la sección. Los recursos gráficos utilizados serán los recuadros, imágenes de archivo, símbolos, la enfatización de frases y las infografías, para que permitan un descanso a la vista del lector y que no sature la constante lectura.

Vale un párrafo aparte para la tipografía de los títulos y tapa, que será *Blackout*, la cual está entre las más modernas que ofrece el paquete de Microsoft del año 2009. En relación a la poca información que circula en relación a esta tipografía, se puede decir que fue desarrollada para titulares de periódicos en la faceta gastronómica y musical, justamente a donde se enfoca la revista, dándole una fortaleza mayor a lo que uno quiere resaltar. De los tres estilos que ofrece, se usará el *Blackout 02 a.m.* (invertida), contemporánea y novedosa. Es correcto decir que, al querer poner tildes en la imprenta mayúscula, la letra no conserva el diseño normal, por lo que fue resolución propia que los títulos no posean ningún rasgo sobre las letras que

denotan acentuación.

PÚBLICO

Como fue dicho, *La Cuerda* no tiene un destinatario que discrimine a un sexo en particular, aunque a la hora de caracterizar, se apunta a un público joven que sea cercano al perfil del gusto musical del rock, a las actividades artísticas, personas con una cierta pasión por la lectura, especialmente de entrevistas e historias de vida. No se tendrán en cuenta las edades específicas de los públicos, sino la ligazón relacionada con cuestiones culturales compartidas, en este caso la música, los lugares, la literatura, la pertenencia colectiva. Si bien la finalidad de este trabajo no es excluir a ningún destinatario en particular, se cree que éstas son las características básicas de los públicos directos.

Como la meta del proyecto es que esta revista sea actual pero que sus notas no pierdan notoriedad con el paso del tiempo y sea coleccionable, se cree que futuros lectores puedan estar abiertos a estas primeras pautas y haya una brecha generalizadora, más allá de las complacencias por los estilos o las artísticas que se encuentran. Como público de segundo orden, y no por ello menos importante sino complementario, se tienen en cuenta a familiares, amigos de los integrantes de las bandas, coleccionistas, entre otros.

PERIODICIDAD

La publicación rockera se efectuará cada 30 días, el primer lunes de cada mes estará en los sitios de distribución que se pondrán de manifiesto a continuación. Entre los fundamentos principales que entienden de este lapso espacial se tiene en cuenta el tiempo de trabajo que lleva realizar la publicación, y más, sabiendo que a priori es sólo una persona quien desarrolla las tareas periodísticas, con la intención de incrementar el staff. Además, al esperar que este producto se sostenga como una colección, se pretende que cada una de las notas posea una profundidad pertinente, un análisis minucioso, una planificación acorde y un tiempo de edición correspondiente para que las secciones salgan de la mejor manera.

TIRADA

La cantidad de números pensados para imprimirse en la edición cero de *La Cuerda* es de 1.500, según tienen que ver los posibles lectores en consonancia con los destinatarios directos e indirectos, los costos de impresión averiguados en diferentes imprentas, la posibilidad próxima de que se comiencen a incrementar los anunciantes que sustenten el producto y el alcance que tiene la publicación en el partido de La Plata, por las temáticas y los grupos sociales a los que se enfocará dentro.

DISTRIBUCIÓN

Como una forma de poner en conocimiento general la presencia de la revista en el partido de La Plata, en primer lugar, se pensó en incorporarla en los sectores de afluencias de los diferentes estilos de destinatarios que se pensaron como ideales -jóvenes del gusto musical del rock, apasionados por las actividades artísticas, la lectura, familiares, amigos de los integrantes de las bandas, coleccionistas-. Teniendo en cuenta que en mayor medida los bares, boliches, espacios culturales de presentación de las bandas son los sitios acordes donde frecuentan estas personas y que estos lugares no configuran un clima de lectura y mucho menos de compra de producciones gráficas, se creyó oportuno desenfocar la atención de estos sitios como punto de distribución.

Entendiendo que en la actualidad, las tecnologías de la comunicación y la información circulan por Internet de forma fluida tanto a nivel personal y profesional, se cree pertinente crear redes sociales en Facebook y Twitter que sirvan como estrategia de prensa de la revista, tanto previa como posterior. Ambos soportes tienen características especiales que configuran como ventajosa la incorporación de esta herramienta como una manera virtual de poder difundir el producto para que luego, las personas se acerquen a los puestos de la ciudad.

Las dos redes sociales permiten vislumbrar los gustos, personalidades y localización que cada usuario accedió a que sea visto públicamente en la red. A partir de esto y filtrando los públicos –por sitio geográfico, descripción de biografías, páginas de temáticas relacionadas- que se consideran que son los futuros o hipotéticos compradores, se pondrá en marcha una serie de anuncios constantes que muestren la existencia de *La Cuerda*, su precio y su contenido. También hay que efectuar una labor previa, constante, de la ubicación de públicos para luego poder persuadirlos.

La puesta en marcha de la revista se dará con la ubicación de cada una de ellas en los puestos amarillos de la ciudad, haciendo foco en la zona céntrica del casco urbano de La Plata (Plaza Moreno, Plaza Italia, Plaza Paso, Estación de Trenes, Universidades y demás sitios estratégicos), sumando los puntos de mayor confluencia de gente en los alrededores o localidades periféricas: City Bell, Villa Elisa, Gonnet, Ringuelet, Gorina, Hernández, Los Hornos, Ensenada, etcétera.

El modo de incorporar esto en el ambiente como un negocio, es a través de la Cooperativa de Diarios, Revistas y Afines de La Plata, Berisso, Ensenada y Magdalena ubicada en calle 43 N° 336, con los ejemplares contados y en paquetes divididos en la misma proporción.

No existe una cantidad mínima, pero los números de revistas a entregar en dicha asociación tienen que ser tales que les permita distribuir en todos los kioscos correspondientes -200 aproximadamente sumando Berisso, Ensenada, Magdalena, Punta Indio- y quedarse con algunos ejemplares a modo de reserva. Si bien, la Cooperativa es la encargada de asignar la cantidad de revistas por punto de venta, se puede solicitar que en algunos sitios haya más o menos.

La distribución se lleva a cabo luego de 24 horas de entregado el producto, teniendo en cuenta que si se acerca de lunes a jueves antes de las 15 horas, al otro día estará en circulación, exceptuando que se haga un viernes o sábado, donde hay mayor tardanza. El responsable de cada medio es quien decide hasta que día de cada mes dejar la publicación a la venta: se llama a la Cooperativa, se habla con el encargado de Devolución y se requiere culminar con la tirada. La devolución de los “canillitas” empieza a gestionarse alrededor del quinto o sexto día y la estadística final detallada llega a la primera o segunda semana.

Luego de realizada la venta de los ejemplares, la Cooperativa se queda con el 40% del precio de tapa del material vendido, devolviendo los números que quedaron. Un dato importante es que, actualmente, se está abonando la recaudación con cheques a 45 días y, al abordar el andamiaje de la producción, sabiendo que a la diseñadora y a la imprenta se le paga con anterioridad, sumado al cobro de publicidades, es clave tener un cronograma de presupuesto evaluando que la revista del mes de septiembre, por ejemplo, se puede cobrar a mediados de noviembre.

También se piensan como modelos de difusión, el recorrido por las facultades públicas de la ciudad, aula a aula, para ofrecer y dar a conocer la existencia de *La Cuerda* entre los públicos jóvenes, donde frecuentan en mayor medida. Se tendrá en cuenta las temáticas tocadas –literatura, artística, música- y las casas de estudio con relación cercana, por ejemplo la Facultad de Periodismo o Bellas Artes. Con el avance de las publicaciones, también se piensa un formato de suscripción semestral o anual con descuentos por pago en efectivo y por adelantado.

FINANCIAMIENTO

A la hora de evaluar las diferentes opciones financieras para traducir el producto al papel, se tendrán que evaluar las alternativas de impresión en vinculación con el estilo de hoja, el color, el diseño, los públicos destinatarios y los puntos de distribución. El precio por unidad será de \$40 y tiene su basamento radicado en las diferentes cuestiones económicas analizadas, siendo un precio accesible para el bolsillo, mucho más sabiendo que es un material de guardado coleccionable, puede servir de consulta y no es para desechar,

como podría ser un periódico común y corriente con trascendencia que se pierde al día siguiente de su publicación.

El precio está efectuado en función de las variables de gastos e ingresos llevados a cabo por la imprenta y el diseño en el primer caso y las publicidades y las ventas de los ejemplares en el segundo ítem. Con este razonamiento, se realizaron consultas en cuatro imprentas de la ciudad teniendo en cuenta que se imprimirán 1.500 revistas con las características de tamaño, tintas, páginas, tipo de papel, modo de acabado e impresión desarrolladas anteriormente. Los presupuestos actualizados a junio de 2016 fueron: Imprenta Servicop de 50 N° 742, \$ 33.000 (treinta y tres mil pesos); INK Estación Gráfica de 472 e/ 14 y 14ª en City Bell, \$17.800 (diecisiete mil ochocientos pesos); Policromo 47, \$18.000 (dieciocho mil pesos) y la Gráfica 12*50, \$20.000 (veinte mil pesos), por lo que se decidió optar por el servicio que menos costos acarrea. Además, el diseño gráfico estuvo hecho por María Ángeles Méndez, profesional a la que se le abona una suma de \$800 (ochocientos pesos).

A su vez, para pensar el precio de tapa del producto, hubo que analizar las distintas variables financieras en relación al 40 % con que se queda la Cooperativa de Diarios, Revistas y Afines de La Plata, por lo que de tener una venta completa y exitosa, la ganancia neta sería de \$36.000 (treinta y seis mil pesos), lo que alcanzaría para solventar los gastos iniciales del emprendimiento y quedarse con un sueldo permanente. Más allá de eso, vale aclarar que los primeros dos meses será de suma importancia contar con ayuda económica esperando por el cobro atemporal de la asociación encargada de la distribución, siendo el financiamiento estatal una variable de inserción del medio.

Con respecto al andamiaje publicitario, en primera medida, la revista tendrá propagandas en las hojas 2, 10, 17 y contratapa, con precios distribuidos según el tamaño que éstas adquieran: página completa \$2.500 (dos mil quinientos pesos), media página \$1.200 (mil doscientos pesos), un tercio de página \$800 (ochocientos pesos) y un cuarto de página \$600 (seiscientos pesos). La intención es que todas las publicidades que lleguen tengan una característica homogénea con respecto a la temática que vincula a los públicos del medio, tales como bares, clubes, cines, restaurantes, teatros, productoras y radios que configuran la presencia de los destinatarios juveniles a los que se enfoca en la escena artística platense, de acuerdo al perfil y editorial.

Con la intención de que haya un crecimiento económico paulatino, en la edición inicial, se efectuarán siete publicidades hipotéticas que sirven para pensar un diagrama definido de aportes sin perder de vista ningún eje, pensando en que diferentes comercios, establecimientos, discográficas, organismos y/o empresas, comiencen a brindar su aporte a *La Cuerda*. A continuación, los cuadros explican los pormenores y el organigrama financiero previsto:

PRESUPUESTO DE IMPRESIÓN

| | |
|------------------|-----------|
| Gráfica 12 y 50 | \$ 20.000 |
| INK Est. Gráfica | \$ 17.800 |
| Policromo 47 | \$ 18.000 |
| Servicop | \$ 33.000 |

DISEÑO GRÁFICO

| | |
|--------------|--------|
| M. Á. Méndez | \$ 800 |
|--------------|--------|

PUBLICIDADES

| | |
|-----------------------|-----------------|
| Cervecería Antares | \$ 1.200 |
| El Teatro Bar | \$ 1.200 |
| Sinergia Producciones | \$ 1.200 |
| Festifreak Cine | \$ 600 |
| El Copetín | \$ 600 |
| La Mulata | \$ 600 |
| Sellos Independientes | \$ 600 |
| TOTAL | \$ 6.000 |

VARIABLES DE TIRADA DE 1500 N°

| Precio de tapa | Ganancia bruta | Ganancia neta (-40% Coop) |
|----------------|----------------|---------------------------|
| \$ 20 | \$ 30.000 | \$ 18.000 |
| \$ 25 | \$ 37.500 | \$ 22.500 |
| \$ 30 | \$ 45.000 | \$ 27.000 |
| \$ 35 | \$ 52.500 | \$ 31.500 |
| \$ 40 | \$ 60.000 | \$ 36.000 |

| | | | |
|----------------------|------------|-----------|-----------------|
| INGRESOS | Publicidad | \$ 6.000 | \$42.000 |
| | Ventas | \$ 36.000 | |
| GASTOS | Imprenta | \$ 17.800 | \$18.600 |
| | Diseño | \$ 800 | |
| GANANCIA NETA | | | \$23.400 |

Con la mirada en la publicidad del sector privado, también es interesante pensar a futuro en una eventual pauta estatal, sin estar ajeno a la situación económica en crisis que presentan los medios periodísticos en el plano local, sabiendo en el contexto u arena política/mediática en la que se inserta la revista. La propia práctica periodística aquejada por una crisis sistemática debe ser reconstruida y reinventada, dice el periodista y director de Le Monde diplomatique en español:

Los diarios de información general siguen anclados en un modelo económico que ya no funciona. Los tiempos en los que la casi totalidad de los periódicos publicaban las mismas informaciones generales ya son historia. El mercado es despiadado ante una prensa y unos periódicos incapaces de generar beneficios. (Ramonet, 2011).

Hoy ninguno de los modelos existentes presenta una garantía de rentabilidad, ni para la prensa ni para otros medios tradicionales, ni para los nuevos medios digitales. La inmensa mayoría de los medios tradicionales (prensa, radio, televisión, información) no es rentable, y muchos lo son cada vez

menos. (Ramonet, 2014).

Ante el síntoma de la pérdida de dinero de la mayor parte de la prensa escrita, Ramonet (2012) pone como alternativa a los medios independientes, haciendo foco en la pluralidad de la información con respecto al desarrollo de los canales de públicos del estado, ofreciéndoles financiación para hacer posible la diversidad de miradas, siendo éste un punto interesante desde el cual pararse para visualizar una introducción en el ambiente, con el objetivo de poder conseguir una influencia en un proyecto ideológico, político y comunicacional para analizar el mundo, razonando sobre las lógicas de consumo y las resistencias del mercado.

En la actualidad, para ser proveedor de medios publicitarios de la Municipalidad de La Plata hay que cumplir con una serie de requisitos para la verificación, tramitación y posterior entrega de número de inscripción: presentación de Declaración Jurada certificada, reseña de actividades del medio y antecedentes laborales, acreditación de CUIT en AFIP, inscripción en Rentas y presentación de factura como empleador. Además, en hoja separada se debe establecer la tarifa según los centímetros o tamaño de columna –en caso de revista- acompañando un ejemplar de la misma y la fotocopia y el original de la última inscripción en la Dirección Nacional del Derecho de Autor con el número de propiedad intelectual.

SECCIONES

Las secciones fijas de una revista son los artículos que se encuentran de manera regular en una publicación, manteniendo el orden, la habitual ubicación y la extensión de desarrollo, que puede variar de una a tres páginas generalmente.

La Cuerda contará con tres áreas importantes que engloban las distintas notas a exponer a lo largo de las 24 hojas de trabajo, siendo su fundamento que los espacios de cada parte tengan que ver estrictamente con una temática, tópico, cuestiones generales o más específicas, según corresponda en cada marco. La idea es que esta distribución se desarrolle a lo largo de los siguientes números con un color demarcatorio, que le dé a cada una de las secciones una identidad, permitiendo que el lector reconozca en qué sector de la revista se encuentra y qué tipo de contenidos va a encontrar allí, aún sin leer el título o el desarrollo.

Para demarcar cada sección, se utilizó un criterio que sirva para estandarizar cada una de las partes, poniendo como punto de partida el objetivo general que se pensó a la hora de proyectar esta revista: el trabajo artístico de los protagonistas, las experiencias de autogestión y los relatos de los artistas de las bandas de rock independientes.

En primera instancia, para el número cero se eligió involucrar a las notas que brinden un conocimiento al lector, cuestiones y problemáticas nuevas ligadas al rock independiente en La Plata y la capacidad que tienen de realizar emprendimientos, diseño de tapas de discografía, escenográfica, confección de material audiovisual, fotografías para coberturas, propagandas, además de poner la lupa en cuestiones vinculadas con las normativas del desempeño musical vigente en detrimento de las leyes pasadas, con diferentes técnicas periodísticas para el correcto desarrollo de notas.

En segundo lugar, se unifican en una misma sección todas las notas relacionadas a la difusión del trabajo artístico de los protagonistas que pueden integrar una banda, en las distintas facetas, quehaceres, expresiones, tópicos, escenarios musicales, discografías, historias de vida y contenidos. Esto también se pondrá en práctica con diferentes estilos periodísticos, como son la entrevista y las crónicas de no ficción.

Por último, la parte de las experiencias tendrá que ver con entrevistas a personajes vinculados a dos tipos de relaciones, una entre el rock y el periodismo y otra entre el rock y la política. Además, las historias de vida se contarán a través de fotografías, contenidos, agendas, gustos, costumbres, entre otras cosas que pueden ir variando según el desarrollo de todas las ediciones, paulatinamente.

Vale aclarar, como se dijo con anterioridad, que las secciones estarán enmarcadas con un color determinado (rojo, azul oscuro y verde/anaranjado) para diferenciarse, aunque en la revista quedarán dispersas y mezcladas entre sí, con el objetivo de poder atenuar al lector entre notas más analíticas que necesitan de mayor comprensión o atención y otras de índole descomprimido, de lectura liviana o flexible, aunque ninguno de los dos modelos abandona la premisa del proyecto comunicacional del que se partió.

Los colores anteriormente mencionados tienen su basamento en uno de los documentos leídos sobre el pigmento en los diseños, "Teoría del color para diseñadores", por lo que se aplica para poder fundamentar la elección, aunque se sabe que existe una relación subjetiva para cada persona, según sus preferencias o factores culturales.

El rojo, para la sección de Autogestión, se lo relaciona con la importancia, indica peligro y es un poderoso color de acento (Fiori, 2014). El azul oscuro, usado para Difusión, tendrá un gran impacto en la percepción, siendo los más oscuros excelentes para diseños donde la fuerza y confianza son importantes, dando un aspecto profesional. (Fiori, 2014). Por último, la combinación alternativa entre el naranja y el verde oliva es usada para Experiencias. Dice la autora sobre éstos:

El naranja es un color vibrante y energético (...) En diseños, el naranja llama la atención sin ser tan abrumador como el rojo. Es también considerado más amigable y atractivo (...) En el diseño web, el

verde tiene un efecto armonizador o de balance, es muy estable. (Fiori, 2014).

Sumado a esto, hay que saber que en la estructura de la revista estará integrada la sección editorial, la cual se refiere a una nota orientadora sobre la posición del medio de comunicación con respecto al asunto general al que se compete en cada número, aunque el eje de la edición inicial será una carta de presentación de la revista como caso único para luego funcionar de manera acorde a la funcionabilidad del género. También estará inmersa la nota central, un artículo extenso, mencionado en la portada, la fotografía y el título principal, el cual tendrá un mayor tratamiento, varias imágenes en color y un número de páginas abundante.

A continuación, discriminada una a una las secciones y las notas que integrarán el número cero de *La Cuerda*.

PRIMERA SECCIÓN: Autogestión

En la primera sección que presentará la revista se tendrá en cuenta una problemática trascendental que tienen que afrontar los músicos del rock independiente en La Plata en particular y en el país en general: pagar para tocar, una cuestión con un basamento aplicado en las distintas vivencias y experiencias contadas por los artistas. Además, para no narrar la crónica sólo desde una porción de los involucrados, también se considerará a los dueños de bares, los cuales varían los arreglos entre las partes.

En este sentido, lo que permitirá abordar esta sección es poner en conocimiento público de manera mayoritaria –en detrimento de los grandes medios platenses- las vicisitudes, las lógicas de acción, idas y vueltas y los diferentes andamiajes que ponen en práctica los músicos independientes para desarrollar sus creaciones, siendo autogestionadores de su propio trabajo, teniendo labores de multifunción y abonando para realizar su propio trabajo. Incursionar en el tema, investigar, preguntar a los actores principales (y derivados), analizar documentos e interpretarlos, serán las acciones para poder hacer vislumbrar estas problemáticas mediante las escrituras. A continuación, las diferentes notas que integrarán la primera sección del número inicial de *La Cuerda*:

En primer lugar estará la nota que ocupará las páginas centrales de la revista, denominada “Crónicas a cuerda”, donde –en el número cero- se desarrollarán cuatro narraciones o historias de no ficción, describiendo puntillosa y detalladamente de qué manera un grupo de personas que integran una banda musical se dividen los roles para confeccionar la organización de un recital teniendo en cuenta varios niveles, entre ellos el financiero, escenográfico, estructural y demás. También, con el objetivo de no centrarse sólo desde un lado de la cuestión, se tendrán en cuenta a los dueños o encargados de bares de la

ciudad para clarificar sus lógicas económicas, arreglos porcentuales con los artistas, actividades en sus espacios, relaciones políticas municipales y formas de trabajo, las cuales son diferentes según el sitio. Vale la aclaración, que con el correr de los números, las crónicas irán adquiriendo otras orientaciones temáticas.

Con la posibilidad de acceder a pasar un día con determinada banda en una fecha de presentación, asistir a un recital en un bar de la ciudad, ir a la casa de los músicos o llegar a un escenario platense para que cuenten su plataforma de tareas, se pudo tener conocimiento vasto de lo sucedido, describiendo mediante recursos literarios sensaciones que puedan permitirle al lector involucrarse en lo que lee y, además, forjar a que personas no interesadas en el tema, puedan permitirse ahondar en él. En estas páginas centrales, no tendrán relevancia extrema los sujetos o sitios, sino lo hechos, y solamente poseeré imágenes ilustrativas y no de los escenarios, ya que la meta es que la crónica tome protagonismo y que el lector logre imaginar, reaccionar, encontrar un clima, las características del personaje y el interés por la cotidianidad, sin la ayuda de ningún soporte fotográfico explícito, más allá de cualquier nombre propio. Para realizar estas crónicas se trabajó con los integrantes de “Perro Loco”, “Se va el camello” y los encargados de los bares “Pura Vida” y “Rey Lagarto”.

Según las lecturas realizadas, se prefirió utilizar un estilo similar al de *Revista Anfibia*, donde lo dinámico se hace presente en un trabajo de investigación con búsqueda de documentos / observación y donde se convierte lo real en literario. Anfibia es una revista digital de crónicas, ensayos y relatos de no ficción que trabaja con el rigor de la investigación periodística y las herramientas de la literatura creada en 2012 por la Universidad Nacional de San Martín con el objetivo de generar pensamiento. Cuentan en su sitio oficial sobre su estilo y filosofía:

Creemos en la experiencia de la indagación permanente como método que guía nuestras investigaciones. Buscamos reformular las preguntas: qué contar, porqué y para qué (...) En sus contradicciones y procesos políticos, económicos y sociales surgen sujetos, territorios y conflictos que merecen la presencia del cronista, del cientista social, del científico; en definitiva, del investigador (...) Anfibia apuesta a la calidad sostenida en la investigación permanente y a una agenda que busca llegar a lo medular de cada tema sin dejar nunca de ser contemporánea. (Anfibia, 2016).

Otra de las partes de esta sección es el informe especial habitual, que será reconocido con el título de “Nos ponemos (más) serios”. En la edición inicial de la revista, se tocará la temática por la cual los músicos tienen que pagar para tocar, con un abordaje interpretativo y analítico, poniendo en foco de la discusión no sólo a los actores directamente involucrados como son los particulares de las bandas de rock independientes, sino también a los actores políticos protagonistas que tienen contacto con esta cuestión y documentos escritos

que explenen, fundamenten y argumenten lo que se quiere decir.

Por un lado, existió el contacto personal con distintos músicos independientes de la ciudad -Fabián Domínguez, Julián Haramboure, Matías Menchón- y, por otro, también con Mayra Mendoza, Diputada Nacional e impulsora de la Ley de la Música. Vale la aclaración, que se volvió a tomar contacto con algunos de los protagonistas con los que se había hablado hace algunos años, para evaluar los procesos de avance o retroceso en dicha cuestión. Desde el plano documental, se tuvo en cuenta el contenido del Estatuto del Ejecutante Musical de 1958 y el de la Ley de la Música de 2012, para poder comparar e interpretar y luego hacer una nota de tres carillas que sirva para poder poner en contexto todo lo investigado y relevado. En esta parte se usarán extractos documentales, remarcando los sectores que proclamen ser primordiales y las frases sobresalientes de las personas interrogadas, con el objetivo de dejar bien en claro lo que cada uno sostiene.

SEGUNDA SECCIÓN: Difusión

Esta segunda parte se centrará en concretar otro de los objetivos pautados para el desarrollo de la revista. Se trata simplemente de poder dar a conocer por este medio, los hechos, actividades, presentaciones, producciones, historias y lugares que afronten las bandas de rock independientes en el partido de La Plata, con una finalidad concreta: que a partir del conocimiento que obtengan gracias al público lector, sean voz popular en la ciudad, permanezcan entre los nombres conocidos y cada vez que se hable de una banda en específico, una persona ligada al ambiente y un integrante del público indirecto o ajeno, pueda percatarse de qué se está hablando.

Esto –con seguridad- brindará una ayuda a los artistas independientes, se incrementarán sus públicos, crecerán sus producciones y/o reproducciones de temas, subirán las posibilidades de que los lugares culturales platenses los tengan en cuenta para brindar conciertos y así, puedan solventar los gastos que permitan, a priori, tomarse la actividad musical como un trabajo donde accedan a un ingreso de dinero, aunque sea ínfimo, para reinvertir.

Esta sección tendrá como ejes principales cuatro notas con color de representación identificatoria, las mismas que poseerán igual extensión, y ubicación en todas las ediciones: difusión del crecimiento artístico y las diferentes formas de planificar un recital mediante una crónica de una banda particular, la elección de un disco compacto para darlo a conocer y establecer una crítica, la configuración de un personaje ligado a un sitio cultural de las calles platenses y las historias y conformaciones de cuatro grupos de rock por revista. Todo este conjunto – el cual será detallado uno a uno a continuación- permitirá afrontar, realizar y concretar el objetivo planteado.

En primera medida, nos introduciremos en una de las notas, denominada a lo largo de todas las revistas de cada mes “Peldaños”, la cual será una crónica sobre el crecimiento de las bandas en el plano local y sus intenciones de poder cruzar la frontera de las diagonales, mostrando el despliegue necesario para realizar un recital y la remarcación de vivencias varias desde los primeros momentos del *under*, sin perder el carácter independiente y autogestivo, en comparación con la actualidad. Esta edición se enfocará en el recital de *Caracol a Contramano* realizado en el Teatro Ópera de calle 58 entre 10 y 11 como punto de inflexión para contar a través de descripciones, vivencias y la observación en el lugar, lo que desarrollan los integrantes y las repercusiones en la gente de una manera literaria/periodística. El conjunto, que ya lleva más de 10 años de trabajo y mezcla reggae, ska, candombe y cumbia con uniformidad y espíritu del rock, está integrado por Marcelo “Chelo” Fontana en voz y guitarra, Marcelo y Lucas Serena en trombón, Luciano Menez en bajo, Gonzalo Rogati en guitarra, Santiago Rogati en batería y Pablo Bohl en saxo. También es finalidad de la nota, reconstruir la historia del grupo.

A través de este recurso, se intentará que quien lea, descubra los estilos organizativos de una presentación en un recinto musical, observar todo lo que se tiene en cuenta para ello y poder dilucidar las diferencias que existen para hacerlo cuando se depende de la estructura propia y cuando se delega a un sitio tercero gracias al crecimiento paulatino. En las dos páginas de longitud, como método para poder seguir brindando datos e información no tan difundida, se aplicarán recuadros contextualizando con los discos del conjunto, con imágenes de las portadas.

Otra de las partes que integrarán la sección de Difusión será “El CD del mes” como una especie de subsección, donde en cada número de la revista, abordará mediante una crítica de espectáculos el contenido, la filosofía, poesía, pensamiento y cuestión central de un disco de una banda de rock independiente platense. El objeto de esta parte es que cada una tenga su participación con un material grabado que no necesariamente tiene que ser de actualidad, para que adquiriera notoriedad en la ciudad, incremente las posibilidades de poseer relevancia en el ambiente y estén presentes las últimas informaciones.

El estilo que se desea que posea la crítica es una combinación entre una esencia descriptiva y laudatoria. Es la intención ser preciso y claro en la expresión de detalles que componen la obra, teniendo un relato sólido de las partes con datos donde se presente brevemente lo que se quiere reflejar, mostrar la ficha técnica o los datos de cada banda, exposiciones, análisis, argumentos y un veredicto final de lo dicho. A su vez, es importante destacar que al querer prodigar a las bandas platenses, la belleza artística y el énfasis de los discos se harán presentes con la obvia pre-producción de la elección del material a analizar, sin ser

fundamentalista ni necio de lo que se está diciendo.

En la edición debut de *La Cuerda*, será el turno de Apostasía, material de “Crema del Cielo”, con temas como “Volver en taxi” donde hacen duras críticas a los miedos clasicistas, “Changuitas” que trata del increíble fervor por el Papa Francisco, “Proyecto tú”, el cual toca las opresiones sentimentales y “Plaza Sarmiento” en clara referencia a la ciudad de La Plata. La subsección ocupará una carilla y tendrá recursos tales como imágenes -portada del disco- y de ser necesario versos de canciones que remarquen en pocas líneas la ideología del disco, dándole un vuelco analítico a una producción que también es para lograr ser difundida.

Otra de las partes será “Backstage”, donde cada uno de los centros culturales, bares, productores de eventos y difusores de contenidos artísticos, tendrán su lugar para poder abordar su historia junto a las bandas platenses, protagonistas, funciones, infraestructura, posibilidades, reglamentaciones, ventajas y desventajas. El objetivo es poder difundir mediante una crónica, los lugares, las productoras o las acciones imperceptibles de la cultura del rock platense, con las bases que pretenden forjar los artistas, dando a conocer historias, descripciones, logísticas de trabajo, y demás funciones de un lugar o de un grupo laboral, mostrando los aspectos de un espacio, un grupo o una ideología que los espectadores no llegan a ver, lo que se denomina comúnmente *tras bambalinas*. La primera nota estará destinada a la ocupación de Francisco Bayinay como productor general en “Ranas Rojas” para demostrar interactuando con este coordinador de eventos, la funcionalidad de los arreglos económicos con las bandas en los bares, entre otros matices.

En el plano comunicacional de la estrategia de difusión que tiene *La Cuerda*, se usará “Acá están, estas son” para presentar de forma escueta, concisa y simple a cuatro bandas por revista, que contengan las características dignas del objetivo que tiene el proyecto. Se utilizará una plantilla con formato de cuadrícula que funcione a doble página con cuatro bandas que presenten una corta descripción de su historia, conformación, trabajos artísticos e identidad, sumado a una fotografía de sus músicos. Una a una, por mes, se irán aumentando la cantidad de conjuntos y así se fortalecerá la meta propuesta por el medio de comunicación. “La Vieja Bis”, “La Mansa”, “Miro y su Fabulosa Orquesta de Juguetes” y “La Noche de Garufa” serán los primeros cuatro conjuntos. La información recabada se adquirirá a base de entrevistas a por lo menos uno de los miembros para tener datos de primera mano y poder conocer directamente a éstos, junto a sus intenciones.

Por último, la parte denominada “¡Lo mejor está por venir!” conformará la anteúltima página de la revista y la finalización del contenido del material. En ella, se volcarán -en el mes correspondiente a la fecha de la tirada de la revista-, los eventos musicales de las bandas de rock independientes de La Plata, las diferentes actividades próximas de los músicos, las presentaciones destacadas a juicio de quien escribe y todo lo que

pasará en los escenarios que se cree son del ámbito que se viene teniendo en cuenta. El soporte elegido contará con un diseño donde se harán presentes las imágenes y la conexión con información disponible y precisa para poder asistir: qué evento está previsto, quién se presentará, cuándo y dónde lo hará, cuánto salen las entradas, dónde y de qué manera se adquieren, breves descripciones, entre otros datos.

El objetivo es poder –sin marcar una agenda obligatoria para el lector- ofrecerle alternativas y posibilidades para realizar un fin de semana o durante los días hábiles, ya que muchas de las presentaciones también se realizan de lunes a viernes, con horarios acordes a personas que al otro día tienen obligaciones.

TERCERA SECCIÓN: Experiencias

La última sección tiene por finalidad ilustrar con diferentes estilos de notas y páginas a todo color, las experiencias, historias, costumbres, gustos y contenidos contextualizados en el ambiente musical platense, donde el lector reconozca y comprenda el por qué suceden determinados hechos, cuál es la razón de la existencia de políticas municipales para incentivar o no la actividad independiente, el rol de los medios de comunicación masivo o alternativos en la difusión de estos eventos culturales, la idiosincrasia platense a la hora de las creaciones de los protagonistas y demás situaciones.

La finalidad de esta parte es que, a través de cuestiones que ya han sucedido en el plano del rock alternativo desde los diferentes ámbitos -sociales, políticos, culturales, por ejemplo-, las personas interpreten y tengan un foco claro de las causas de distintos hechos que son significativos en el plano en que necesita adquirir notoriedad. Como quedó explícito con anterioridad, la tercera sección se subdividirá en dos partes: el ciclo Entrevistas y la parte Descomprimiendo, cada una respetando el color en el diseño.

En el Ciclo Entrevistas se pondrá en funcionamiento, dos mano a mano con personalidades involucradas de manera directa o indirecta en la materia del rock, desde el plano de la difusión de información y desde las experiencias contextuales que pueden llegar a brindar las diferentes relaciones que adquiere la música independiente con materias que viven en consonancia con la actividad artística, como son el periodismo y la política. Pensado de esta manera, y teniendo en cuenta la diversidad de lectores que puede tener *La Cuerda*, se piensa en poner en práctica las múltiples relaciones que llevan estas disciplinas, demostrando que todo lo que circula en la cotidianidad de cada uno no está ajeno a lo que la revista quiere demostrar.

En la parte de “Rock y periodismo” de la edición inicial de la revista, se realiza una entrevista con Eliana Urbina, quien es directora de “Radio Pura Vida”. El enfoque que tendrá este espacio será una charla para poder conocer el proyecto político-comunicacional de un medio para difundir una actividad particular, la

vinculación con las normativas vigentes en el plano nacional como la Ley de la Música, el vínculo con las lógicas municipales, su experiencia personal como profesional del periodismo y la diversidad de soportes con los que se manejan para poder dar a conocer una temática. Datos e informaciones contextuales, citas con aclaraciones, imágenes e ilustraciones, serán los anexos de las dos páginas que enmarcará esta nota.

En el sector de “Rock y política”, se realizará también una entrevista que muestre el entramado que puede existir entre este género al nivel de la autogestión de los miembros de las bandas, con cuestiones que tienen que ver con la política nacional, demostrando cuáles son las intenciones de las autoridades de turno con respecto a sus acciones, sean positivas o no para la actividad de los músicos. En el primer número, el actor involucrado será Gustavo Rohnderburg, músico e integrante de la Comisión Directiva de la Unión de Músicos Independientes (UMI), para poder entrar en conocimiento sobre su trabajo, dar explicaciones certeras de la coyuntura social y analizar la antigua Ley del Ejecutante Musical en contraposición de la actual Ley de la Música, la incumbencia de Ley de Medios en la vida de los músicos, la actividad del Instituto Nacional de la Música (INAMU) y el crecimiento que han tenido los artistas a partir de esta normativa.

La nota quiere poner de manifiesto mediante las preguntas diagramadas, las intenciones que tienen desde las máximas autoridades para con las bandas independientes, si se quiere lograr una ayuda, fortalecer la cultura, aumentar una identidad o representar al país. A lo largo de dos carillas, y contextualizando el tema para el entendimiento de los destinatarios, se llevará a cabo la entrevista con imágenes de la persona, el material consultado, la remarcación de frases que representen la esencia de todo lo dicho y que fortalezcan el punto nodal de la charla.

Por último, enmarcadas en la última subsección, habrá dos carillas destinadas al final de la edición, con el rótulo de Descomprimiendo. Como su nombre lo indica, se aminorará la idea de realizar lecturas de artículos con una profundidad que necesite de comprensión enredada y análisis pertinente, sino más bien, notas de corta extensión, con ejemplificaciones, fotografías, curiosidades, apostillas y demás. Sin perder el lenguaje que se hace presente regularmente durante toda la revista, con párrafos cortos o de menor longitud que los precedentes, se buscará compartir experiencias de las bandas, de sus sensaciones, gustos o hábitos. Así, se cumplirá la doble función de seguir conociendo a los distintos protagonistas de la escena musical y cultural de La Plata.

En dos páginas diferentes, el contenido de Descomprimiendo se separará en otras particiones, las cuales se fundamentarán a continuación contando, a su vez, qué temática tocará en el primer número:

“Flashes barriales” vislumbrará en una carilla la representación de cuatro imágenes que representen una

apostilla o nota color de un recital, escenario, artista o situación particular que forme parte de la temática de la revista por los distintos barrios y/o localidades del partido de La Plata. A través de las fotografías elegidas de los grupos o integrantes, se puede seguir dando a conocer diferentes cosas particulares que provocan el interés o los interrogantes sobre una banda, específicamente de experiencias e historias vividas.

A las cuatro imágenes se le adosarán datos de lo que reflejan, en dos o tres renglones de epígrafe para seguir alcanzando el objetivo y sumando una buena cantidad de conjuntos al conocimiento de los lectores y públicos indirectos, por ejemplo, mediante el diálogo callejero, en una reunión o charla amistosa. Formarán parte de esta edición: “Pájaros de Cristal” del casco urbano de La Plata, “Thelefon” de Ringuelet, “Viajeros Errantes” de Villa Elvira y “Demacrados” de San Carlos, repartiendo las zonas y diversificando.

En la subsección “GPS”, sigla en inglés que refiere al sistema de posicionamiento para ubicar personas o vehículos, se intentará posicionar por cada edición, una ciudad, localidad o lugar particular de La Plata que esté representado en canciones de las bandas independientes, no sólo de manera explícita sino también en formato metafórico, demostrando las experiencias de cada uno de los músicos a la hora de crear sus propios versos y fomentando en sus líneas la idiosincrasia, cultura y realidad de sus lugares de origen.

Ocupará una carilla y será un artículo a modo de crónica, de lectura dinámica y coloquial que le permita al lector poder imaginarse los lugares de la ciudad por donde transita cada uno de los compositores. “Muchacha de Bernal”, “Plaza Matheu” de la banda Don Lunfardo y el Señor Otario serán dos de los temas enfocados en la primera edición, centrando la ubicación geográfica en el Casco Urbano. También, esta parte tiene como objetivo descubrir historias no tan conocidas de lugares de la ciudad.

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES

La puesta en marcha del proyecto de *La Cuerda* como medio sobre las bandas de rock independientes de La Plata ha tenido en todo el desarrollo de producción, una vasta toma de decisiones que permitieron realizar y poner en práctica todos los elementos característicos de un comunicador-periodista-productor, unificando lo aprendido y estudiado en las diferentes asignaturas de la carrera de la Licenciatura en Comunicación Social en la Facultad de Periodismo, tales como la producción del medio, la elección del soporte o la realización del producto a nivel general, con todo lo que ello conlleva como el diseño, la cantidad de páginas, de secciones, los formatos, estilos de letras, públicos dirigidos, selección de fotografías y demás.

Todo el camino recorrido para realizar el TIF, desde el inicio en el Seminario Interdisciplinario de Tesis hasta los últimos detalles finos del producto final, me ha permitido vincular casi la totalidad de los conocimientos,

procesos, mecanismos, formatos y estilos periodísticos aplicados, ahondando en una temática con la cual no tenía una ligazón cercana y, que a partir de vincularme, fue prosperando junto a personajes, escenarios, normativas - leyes antiguas, actuales, derechos laborales -, lecturas que, hoy, tres años después de haber “descubierto” el tema por primera vez, me permitieron explorar nuevos aportes desde lo académico, profesional y hasta personal, con una apertura a diversos sostenes que generan más oportunidades.

Con la revista y el proceso de producción finalizado, se pudo empezar a dilucidar un balance que tuvo una gran satisfacción personal por todo lo trabajado y por creer que cumple con el propósito planteado desde un principio, funcionando como una “rueda de auxilio” para suplir el lugar vacío que tiene la música y el rock independiente local por la escasa notoriedad noticiosa en los grandes medios gráficos de la ciudad, difundiendo así sus trabajos y dando a conocer sus dificultades basadas en la independencia y la autogestión, dos aristas que convergieron a lo largo de todo el material inicial.

En la actualidad, se reconocen algunas ediciones gráficas de este estilo a nivel nacional o internacional – *Mavirock, Soy Rock, Dale, Billboard, Rolling Stone*- pero no estrictamente en el plano local, sabiendo que *De Garage*, que registró la escena cultural platense por ocho años, finalizó su tirada por cuestiones no especificadas. La ausencia de este material gráfico en La Plata hace que la puesta en marcha de *La Cuerda* me deje complacido y de acuerdo con lo producido.

A lo largo del proceso fue muy importante y sumó tener en claro lo que se quería hacer y los motivos de ello: que la revista sea coleccionable fue uno de los puntos característicos del medio, para que permanezca en el tiempo, la lean varias generaciones y que el grueso del trabajo no pierda vigencia y notoriedad; la mensualidad del producto tiene su basamento en el espacio temporal que configura realizar una plataforma periodística de esta magnitud, desde la producción de notas hasta su ejecución neta; las secciones de la revista fueron razonadas para que mantengan una continuidad a lo largo del tiempo y no pierdan validez a en cuanto al estilo de notas, sin que en ningún momento el desarrollo quede vacío por falta de material.

En el transcurso del proceso fue de suma importancia estar atento a cualquier tipo de cambio para la toma de decisiones, tal fue el caso de las idas y vueltas con respecto a la falta de habilitación municipal del Bar Pura Vida. En junio pasado, se anunció que el local cerraba de manera definitiva después de ocho años, por lo que se debía cambiar la orientación de las notas pertinentes con respecto al contexto político, pero luego el Secretario de Cultura informó que el trámite se había destrabado y que el Bar seguiría funcionando. Con este pequeño ejemplo, queda demostrada la volatilidad del escenario y el cuidado, rigurosidad y observación que hay que tener para seguir el tratamiento de una situación particular.

También existe la autocrítica propia en cuanto al reflejo de lo realizado comparado con el plan propuesto

desde un principio. Si bien, los cimientos del proyecto están evidenciados y cumplidos, creo que la confección del diseño gráfico final ha sido uno de los puntos en los que faltaron herramientas enriquecedoras de conocimiento personal, por lo que se optó por finalizarlo con otra persona. En consideración, en una eventual persistencia del medio, estará planteado desde un inicio contar con un profesional en la materia. Esta revista, entonces, desarrolla una potencialidad periodística que debería verse reflejada en el aumento de variables de publicidades, la posibilidad de una pauta o financiación del Estado en el terreno de lo posible y la incorporación de un redactor y un fotógrafo, en primera medida, para crecer como medio.

En relación a la circulación de la información en la actualidad y en sintonía con las nuevas dinámicas de los medios como fluidos que circulan velozmente en segmentos abiertos por la Red (Ramonet, 2011), es importante destacar la medida en la que trabajaba al cierre de este TIF Horacio Prada, titular de la Agencia Platense de Recaudación, en conjunto con el Municipio para la reforma de la ordenanza fiscal en el Concejo Deliberante que eximiría a los portales digitales del pago de tasas municipales acordes al Código Tributario¹³, poniendo a este tipo de medios en las mismas condiciones que los tradicionales y dándoles un beneficio a los que trabajan de manera independiente.

Esto viene a colación de la mirada a futuro que se piensa del medio, visualizando la inserción del producto en un escenario particular, con las nuevas tecnologías de la información como estrategia comunicacional tanto de difusión para el conocimiento de la revista como para compartir contenidos. Se desarrolla también un trabajo de prensa posterior, funcionando de manera conjunta con Internet como soporte tecnológico, con un sentido circular de la información y la ayuda de la web para la captación de lectores:

No hay duda de que la prensa escrita está buscando la forma de resurgir (...) nunca ha existido un momento más favorable para ser periodistas. Hoy el acceso a la información es mayor que nunca en la historia y gracias a las nuevas herramientas la audiencia también es enorme (...) La información en papel para los principales sitios web no será más que una expresión de la información contenida en una plataforma digital destinada a emitir su flujo de información a los nuevos soportes tecnológicos. (Ramonet, 2011).

Queda la certeza que, a pesar de los recursos que no se pudieron confeccionar, se logró un producto compacto mostrando cada escena, experiencia multidisciplinaria, autogestionada e independiente de los

¹³ El Artículo 121 del Código Tributario de 2013 exime de la Tasa por Inspección de Seguridad e Higiene a los sujetos que realicen las actividades de impresión, edición, distribución y venta de diarios, periódicos, revistas y libros y a las emisoras de radiotelefonía y las de televisión, excepto las de televisión por cable, codificadas, satelitales, de circuitos cerrados y toda otra forma que haga que sus emisiones puedan ser captadas únicamente por sus abonados. Disponible en http://www.apronline.gov.ar/images/files/CodigoTributario_2013.pdf

rockeros platenses. Es significativo poder finalizar la carrera dejando un producto con una realización compleja que muestre uno de los ejes de la actividad cultural de la capital de la Provincia de Buenos Aires, con sus posibilidades e identidades, para que con el paso de los años, las generaciones venideras reconozcan esta coyuntura en un espacio y tiempo determinado.

CAPÍTULO 5: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

PROCESO DE TRABAJO

En las semanas previas a las cursadas del primer cuatrimestre de 2015 en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social -las últimas para completar las materias de la Licenciatura- la intención era llegar con una idea sobre la temática que iba a desarrollar en mi (en ese momento) Tesis. En unas hojas de borrador, punteaba todos los ítems que podía llegar a tocar, posibles entrevistas, las problemáticas que abordaría y las secciones que se incluirían.

Aprovechando la cualidad de Periodista Deportivo y las facilidades que podría conllevar, la cuestión a proyectar como tesis de investigación era la problemática de la falta de chequeos médicos en las categorías de ascenso en el ámbito no profesional del fútbol argentino, asunto que había desembocado en el fallecimiento de jugadores en plena práctica. Otra de las posibilidades mientras ideaba la Tesis era compartirla con un compañero de cursada y de radio, con el que estuvimos más de tres años dando cuenta de las responsabilidades de cada uno y siempre hablábamos de la intención de culminar la carrera en grupo, aprovechando las condiciones de ambos y la buena combinación para trabajar, pero los tiempos personales hicieron que esta chance se fuera dilatando y optara por comenzar el proyecto de manera individual.

Al anotarme en el Seminario Permanente de Tesis en la primera parte del año pasado, me propuse el objetivo de que esta sea una de las cursadas a la que le daría mayor énfasis e importancia, sin dejar de lado al resto, por el hecho de que abordaría varias herramientas y conocimientos para hacer el trabajo que permite recibirse. Y así fue. Desde que fueron pasando las semanas, con la Lic. María Silvina Souza y el Lic. Marcos Mutuverría como profesores, fui adquiriendo instrumentos de trabajo, conceptos básicos, material bibliográfico de ayuda, un proceso paulatino de las maneras detalladas de llevar a cabo la Tesis y la puesta en práctica del cronograma de trabajo para cumplir con las metas, procedimientos y mecanismos pensados.

El paso por el Seminario estuvo enmarcado en un tiempo de transición que terminó con la inclusión del TIF como requisito para obtener el título de grado. Sin ser una complicación, esta situación derivó en la lectura de la flamante reglamentación para no dejar escapar el mínimo detalle y estar en sintonía con los nuevos

cambios, más allá de lo que conocía por comentarios o sugerencias de compañeros o profesores.

Con las instrucciones que fui adquiriendo, por una cuestión de recorte contextual y una ligazón directa con lo periodístico, las puertas para trabajar el tema pensado se fueron cerrando. A su vez, al percatarse de los distintos tipos de TIF –Investigación, Producción y Prácticas en Comunicación-, cuestión desconocida hasta el momento, la cabeza empezó a funcionar con la apertura de otras temáticas que se podían realizar, siempre que interactúe y maneje con fluidez.

Fueron algunas semanas donde era imposible localizar el punto preciso con el que trabajaría, lo cual era una presión, no sólo por la aprobación de la materia en sí, sino por lo personal, para no frenar un proceso importante. Pero entendí que era necesario este espacio de pensamiento prolongado si se quería elaborar una investigación o producción con algo a lo que esté ligado, embebido y que maneje con practicidad. Fue un día cuando logré conectar con lo que me enfocaría, las bandas de rock independientes de La Plata, haciendo una revista. Cuando el tema salió a la luz de mi mente, jamás dudé sobre la oportunidad de proyectarlo en material gráfico en un soporte mensual.

Para buscar un origen hay que remitirse atrás en el tiempo. A mediados de 2013, realizando la cursada de Taller de Producción Audiovisual II con las profesoras Natalia Carbonell y Marcela Carlino, junto a mis compañeros tuvimos que hacer un informe documental que tenía como consigna una temática libre y, al haber un abultado grupo de personas, el abanico de asuntos era amplio. Fue la primera vez que escuché “pagar para tocar” por intermedio de otro alumno y estaba ligado a las problemáticas económicas que tienen los músicos a la hora de desarrollar sus espectáculos.

Me sentía en un ambiente ignoto pero siempre estaba predispuesto a colaborar desde la producción o la realización de entrevistas. La investigación fue un punto clave para empezar a palpar el tema, pero sin dudas que involucrarse en los escenarios (casas de protagonistas, clubes, bares) terminó por generarme interrogantes que derivaron en búsquedas y lecturas de artículos o normativas por las que nunca había pasado y, finalmente, apasionarme. A partir de allí, casi sin tenerlo como propósito, hurgué en la temática en materias como Periodismo de Investigación, Seminario sobre Prensa Local e Identidad y el Taller de Radio I y II con pequeñas prácticas gráficas o radiofónicas que sirvieron para ahondar aún más. No estaba planteado, pero todo este recorrido fue un gran paso previo para desembocar en mi TIF.

Los beneficios del Seminario de Tesis fueron claros, desde el entendimiento de cómo plantear la enunciación de la temática con el referente empírico y el dispositivo mediático, pasando por los buscadores académicos en bibliotecas o medios virtuales, hasta definir los objetivos de manera precisa y discriminada según los procedimientos y las metas cognitivas. El final de la cursada me encontró con el boceto del Plan aprobado y

tratando de conseguir un director para poder entregar el proyecto y comenzar a delinear la continuidad del TIF.

Marcos Mutuverría, profesor en el Seminario, fue la primera persona en que pensé para ocupar este rol, porque se enfocó en mis correcciones paso a paso y además, se interiorizó en lo que tenía ideado, aportando otros conocimientos y acercando la bibliografía pertinente para tener mayores certezas de lo que quería esgrimir, tanto desde el plano conceptual como desde el metodológico. Mientras seguía de manera individual con la escritura del grueso de las justificaciones, objetivos, antecedentes, marco teórico y la descripción del producto, también evaluaba contar con otra persona que conocí en el recorrido facultativo a la que consulté personalmente y por e-mail.

Las vacaciones de invierno en Mar del Tuyú fueron la situación ideal para desglosar gran parte de la Memoria y diagramar el diseño de la revista. La tranquilidad de estar ajeno a obligaciones y cumplimiento de horarios hizo que este fuera el momento acorde para pasar en limpio las cientos de ideas que circulaban por la cabeza y estaban escritas en hojas sueltas o borradores del celular, para que cuando surgieran no se escaparan. Al regreso, con el correr del tiempo, fue el momento de continuar con el diseño de la revista, con el puntapié dado por el diagrama inicial, la cantidad de hojas, las secciones, los recursos gráficos y demás.

Por medio de Internet fui buscando programas específicos de diseño o consultando a compañeros de trabajo, pero algunos se mostraban dificultosos para maniobrarlos, por lo que tenía que ser un experto en la materia el que lo use. A pesar de ello, descargué el soporte de Microsoft Publisher, que más allá de no ser exclusivo para diseñar revistas, sirvió para poner en práctica todas las necesidades y volcar el contenido del material: tapa, títulos, estilos de letras, fotografías, infografías, logotipo del medio, colores, imágenes prediseñadas, textos, secciones y más.

Durante ese tiempo fui hablando mediante correo electrónico con Rodrigo García, profesor de un Seminario en Periodismo Deportivo en 2012 y el Taller Radiofónico en la Licenciatura en Comunicación en 2014, para evaluar la posibilidad de que dirija el TIF. Aquel año cursando en radio, con la puesta en marcha de un programa ligado a las actividades artísticas –música, cine, teatro- en La Plata, aprecié un gran valor en cuanto a los conocimientos de la práctica periodística y las correcciones, cuestiones que tienen que ver con la estructuración del trabajo y la organización por etapas, algo indispensable para diagramar y llevar a cabo el proyecto a largo plazo. Rodrigo no dudó en poder ayudarme.

Las últimas vacaciones de verano fueron el momento de hilar fino en el contenido de la revista. Detallando y borrando al cumplir cada objetivo procedimental en una libreta, fueron pasando búsquedas de contactos,

viajes a casas de músicos o bares de distintos puntos del centro o la periferia platense, entrevistas – personales, telefónicas, por correo-, lecturas de documentos o leyes, repasos de documentales y redacción de notas. Mientras tanto, luego de reuniones, envíos de avances y correcciones mediante e-mail, a fines de marzo de 2016 definitivamente se realizó la entrega del Plan con Rodrigo García como director y Marcos Mutuverría como co-director. Así, con el proyecto presentado y un gran avance hecho, todo seguía encaminado, junto a las reuniones que derivaron en consultas por un lado y sugerencias por el otro.

El andamiaje sobre la toma de decisiones fueron llevando distintos idas y vueltas sobre los ítems trabajados a lo largo de todo el TIF y, por diferentes factores e incidencias, permitieron ir cambiando cuestiones ligadas al contenido, a los conceptos bibliográficos o a la forma de realizar el proyecto. Esto es una clave de todo el proceso, ya que la comunicación entre pares ha permitido mutar decisiones u opiniones que no eran tenidas en cuenta con anterioridad. Por ejemplo, en una de las primera reuniones, a partir del acercamiento de los directores, surgieron lecturas nuevas de algunas páginas de crónicas como Infojus, Cosecha Roja, Soho o Anfibia junto a material de autores varios, en temas ligados a las juventudes, tipos de entrevistas o las lógicas del periodismo.

Las entrevistas realizadas en primera instancia sirvieron para poder entrar en tema, comenzar a relacionarse con el entorno y conocer las vicisitudes, problemáticas, pormenores y detalles que rodean a la música en general y al rock independiente en particular. Aquel documental hecho de “pagar para tocar” derivó en seguir investigando por la web sobre el tema, por lo que me hice eco de la existencia de leyes o normas que circulan en el mundo de la música, aquello siguió con otras entrevistas, en el día a día de las bandas, con músicos, con autoridades, dueños de espacios artísticos, personas derivadas y demás. Cada nota, cada encuentro fue forjando mayor saber y recepción de abundante información para diversificar caminos y explorar permanentemente, valiendo aclarar que de todo el material recabado sólo salió un mínimo porcentaje para ser publicado, por una cuestión de disponibilidad de caracteres, pero en su conjunto enriqueció el conocimiento personal y fue el inicio para abrir otros estudios.

Un ejemplo claro de prueba y error fue la decisión del diseño gráfico del material, el que había realizado en el programa Microsoft Publisher y que terminé optando por que lo ejecute la Diseñadora Gráfica y Publicitaria María Ángeles Méndez, en base a lo realizado previamente, pero esta vez en el programa Adobe InDesign. Esta decisión fue tomada viendo antecedentes del desempeño de la profesional quien es facilitada con las herramientas acordes del programa, y porque además la conversión de los archivos de Publisher no era compatible con los soportes que necesitan las imprentas, en el formato PDF.

Las charlas con colegas me han permitido hacer diferentes consultas a través de la experiencia,

entendimiento o cualidades de estas personas. Los intercambios de estilos de lectura con compañeros de todo el camino universitario, el diálogo comparativo con otros TIF de revista para evaluar la forma de realizarlo, los reiterados pedidos de presupuestos de impresión y los consejos con otros periodistas para anoticiarme sobre el proceso de circulación del producto, fueron algunos de los ejes más importantes para hacer una pausa, estimar variables y resolver de manera acorde, con las justificaciones del caso.

CAPÍTULO 6: BIBLIOGRAFÍA

- ACHATA PAREDES, C. (2010) Una nueva revista para la mujer. Trabajo Final de Grado. Buenos Aires. Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo.
- ALVEAR ACEVEDO, C, (1958) Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana. Tomo XLIII, Madrid. Espasa – Calpa.
- ANFIBIA. (2016) Qué es Anfibia. Buenos Aires. Universidad Nacional de San Martín. Disponible en <http://www.revistaanfibia.com/que-es-anfibia/#sthash.jaK3vj2Z.dpuf>
- BERGÉ, E. (2007) Jóvenes y estilo: debates en torno a la noción de estilos culturales. 1º Reunión Nacional de Investigadores/as en Juventudes “Hacia la elaboración de un estado del arte de las investigaciones en juventudes en Argentina”. La Plata. CONICET. NES-FTS-UNLP.
- BLAKE, R. y HAROLDSEN, E. (1989) Taxonomía de conceptos de la comunicación. México. Ediciones Nuevomar.
- BOOKMANÍA: el revival de Bookman Oldstyle. (2016) Fuentes tipográficas. Recuperado el 16 de junio de 2016 de <https://www.linotype.com/es/6970/bookmania.html>
- CALLEGARO, A. y LAGO, M. C. (Julio-diciembre de 2012) La crónica latinoamericana: cruce entre literatura, periodismo y análisis social. Vol. 9, Nº 2. Pp. 246 – 262. Venezuela. Universidad del Zulia.
- CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA NACIÓN ARGENTINA. (20 de septiembre de 1958) Estatuto del Ejecutante Musical. [Ley Nº 14.597] Buenos Aires.
- CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA NACIÓN ARGENTINA. (31 de octubre de 2012) Creación del Instituto Nacional de la Música. [Ley 26.801] Buenos Aires.
- CAPARRÓS, M. (2007) La Argentina Crónica. Historias reales de un país al límite. Prólogo de la antología seleccionada por Maximiliano Tomás. Buenos Aires. Editorial Planeta.

- CHAVES, M. (2005) Los espacios urbanos de jóvenes en la ciudad de La Plata. La Plata. Facultad de Ciencias Naturales y Museo. UNLP.
- DE GARAGE. (Febrero de 2015). Redacción. [Actualización de estado de Facebook]. La Plata. Recuperado de <https://www.facebook.com/degarageweb/posts/733744093411584>
- DE MORAES, D.; RAMONET, I.; SERRANO, P. (2014) Medios, poder y contrapoder: de la concentración monopólica a la democratización de la información. En Medios de comunicación: ¿un poder al servicio de intereses privados? Ciudad Autónoma de Buenos. Editorial Biblos.
- DE SAGASTIZÁBAL, L. (2009) El mundo de la edición de libros. Buenos Aires. Editorial Paidós.
- FALBO, G. y BENCOMO, A. (2007). Tras las huellas de una escritura en tránsito: La crónica contemporánea en América Latina. Introducción. Pp. 11-20; Capítulo 7. Pp 141-160. Buenos Aires. Ediciones Al Margen.
- FIORI, S. M. (Mayo de 2014) Staff Creativa. Teoría del color para diseñadores: Significados del color. Disponible en <http://www.staffcreativa.pe/blog/teoria-del-color-disenadores/>
- GUBER, R. (2001) La etnografía: método, campo y reflexividad. Capítulo 4. Pp.30-40. Bogotá. Grupo Editorial Norma.
- HALPERÍN, J. (1995) La entrevista periodística. Introducción, Capítulos 1 y 2. Pp. 9-37. Buenos Aires. Editorial Paidós.
- HALPERÍN, J.; CASATTI, M.; GARÓFALO, A. y VALERO C. (2006) Revistas: Definición y Características.
- HELFENSTEIN, P. y MARCHESSE, C. (2014) La Lupa. Una mirada a la militancia política del gran La Plata. La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.
- HOYOS, J. J. (2003) Escribiendo historias. Dos modos de contar: el estilo informativo y el estilo narrativo. Página 3-31. Medellín. Editorial de la Universidad de Antioquia.
- INAMU (Instituto Nacional de la Música). (Diciembre de 2013) Manual de Formación N° 1 "Derechos Intelectuales en la Música". Argentina. Disponible en <http://www.inamu.gob.ar/pdf/manualenformato.pdf>
- INAMU (Instituto Nacional de la Música). (Noviembre de 2014) Manual de Formación N° 2 "Herramientas de Autogestión en la Música". Argentina. Disponible en <http://www.inamu.gob.ar/pdf/manual2.pdf>
- MARTÍN VIVALDI, G. (1979) Curso de redacción. Teoría y práctica de la composición y el estilo. Madrid. Paraninfo.

- MASCIOLI, J. (2010) La descripción. Apunte de cátedra. Taller de Producción Gráfica I. La Plata. UNLP.
- OIC (Observatorio de Industrias Creativas) (2011) La Industria de la Música en la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- PALAZZOLO, F. y VIDARTE ASOREY, V. (2012) Claves para abordar el diseño metodológico. Documento de cátedra del Seminario Permanente de Tesis. La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.
- QUIÑA, G. M. (Marzo y abril de 2014) Las múltiples dimensiones de la música independiente. Estudios de Comunicación y Política. Número 33. Pp. 154-166. Argentina. Universidad de Buenos Aires.
- RAMONET, I. (12 de noviembre de 2012) "Latifundios mediáticos impulsan insurrección contra gobiernos progresistas en América Latina porque están afectando sus intereses". Bogotá. Cronicon Virtual. Recuperado de <http://www.cronicon.net/paginas/edicantes/Ediciones78/nota15-ramonet.html>
- RAMONET, I. (2011) La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales. Buenos Aires. Ediciones Le Monde diplomatique. Capital Intelectual.
- RIVERA, S. (2011) Bandas municipales: ¿la gestión musical del Estado? Buenos Aires. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.
- ROSSO, A. (2015) Hacer respetar la música independiente. Publicable, el diario de Tea. Espectáculos. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.diariopublicable.com/espectaculos/4904-hacer-respetar-la-musica-independiente.html>
- UNIÓN DE MÚSICOS INDEPENDIENTES. (2016) Institucional. ¿Qué es la UMI? Buenos Aires. Disponible en: <http://www.umiargentina.com/umiargentina/institucional.html>
- VINUEZA STACEY, P.A. (2012) Rocktura cultural. Campaña reivindicativa de comunicación para la difusión de la subcultura rock en la ciudad de Quito. Ecuador. Facultad de Comunicación Social. Universidad Central del Ecuador.