

AReCIA

Historias y catálogo



# El poder a la imaginación



# 10



años de organización  
de las revistas culturales  
autogestivas en Argentina





El poder  
a la imaginación



AReCIA

ASOCIACIÓN DE REVISTAS  
CULTURALES INDEPENDIENTES  
DE ARGENTINA

El poder a la imaginación : 10 años de organización de las revistas culturales autogestivas en Argentina / Mariano Pagnucco ... [et al.] ; compilación de Daniel Badenes ; Franco Ciancaglini. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Revista Cítrica, 2022.  
172 p. ; 19 x 12 cm.

ISBN 978-987-48954-0-0

1. Entrevistas. 2. Periodismo Cultural. 3. Cooperativismo. I. Pagnucco, Mariano. II. Badenes, Daniel, comp. III. Ciancaglini, Franco, comp.  
CDD 302.2324

Compiladores: Daniel Badenes, Franco Ciancaglini

Autorxs: Anabella Arrascaeta, Mariano Pagnucco, Lucas Pedulla, María del Carmen Varela, Claudia Acuña (epílogo)

Diseño e ilustración de tapa: Bellina ilustra

Diseño de interior: Sebastian Smok

Corrección: Graciela Daleo

Este libro fue realizado en el marco del proyecto “Territorio Cultura: agencia federal y nodos culturales”, financiado por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional License.

# Índice

El poder a la imaginación, la imaginación en la historia .....	7
La vieja guardia .....	15
Gracias por el fuego .....	31
La fuerza de los márgenes .....	47
El tren de la autogestión .....	65
La sorpresa de lo cotidiano .....	81
La cooperación al poder .....	95
Del nicho al hecho .....	113
Revelaciones feministas .....	127
Inventar lo que no existe .....	139
Catálogo .....	143



## El poder a la imaginación, la imaginación en la historia

Por Daniel Badenes

Diez años es toda una historia.

Este libro reúne algunas piezas -las más significativas, intentamos- de los primeros diez años recorridos por la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA), que supo convertirse en la organización más representativa, y también la más duradera, del mundo de la edición sin patrones.

AReCIA tomó forma de foro y asamblea, de lista de mails, de puja colectiva con funcionarios que van y vienen, de capacitaciones solidarias, de proyectos que parecen imposibles hasta que se concretan. Tuvo destreza para reunir, y al reunirlos ayudó a sobrevivir, a revistas que son el oxígeno necesario frente a la cloaca de los medios comerciales, propaladores de *fakes*, operaciones y un “periodismo” sin fuentes. Revistas que no existen sino para sus lectores y lectoras, y que no tienen más dueños que sus trabajadores y sus trabajadoras.

Alguna vez escribimos que estas publicaciones eran *sin patrón* en un doble sentido: por un lado, por la forma autogestiva en que se organiza el trabajo; por otro,

por ser espacios de innovación en términos profesionales, que lejos de repetir fórmulas o moldes preestablecidos, han sido laboratorios de nuevos pensamientos, narrativas y escrituras.

Si las revistas culturales fueron siempre expresiones genuinas de su época, más lo son ahora, en tiempos de feroz concentración y entrevero de intereses nunca declarados, cuando les toca el rol de batallar contra la monopolización de contenidos y estéticas.

## **Los sedimentos de AReCIA**

Toda historia tiene su prehistoria. Habrá quien recuerde la Asociación de Revistas Culturales Argentinas, ARCA creada en pleno diluvio represivo de la dictadura, impulsada por jóvenes editores que se juntaban en la Casona de Iván Grondona hacia 1979. Alguna trayectoria puntual, como la de *Punto de Vista*, une aquellas reuniones con otra entente de editores y editoras en 2001, poco antes del corralito, cuando Domingo Cavallo como ministro de Fernando de la Rúa decidió que el Impuesto al Valor Agregado alcanzara también a las revistas, hasta entonces exceptuadas. Diez años después, varias de las personas que se juntaron ese álgido diciembre para reclamar en el Ministerio de Economía dieron los primeros pasos para la fundación de AReCIA.

8 También hubo una ARCA en los noventa: fue impulsada a fuego lento por el editor de *Diario de Poesía*, inspirado entonces en la experiencia de la Asociación de Revistas Culturales Españolas (ARCE). Entre los objetivos que quedaron registrados en las actas de sus reuniones, se proponían lograr la compra estatal de ejemplares para destinarlos a bibliotecas públicas, una demanda que retornaría años más tarde en la formación de AReCIA. También llegaron a pensar el impulso, en

el ámbito legislativo, de una ley de fomento para el sector. Para 1999 tenían un estatuto escrito y preparaban un Primer Encuentro Nacional de Revistas Culturales, que nunca llegó a concretarse.

Los colectivos editoriales con trabajo territorial recordarán también un agrupamiento llamado Revistas por la Inclusión Social en Argentina (RISA), creado en Santa Fe en 2006 por revistas que eran proyectos periodísticos y proyectos sociales al mismo tiempo. Aún quedan rastros en la web de aquel grupo, que se mantuvo activo hasta 2011, cuando la mayoría confluyó en un espacio más grande que las contuvo: AReCIA.

Todas esas capas de historia, más o menos conocidas, fueron el sedimento que afirmó las bases de esta Asociación que desde hace diez años aglutina una enorme diversidad de experiencias.

## Los capítulos

AReCIA supo dar cobijo a revistas de larga data como las que protagonizan el primer capítulo de este libro. Editores y editoras que sobrevivieron la dictadura, la hiperinflación y el corralito. Traían décadas de experiencia cuando se sumaron al colectivo. Compartieron sus saberes y adquirieron otros de las jóvenes experiencias. Tomaron conciencia de sus derechos como cuenta Julia Pomiés, editora todo terreno, hacedora de la emblemática *Kiné* y una de las presidentas que tuvo la Asociación. Actualmente el 30% de las revistas miembro tiene más de 20 años. No todas se sumaron desde el principio, pero se reconocen hoy bajo las banderas de un espacio común.

En el segundo capítulo, la fundación tiene la voz de sus protagonistas. Dos de ellos, Claudia Acuña y Pablo Udenio, traían la memoria de aquella pelea de 2001.

Al final de ese año tan movilizado nació *Lavaca*, que un tiempo después comenzó la edición de *MU*, engranaje fundamental para esta historia colectiva. La tercera protagonista: Marlene Wayar, editora del primer periódico travesti-trans en América Latina. Distintas luchas se cruzaban y se encontraban en la calle Hipólito Yrigoyen, la primera sede de *Lavaca*, que por su gentileza fue también la primera casa de AReCIA. Allí se craneó el Primer Foro Social de Revistas Culturales que en octubre de 2012, en el sitio donde Moreno hizo el primer periódico patrio, lanzó la consigna: “El poder a la imaginación”.

De las luchas de 2001 eran hijas también revistas de calle que, tras transitar agrupaciones como RISA, confluyeron en un armado más grande. Dos de ellas, *La Pulseada* de La Plata y *Al Margen* de Bariloche, llegaron a presidir la Asociación. Como muestra el tercer capítulo, sus trayectorias no se pueden escindir de los proyectos sociales de los que forman parte: un hogar para pibes, comedores populares, cooperativas de trabajo, espacios comunitarios. Un verdadero periodismo con los pies en el barro. No es casual que en las principales luchas de AReCIA también se haya sumado *La Garganta Poderosa*.

Y si de territorios se trata, el Conurbano ha sido clave en la trama de las revistas culturales. El capítulo 4 narra la historia de tres revistas indisociables de esa marca identitaria que se mueve al compás del traqueteo del ferrocarril. *Güarnin* – que trazó puentes con otras tramas de la comunicación comunitaria, parte de una misma lucha–, *NaN* y *Andén*: las tres, fundamentales en esta década de trabajo. En los itinerarios de sus hacedores, los afectos y la militancia construida en AReCIA fueron incluso más allá de las revistas: *NaN* dejó de salir,

pero Nahuel Lag – también expresidente de la Asociación– vuelve a través de la agencia *Tierra Viva*; *Andén* interrumpió sus publicaciones, pero Gustavo Zanella se sumó al staff de VAS con sus crónicas bastardas.

Esta referencia nos lleva al capítulo 5, enfocado en otro pilar de la organización: las revistas vecinales. Entre las publicaciones editadas en la ciudad de Buenos Aires, siempre hubo una presencia significativa de esos medios dedicados a pintar su aldea, su barrio, muchos sostenidos gracias a una política de fomento de medios vecinales que sobrevivió a los cambios de gobierno, no sin luchas para lograrlo. Entre “las vecinales”, VAS – otra nacida al calor de 2001/2002– fue un motor fundamental para AReCIA, poniendo cuerpo y cabeza en cada actividad durante toda la década.

Autogestivas todas, la forma jurídica de cada emprendimiento siempre fue un tema. A diferencia de las radios comunitarias, por ejemplo, que para tener una licencia deben tener una personería, la mayoría de los colectivos que editan revistas culturales lo hacen sin formalizarse como organización. A la hora de facturar usan el monotributo de alguno de sus integrantes. La organización en cooperativas de trabajo siempre fue valorada y estimulada, por eso el capítulo 6 subraya estas experiencias, cada vez más fuertes. Las publicaciones cooperativas representan hoy al 15,5% del sector, un porcentaje todavía exiguo pero que ha ido en ascenso. Desde el 5° Foro de Revistas Culturales se visualizó en esta forma asociativa el horizonte de crecimiento de AReCIA. Como trasfondo hay una discusión sobre el trabajo. En las cooperativas, según muestran los censos del sector, es donde se registra el mayor índice de trabajo remunerado.

Hay otro rasgo distintivo de las revistas culturales: son las mejores en lo suyo. Sea el rock o la música clásica.

sica, la danza o el universo hacker. Es lógico: el producto editorial no es considerado una mera mercancía, los editores y las editoras están apasionados por sus temas, se especializan, persisten, ponen todo de sí, conocen cada detalle de lo que cuentan porque *son parte*. Así lo muestra el capítulo 7, y también el que cierra esta compilación, dedicado a algunos colectivos de formación más reciente que hacen comunicación autogestiva con mirada de género, como parte de uno de los movimientos sociales más transformadores que ha conocido la Argentina reciente.

## **La historia sin fin**

Los relatos que integran este libro coral están atravesados por esa historia que es la construcción de AReCIA: el reconocimiento de la identidad, de un *sector*; la búsqueda de herramientas comunes; la pelea por una ley de fomento; las negociaciones por el acceso a la pauta publicitaria estatal; la profesionalización y la necesidad de una justa remuneración del trabajo... También aparece la digitalización de las revistas, en parte por los propios cambios del lectorado, parte por lo expulsivo que ha resultado el costo del papel. En 2013, cuando se publicó el primer informe sobre revistas culturales, las gráficas representaban el 95% y las digitales, apenas el 5%. Actualmente solo hay 4 revistas en la Asociación (5,6% del total) que no tienen ningún tipo de versión digital. Mientras que, aunque la mayoría (73%) tuvo relación con el papel, hoy solo el 39,4% se imprime.

Cada proyecto editorial narrado aquí es una pincelada, una muestra de una historia mucho más amplia. El catálogo que viene a continuación amplía el panorama linkeando las publicaciones que hoy integran la

asociación. Pero es apenas una foto: no es la lista de todas las revistas que han sido parte – más de 550 a lo largo de esta década– ni tampoco, claro, de las que vendrán en el futuro.

Porque diez años es toda una historia, pero no el final.  
Recién empieza.



## **La vieja guardia**

Viejos son los trapos pero hay proyectos que, con lectores y autogestión, se las ingeniaron para perdurar decenas de años, dictadura, hiperinflaciones y otros huracanes después. Mutaciones, desafíos y futuros de cuatro publicaciones emblemáticas.

Por María del Carmen Varela

El periodismo gráfico cultural argentino lleva décadas produciendo contenidos. Estas cuatro revistas culturales pioneras en sus temáticas siguen en pie – y aquí contamos parte de sus historias– con mucho para transmitir y con renovación constante de sus materiales. La psicología, el arte, los derechos humanos y el movimiento corporal fueron los grandes ejes y motores que impulsaron su creación. *Actualidad Psicológica*, *Correo del Arte*, *Tiempo Latinoamericano* y *Kiné* van mutando con la complicidad del tiempo. Han transitado diferentes contextos (tres de ellas surgieron en plena dictadura cívico-militar) y la riqueza de su recorrido continúa explorando nuevas formas de presentar todo

lo que tienen para dar. Miguel Kohan, Rodolfo Portaluppi, Luis Miguel Baronetto y Julia Pomiés, cabeza y corazón de estas publicaciones, cuentan cómo hicieron para transformarse en faros en sus respectivas áreas y ejemplo de trabajo y perseverancia para las generaciones posteriores.

## Un poco de historia

Mientras cursaba la carrera de Psicología, a comienzos de los años 70, Miguel Kohan publicaba una revista mensual de turismo junto a otros dos socios. Le iba bien porque era novedosa para la época, pero al tiempo decidió abandonarla. Luego hizo *Mundilibro*, una revista con reseñas de libros que se editaban en ese momento, hasta que a sus 25 años emprendió otro rumbo temático: “Yo soy psicólogo y voy a hacer una revista de psicología”, se dijo. Ahí, en 1975, nació entonces y sin vueltas *Actualidad Psicológica*.

Con ocho páginas de papel de diario, el periódico fue pensado para que saliera cada quince días pero meses más tarde pasó a ser mensual, a excepción del mes de febrero, sin salida por vacaciones. Con reportaje principal, notas y anécdotas fue pionero y conquistó al ámbito “psi”. Ideó una estrategia de propaganda: en las noches previas Miguel y su pareja – también psicóloga, con quien hizo la revista hasta 1981– iban a pegar papeles sobre Avenida Corrientes anunciando la salida. Cuando Miguel le estaba mostrando la revista al dueño del kiosco ubicado en la puerta del Teatro San Martín para convencerlo de que aceptara ejemplares para la venta, y él se resistía, una mujer que pasaba se detuvo y dijo: “*Actualidad Psicológica*, quiero comprarla”. El dueño del kiosco pensó que estaba preparado, pero no: así de efectiva fue la publicidad de la pegatina.

Ese kiosco – el primero en ponerla a la venta– llegó a vender más de 150 ejemplares; psicólogos y estudiantes eran la gran mayoría del público interesado. Escribían profesores de la Universidad de Buenos Aires y eso hizo que los alumnos la compraran para estar al tanto de las novedades plasmadas en los artículos. *Actualidad Psicológica* se vendía cada vez en más kioscos y en librerías.

Así como Miguel se sumergió en la publicación de temáticas de psicología porque era su profesión, Rodolfo Portaluppi eligió el camino del arte: es aficionado a la escultura. Esa fue la chispa para hacer la *Gazeta del Escultor*. Aunque pensándolo bien, si iba dirigida solo a escultores, no tendría mucho futuro... entonces reemplazó la ocurrencia por una revista que abarcara “a todas las disciplinas artísticas”.

Pensó otro nombre: *Correo del Arte*, una publicación con referencias a la plástica, la literatura, el teatro, la música, la danza y algo de arquitectura. “Ese era el plan”, cuenta. “Pero no me animaba, no tenía los conocimientos. Yo soy técnico mecánico, armaba la caja de la publicación como si fuera un plano mecánico, no tenía conocimientos de nada”. Para estar a la altura de su futuro emprendimiento comenzó a estudiar en la Escuela Argentina de Periodismo y aprendió, entonces sí, cómo se hacía una revista. Pero seguía sin animarse.

Corría 1979. Rodolfo estaba tomando un café en la terminal mientras esperaba que saliera su micro hacia unas vacaciones en la playa cuando conoció a una pareja de periodistas que lo convenció de concretar el sueño de tener su propia revista. A mediados de 1980 renunció a su trabajo y se embarcó de lleno en el proyecto. “Tenía un tercer cargo en una fábrica, ganaba bien: fue difícil renunciar a algo así”, revela.

Con algunos ahorros y mucho tiempo libre, con un grabador hacía entrevistas a los cantantes de tango y se las vendía a los programas radiales nocturnos. Le pagaban poco, así que intentó acelerar el emprendimiento de la propia revista de arte. La Escuela de Periodismo lo ayudó a hacer un sondeo de opinión con entrevistas a 312 personas: obtuvo información valiosa sobre qué pensaban sus eventuales lectores. El 7 de octubre de 1980 salía a la calle el primer número del *Correo del Arte*, con rincones literarios, de teatro, música, danza, cine y artes plásticas.

Cada sección tenía su responsable; Rodolfo era el coordinador general. Empezó a distribuirla en kioscos, en los subtes y con respecto a la publicidad se le ocurrió la idea de las “adhesiones” o aportes económicos por única vez o en forma regular, que tenían el costo de un aviso o podían ser a voluntad.

*Tiempo Latinoamericano*, por su parte, surgió como iniciativa de un grupo de jóvenes que se conocían por haber cursado juntos la escuela secundaria en el seminario Jesús María. Inspirados en un referente con quien habían tenido contacto de niños – Monseñor Angelelli, asesinado durante la dictadura cívico-militar– decidieron compartir tiempo y trabajo en un proyecto gráfico. En octubre de 1982 nacía la revista, con la intención de “soplar las cenizas sobre lo que había quedado adormecido con el terrorismo de Estado – cuenta su director Luis Miguel Baronetto– y tratando de despertar, de reavivar llamas de compromiso con las realidades de los pobres, agudizadas durante la dictadura militar por los planes económicos y la represión”.

Baronetto acababa de salir de la cárcel y se encontraba bajo libertad vigilada. Al tiempo logró ser reincorporado a su empleo en el Banco de Córdoba, y los otros

miembros del staff también fueron encontrando otros trabajos. *Tiempo Latinoamericano*, además de ser su proyecto de comunicación, se transformó en un espacio de militancia de manera ininterrumpida desde 1982.

En las primeras épocas un compañero integrante del grupo con habilidades para las ventas y relaciones públicas se dedicaba a vender seguros para mantener su propia economía y avisos publicitarios para sostener la impresión de la revista. Al poco tiempo de la entrada en circulación de la publicación, el cardenal Raúl Primatesta pidió que se le cerraran las puertas a *Tiempo Latinoamericano* para la venta y que no se habilitaran colegios católicos para los encuentros que programaban. En ese momento, el grupo le hizo llegar una nota al director del Consejo de Educación Católica de Córdoba, quien les había comentado la decisión de Primatesta, aclarándole que la revista no quería expresar el pensamiento de la Iglesia católica en Córdoba ni pertenecía al Arzobispado. Dice Baronetto que este episodio hizo que la revista despertara mayor interés. Cuando años más tarde organizaron actos masivos en homenaje a Angelelli, Primatesta salió al cruce y dijo que estaban promovidos por “el marxismo internacional”.

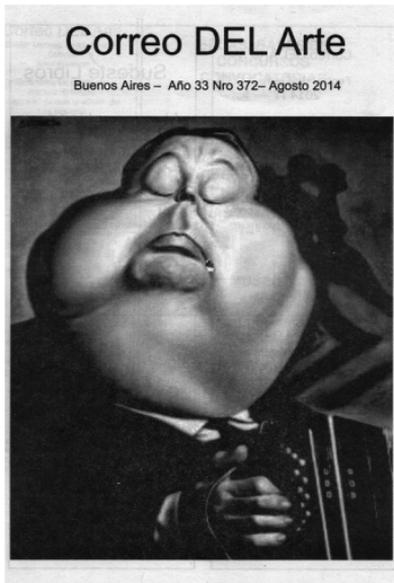
Julia Pomiés era jefa de redacción de la revista *Uno Mismo* – antes había pasado por las revistas *Vivir y Ser Padres Hoy*– cuando sintió que necesitaba un cambio. Junto a dos colegas empezó a idear una publicación para mujeres. Pensaron el título y lo registraron: *Yin, energía femenina*. Julia buscó presupuestos de imprenta, papeles, formatos y cuando estaban por concretar la salida del primer número, se juntaron a hablar de las expectativas de cada una con respecto a la nueva revista. La decisión de Julia era patear el tablero, desprenderse de la relación de dependen-

cia y dedicarse de lleno al emprendimiento, pero las otras periodistas no coincidían en este punto. Las diferencias hicieron que el proyecto se resquebrajara, y después de llorar un fin de semana entero Julia supo que no quería volver a trabajar en editoriales donde lo pasaba mal.

Pensó: “Hago una cosa chiquita y pruebo algo distinto que pueda hacer por mi cuenta”. En ese momento su pareja, Carlos Martos, estaba haciendo la producción y armado de una revista de psicología. Julia le dijo: “Si vos hacés toda esa producción para mí y yo hago los contenidos para vos, ¿te parece que nos asociemos y probamos hacer algo?”. Lo corporal era un tema que a Julia le interesaba e investigaba. Se había recibido de profesora de Expresión y Lenguaje Corporal, había estudiado Comunicación durante cuatro años en el Museo Social Argentino, cuando la carrera todavía no existía en la UBA. Más adelante se graduó como licenciada en Artes del Movimiento en la Universidad Nacional de las Artes (UNA). Para la revista *Uno Mismo* había entrevistado a profesionales ligados a lo corporal, realizado encuestas e informes. Pensaba hacer una revista sobre expresión corporal, pero sus maestras, la licenciada en Letras, directora del Instituto de La Máscara y docente Elina Matoso, y la eutonista, psicóloga social psicodramatista y docente Susana Kesselman le aconsejaron que hiciera una revista de lo corporal. “Susana Kesselman escribió la primera nota acerca de la diferencia que hay entre lo corporal y el cuerpo, lo expresivo. La expresión corporal era una línea muy valiosa dentro de un abanico enorme y dentro de una mirada incluso política”. Sus asesoras para el primer número de la revista – a la que llamó *Kiné*– fueron Elina Matoso, Susana Kesselman y la bailarina y coreógrafa

Patricia Stokoe, creadora de la expresión corporal-danza. Luego se fueron sumando el corporalista, psicólogo social, psicodramatista y director del Instituto Internacional de Qi Gong Carlos Trosman, la kinesióloga Olga Nicosia y otros especialistas como Mónica Groisman, Silvia Mamana, Raquel Guido y la doctora Marta Jáuregui. “La expresión corporal es una de las líneas posibles de trabajo. Era necesaria una mirada que abarcara mucho más: Feldenkrais, eutonía, psicodrama y tantas cosas más que se practican”. Para poner en marcha la revista, Julia mandó gacetillas a todos los profesionales que había entrevistado para *Uno Mismo*, les contó su plan, les preguntó si querían enviar notas o poner publicidad. Todos respondieron afirmativamente. Ese nicho demandaba un medio y *Kiné* fue el espacio que conjugó esa necesidad. La revista se autosustentó desde el primer número, publicado en 1992. “Con Carlos habíamos dicho: estas cosas hay que bancarlas un año por lo menos, y fue fantástico, no tanto en la venta sino en la publicidad, en la participación de los especialistas del tema; casi todo el mundo puso avisos. Arrancamos muy bien y continuamos”.

Cuando surgió la revista Julia estaba tomando clases en el Instituto de La Máscara. “En los grupos de La Máscara se notaba mucho eso de ‘soy médico pero hago teatro’, ‘yo soy contadora y artista plástica’, siempre era así. Conmigo pasaba un poco eso: yo hacía periodismo y hacía trabajo corporal, clases de máscara, talleres de expresión corporal y periodismo. En este mezclar que se proponían en el Instituto de La Máscara – sacar a pasear a esos personajes y mezclarlos–, la idea no es desenmascararse hasta sacarse la última máscara sino ser flexibles. En ese juego de máscaras y personajes yo dije ‘bueno, podría hacer periodismo sobre lo corporal



En blanco y negro, eventualmente combinado con algún color, casi siempre A3: el formato es similar en estas cuatro publicaciones pioneras. Ejemplos de sus portadas: el gesto estético de *Correo del Arte*, los temas como protagonistas en *Actualidad Psicológica* y *Kiné*, y la primera tapa de *Tiempo Latinoamericano* de octubre de 1982.

y movimiento para la escritura’, que es lo que hice después: talleres de escritura a partir de lo corporal y la revista relacionada con el cuerpo”.

Allí surgió el nombre “kiné”, palabra de raíz griega que significa movimiento.

## **Cómo llegar al lector**

En sus comienzos, *Kiné* tenía 16 páginas – ahora tiene 32– y era a una sola tinta. Julia quería que fuera en formato tabloide – “Esta revista es de lo corporal, tiene que respirar”– y que tuviera un póster central desplegable. “Imprimimos una gran cantidad. Yo venía de los medios tradicionales, de las empresas editoriales y las tiradas eran muy grandes: la revista *Vivir* había llegado a vender cien mil ejemplares y *Ser Padres Hoy* cerró porque vendía solamente 30 mil, esos números que ahora no existen. Hicimos una cantidad enorme – menos mal que teníamos los anuncios que nos bancaron– y la dimos a distribuir por las maneras clásicas. Fue espantoso, creo que vendimos 400, 500 ejemplares. Nos salimos de la distribución formal inmediatamente porque te pedían una cantidad enorme de ejemplares y los colocaban mal, así que empezamos a averiguar otras opciones. Nos peleamos con muchas personas hasta dar con Miguel Martínez de Sin Fin – fallecido en octubre de 2020–; enseguida se empezó a optimizar, a venderse mucho más en los kioscos, rondando los 3.000 ejemplares y hasta tocando los 5.000 en algunas ediciones, cifras muy altas para este tipo de publicaciones. Además de las que se vendían en las instituciones y escuelas de distintas técnicas de trabajo corporal”.

Pero la distribuidora Sin Fin no cubría los subtes, así que Carlos se encargó de esa parte fundamental. “La gente que lee *Kiné* es gente que se mueve mucho, sube y

baja escaleras y el subte es un sitio fundamental de ventas”, asegura Pomiés. En la actualidad, *Kiné* sale cinco veces al año – la primera en abril y la última en diciembre–, junto con una guía de profesionales y de cursos; tiene una temática central sobre lo anatómico y otra sobre lo político. Escriben profesionales de distintas disciplinas corporales y colaboradores periodísticos. Muestra imágenes de bellas esculturas clásicas, con huesos y órganos a la vista, y es un sello de *Kiné*: una idea de Julia y de Rubén Longas, quien además de ser el diseñador de la revista desde el inicio, es radiólogo.

Al igual que Julia Pomiés, para distribuir *Actualidad Psicológica* Miguel Kohan probó con distintos distribuidores. El único con el que estuvo cómodo y conforme fue, también, Miguel de Sin Fin, quien además de facilitar que las revistas independientes lleguen de manera más fluida a los lectores se convirtió en su amigo. Él lo alentó a incorporarse a ARECIA para llevar su experiencia y conocimiento sobre el trabajo autogestivo volcado en una publicación. Con los años, la revista ya consolidada pasó de ocho a 16 páginas, por la necesidad de incluir más cantidad de notas y avisos publicitarios. En marzo de 1994 llegó a tener 36 páginas, pero luego se mantuvo en 32.

*Actualidad Psicológica* ha hecho entrevistas de antología, entre las que se destaca una a Jacques Lacan, y el último reportaje a Enrique Pichon-Riviere. “A lo largo de la revista hay temas y autores: Silvia Bleichmar era una mujer comprometida con los derechos humanos, también Eva Giberti; son pivotes, gente con la cual nos hicimos amigos y la peleamos, pasamos muchas etapas difíciles, como el Rodrigazo, los militares”. Canales de televisión de España y de Francia entrevistaron a Miguel ya que les parecía inédito que el material incluido

en una revista dedicada a la psicología fuera accesible para todas las personas. También publicó varios casos clínicos resguardando la identidad del paciente.

En 1994 la revista modificó el diseño y desde entonces dedica cada edición a una temática en particular. “Cambie de tener varios temas a tener uno solo: distintos autores sobre un mismo tema. Eso pegó. Tuve algunos hechos muy particulares: en junio del 94 saqué un número con el título ‘Neurosis traumática’, casi no existía un material sobre eso, tiene que ver con hechos catastróficos. Salió y días más tarde fue el atentado a la AMIA. Yo me había ido de vacaciones y en el avión de regreso, donde tuve contacto con un medio argentino, me enteré del atentado; fue impresionante, hubo gente que me llamó para preguntarme si yo sabía que iba a haber un atentado. A los pocos meses hice un número sobre los duelos y a los pocos días murieron Lady Di y la Madre Teresa de Calcuta. La revista tomó mucho prestigio con el tiempo. Me han pedido que publique a cambio de plata, pero no. Y eso siempre hizo que esta revista tuviera su lugar”. *Actualidad Psicológica* cuenta con lectores que le han sido fieles por más de cuatro décadas, y muchos profesores y profesoras le han escrito a Miguel para comentarle que, además de la universidad, se habían formado gracias a la revista.

Durante muchos años, la distribución de *Tiempo Latinoamericano* la hacían los propios miembros de la revista; la llevaban a las parroquias, a los sindicatos, y recibían suscripciones. Al principio salía todos los meses, luego pasó a ser bimestral; actualmente se publican dos números al año, en formato tipo libro, de 120 páginas. “Somos una institución sin fines de lucro – asegura Luis Miguel Baronetto– que debe cumplir con las reglamentaciones que año a año establecen

los organismos pertinentes del Estado. Eso nos exige llevar las cuentas, las actas, hacer las asambleas, todo un funcionamiento que también nos ha servido para participar como querellantes en la causa judicial por el homicidio de Monseñor Angelelli”. Aclara Luis: “La inspiración fue cristiana, no católica en el sentido institucional sino cristiana, la de un cristianismo insertado en las realidades sociales y políticas, más allá de la institucionalidad de cada religión”. La revista tuvo una postura crítica frente a la complicidad de la jerarquía de la Iglesia católica con la dictadura y el terrorismo de Estado.

Para conseguir suscriptores para *Correo del Arte*, Rodolfo Portaluppi iba a tomar café a la Escuela de Bellas Artes y en los recreos se ponía a hablar con los alumnos. Llegó a tener más de 900 suscriptores. Con los años se dedicó exclusivamente a las artes plásticas.

La revista sale de marzo a diciembre, en papel. En el año 2000 empezó a investigar cómo hacerla también online. Actualmente *Correo del Arte* se publica en papel y en PDF. Varios suscriptores mayores no manejaban la computadora; Rodolfo se ofreció a enseñarles. Planea hacer distintos productos virtuales con la información de la que dispone y es su fuerte: becas, concursos, residencias artísticas. “La gente valora mucho el material, varios ganaron becas y dinero en concursos en el exterior, consiguieron subsidios. Por el hecho de ser una revista que salió en dictadura, me especialicé en publicar datos útiles para la gente a la que estaba dirigida. Hubo resultados: en diciembre un tipo que es vecino mío ganó 8.000 euros en un concurso. Una chica que es muy buena grabadora mandó un grabado a Europa; no ganó pero un museo suizo le compró la obra y le pagó dos mil euros. En este momento hay una chica que está

disfrutando por quince días de una habitación gratis y una bicicleta para moverse por París. Este tipo de información es la que la gente desea y valora”. Como en enero y febrero datos de este tipo no están disponibles, Rodolfo consideró que no era conveniente que la revista saliera durante esos dos meses. “Para no rellenar páginas, me pareció que era una estafa al lector: creo que hay que cuidar la calidad del contenido”, dirá.

Rodolfo siempre intentó que el público lector fuera el sostén de la revista “para no depender de la publicidad”. No obstante, la pauta oficial que obtuvo gracias a su participación en AReCIA fue de gran ayuda. En tiempos de fácil acceso a información a través de Internet, nota que esa característica puede desalentar a los posibles suscriptores. “Hace poco le pregunté a una señora que es pintora, qué creía que era mejor: si ocho horas el pincel en la mano u ocho horas el teclado de la computadora. ‘Tiene que tener el pincel: la información le tiene que llegar de otra forma’”.

Además de *Correo del Arte*, dio clases de periodismo de investigación, compuso de manera artesanal unos libritos para artistas, servicio de gacetillas y prensa para artistas. La distribución se hace vía entrega en mano, en bicicleta y en moto en Capital y Gran Buenos Aires. También hace envíos por mail y whatsapp. Como en Rosario tenía muchos suscriptores y avisos publicitarios, todos los meses se iba de madrugada en bicicleta hasta Retiro, tomaba el micro a Rosario, y después de un café salía a hacer el reparto por los talleres. Lo hizo durante años. “Era una hazaña. Allí había un grupo de artistas plásticos que elaboraban su propio champagne y la etiqueta la hacían ellos; era una producción chica, pero cuando había una inauguración el champagne lo hacían ellos. Con el correr

de los meses siempre tenía invitaciones para comer, aparecieron amigos, avisos: era un esfuerzo, pero lo pasábamos bomba”.

### **Cómo sostener(se)**

El entusiasmo por comunicar ideas propias y ajenas. La pasión por investigar. El deseo de condensar la información en la edición de una revista a la medida de nuestros sueños. Julia, Miguel, Rodolfo y Luis coinciden en que esos son los pilares para sostener durante décadas un medio de comunicación. Pero agregan otra variable no menor: además de los contenidos y una buena distribución, el apoyo económico de suscriptores y los avisos publicitarios hacen que el proyecto pueda ser duradero.

*Kiné* se sostiene económicamente con el aporte de los suscriptores, los avisos de profesionales, y a partir de su participación en AReCIA, con pauta oficial. Julia Pomiés sostuvo en sus años de trabajo periodístico una militancia gremial no partidaria y al involucrarse con *Kiné*, ese costado se fue desdibujando. “Cuando empecé en AReCIA yo no quería pauta por miedo a que me condicionaran, pero después me di cuenta de que la pauta oficial es un derecho de los medios de comunicación”, dice Julia.

La fórmula Kohan para el sostén a lo largo del tiempo es clara: “La técnica básica de las revistas es que la venta cubra el costo y que la publicidad sea toda la ganancia. Yo buscaba que ambas cosas me dieran ganancia y me aseguraba mantenerla”. En una ciudad con clara tendencia a “ir al psicólogo”, una revista de estas características no podía pasar desapercibida. “Yo siempre decía que había que hacer una equiparación entre el contenido y el negocio. No podía dejar de pensar en

términos de negocio porque si no lo más probable era que la revista no siguiera. Salieron a copiarnos por todos lados, porque la temática convocaba a la gente. Han aparecido muchísimas revistas similares, y desaparecieron casi todas”. Con esta fórmula, *Actualidad Psicológica* ya tiene más de cuarenta años.

Desde los primeros números *Correo del Arte* se autofinanció, aunque durante la hiperinflación fue muy difícil sostener la revista. Una carpeta en la que Rodolfo Portaluppi anota problemas y sus posibles soluciones fue clave para sortear el vendaval. En esa oportunidad apuntó la palabra “bonos” con los que mucha gente colaboró y que sirvieron para hacer frente a los gastos de papel e imprenta. Años más tarde, durante un tiempo implementó la “hoja blanca”: dos hojas con cuentos y poesía que iban enganchadas a la revista y eran a colaboración. Para las fiestas aniversario de la publicación pedía a los invitados que asistieran con una resma y de esa manera tenía papel para imprimir varias ediciones. Habla de la perseverancia y la voluntad como aliadas para sostener el *Correo del Arte*: “Así llegarás adonde querés: si te faltan conocimientos, los aprendés o te asesorás. El tema es ir para adelante con el proyecto, porque siempre se puede mejorar”.

*Tiempo Latinoamericano* se sostiene con la colaboración mensual u ocasional de lectores. En algunos momentos contaron con apoyo financiero de organizaciones europeas de índole cristiana. *Tiempo Latinoamericano* también se constituyó en centro de comunicación, documentación y formación; el proyecto en su totalidad está conformado por quince personas y tiene un consejo asesor abocado a la revista, que se reúne dos veces al año. Los integrantes no perciben ninguna retribución económica. Desde 1982 se

reúnen todos los martes por la noche en la sede que lograron comprar y que lleva el mismo nombre que la revista con el agregado “Casa Monseñor Angelelli”. Cada vez que se edita un nuevo número se juntan a celebrarlo; por lo general, con un asado.

La dictadura, la hiperinflación, la inflación, la falta de políticas que fortalezcan al sector... las estrategias financieras, los lectores, las locuras, los asados... La Vieja Guardia sigue haciendo historia al andar.

## Gracias por el fuego

Las publicaciones *MU*, *El Teje* y *Haciendo Cine* fueron las principales impulsoras de la creación de AReCIA, entre once miembros fundadoras. Cuáles fueron las motivaciones, deseos y proyecciones que agruparon al sector gráfico y digital autogestivo para construir derechos.

Por Mariano Pagnucco

La historia oficial de AReCIA tiene hitos identificables y números precisos. Esa historia dice que las revistas fundadoras fueron once, por orden alfabético: *Ají*, *Artexto*, *Barcelona*, *Dale*, *Diario de Poesía*, *El Amante*, *El Teje*, *Haciendo Cine*, *Kooch*, *MU* y *THC*. Que el Estatuto fundacional está fechado el 1 de agosto de 2011. Y que en él se define de “carácter cultural” a aquellas publicaciones que “supongan un aporte al acervo social” y “versen, entre otras, sobre las siguientes materias: historia, sociología, política, filosofía, psicología y demás ciencias, literatura, música, arquitectura, artes plásticas, diseño, artes audiovisuales, comics, humor, cine, teatro, danza y demás formas de expresión artística”.

La otra historia (subterránea, marginal, confluyente con la oficial) está hecha de anécdotas y memorias que pintan el cuadro completo de los orígenes. Aquí una de esas escenas: Ministerio de Economía de la Nación, reunión con el secretario de Comercio. En el ingreso al edificio el personal de seguridad se inquieta por las visitas que acaban de llegar. Hay una mujer, hay un varón y hay... una persona travesti, algo que no cabe en la nomenclatura protocolar y excede los parámetros del reconocimiento facial que utiliza el organismo. Las personas que controlan el ingreso se miran entre sí. “¿Qué hacemos?”, se preguntan. Y la respuesta llega de las visitas: “Hagan una excepción”.

Una década después, sentadas en un sillón colocado en la Plaza de los Dos Congresos, dos de las protagonistas de la anécdota se ríen con el recuerdo: son Claudia Acuña (fundadora de la revista *MU*) y Marlene Wayar (motor del primer periódico travesti-trans de América, *El Teje*) o “la mujer” y “la persona travesti”. Acuña completa la historia: “Ya era interesante que las revistas culturales entren al Ministerio de Economía como una excepción. Todo el mundo creyó – como teníamos una entrevista con el secretario de Comercio– que era una cámara oculta de Tinelli; entonces se paraban y se movían como buscando la cámara. Cuando nos abrió la puerta el secretario, miraba como diciendo ‘dónde está la cámara’. Y que yo diga hoy ‘cámara oculta de Tinelli’ y no signifique nada es un triunfo; un triunfo también de las revistas culturales independientes y autogestionadas: en ese momento esos medios dominaban todo”. Vuelve la anécdota: “Entonces, nosotras hablábamos y al único que miraba era al hombre que nos acompañaba, que era el único que estaba de saco y corbata. Lo miraba fijo, hablaba con él”.

En un tramo de la reunión, el funcionario quiso explicar a sus visitas lo que significaba un *cluster*. La travesti Wayar tomó la palabra: “Yo sé muy bien lo que es un *cluster*, porque cuando una compañera se quiere operar las tetas, todas ponemos un poco: inmediatamente eso en la calle la cotiza el triple. O sea, es dar una inversión en algo que luego se convierte en ganancia”. El funcionario siguió buscando la cámara oculta...

Sobre el final de la reunión pidió un contacto. El visitante de traje le extendió su tarjeta, que tenía como ilustración principal una hoja de marihuana. Era el director de la revista especializada en la cultura cannábica, *THC*. “Ahí se terminó la *performance* en la Secretaría de Comercio”, remata Acuña. Y suma contexto: “Sabíamos dónde estábamos, sabíamos a qué íbamos, y que tampoco podíamos tener la actitud de las pymes en el sentido tradicional. No sabían si darnos limosna o echarnos. Bueno, nosotras lo que queremos son derechos. Y no para nosotras, sino lo que queríamos era que exista el sector que estaba seriamente comprometido. Tuvimos que estudiar cosas que ningún editor independiente había ni soñado, como el IVA (Impuesto al Valor Agregado). Nosotros somos periodistas porque odiamos eso, pero tuvimos que ir a discutir, y siempre lo hicimos juntas, y siempre nos divertimos mucho. Creo que la clave es esa: no hubo una reunión que no fuera un disparate”.

33

## **La semilla asociativa**

Actitud disparatada, planteos firmes frente al Estado y diversidad en el armado. Sobre esos pilares nacía *lo nuevo* en términos de sector (revistas culturales independientes). *Lo antiguo* (como pasado y como memoria) no había prosperado por diversos

motivos. Claro que de esa semilla, también, se iba a nutrir AReCIA.

La nueva construcción traía el impulso de al menos cuatro décadas anteriores de publicaciones culturales independientes con ensayos variados de agrupamiento: la Asociación de Revistas Culturales Argentinas (ARCA), la Agrupación de Revistas Alternativas (ARA) y la Asociación de Revistas Culturales. Esta última experiencia, de la década de 1990, tenía como faro a la Asociación de Revistas Culturales Españolas (ARCE). Uno de sus impulsores fue Daniel Samoilovich, editor de *Diario de Poesía*, nada menos que una de las revistas fundadoras de AReCIA.

Acuña rescata esa herencia: “Todas las revistas culturales en España recibían mucho apoyo del Estado, fue un eje del posfranquismo. El Estado sosteniendo los proyectos fue una forma de entender y trabajar en ese momento. Cuando llegaron los 90 se cayó todo en España. No quedó casi ninguna revista cultural. Pero acá sí había quedado una asociación que había fundado Samoilovich, el director de *Diario de Poesía*. El espíritu de ese proyecto fue muy importante e inspirador. Logró muchos lectores. Tuvo un éxito que principalmente radica en haber hecho un diario de poesía que se sostuvo mucho en el tiempo. Y detrás de ese espíritu fuimos todas las revistas que estábamos en ese momento. Y así llegamos a un momento muy especial de la Argentina en donde todo se vino abajo. Uno de los tantos”.

El contexto de 2001 fue un quiebre a todo nivel, pero también una oportunidad de repensar los modos de encarar el vínculo con el Estado y, fundamentalmente, los modos de hacer periodismo. La semilla de *MU* es, justamente, una crónica callejera (sin firma individual) sobre

los muertos en la revuelta de diciembre. Así hizo su debut la agencia de noticias Lavaca que, a partir de 2004, editará la revista en papel.

Acuña retoma: “Cuando vuelve una etapa de crisis, vuelve Samoilovich a decir ‘tenemos que hacer algo, a mí no me da el cuero...’ y le digo ‘tenemos que aprender de todo ese fracaso’. Y ahí empezamos a pensarlo de otra manera. Obviamente el país ya era otro: 2001. Nos parió a todas distintas. Y ya en 2001 éramos amigas con Marlene. No puedo hacer nada sin Marlene, como hoy no puedo hacer nada sin Susy (Shock, artista trans), porque sale mal. Lo que pensamos desde un solo paradigma está mal pensado. Yo diría que es el momento de la creatividad, donde lo que más hay que cuidar no es la diversidad sino la idea del disparate. Porque para crear hay que desarmar lo que hay”.

## **Recuperar el espacio**

“La experiencia nos sirvió muchísimo, en principio, para encontrarnos: me refiero a encontrarnos, reconocernos y conocer las fortalezas y debilidades propias y de los demás, encontrar los puntos de contacto”, dice sobre los primeros tiempos Pablo Udenio, uno de los editores de *Haciendo Cine*. Destaca también el valor de la diversidad: “Por más que una revista hablara de cine o de poesía o fuera más política, todas nos encontrábamos en el lugar de revista cultural independiente, con necesidades muy parecidas. Desde ese lugar, fue muy rico saber que el compañero de al lado tenía una necesidad o una dificultad muy parecida a la mía”.

Sobre las reuniones iniciales: “Nos juntábamos en distintos lugares y en determinado momento se centralizó como punto de encuentro el espacio de *MU* en Hipólito Yrigoyen 1440, cerca del Congreso. Ahí tenía-

mos las primeras charlas, debates, discusiones sobre cuál era el mejor destino de las acciones que podíamos tomar como asociación. La idea fuerza desde el comienzo era que la asociación fuera reconocida como tal y pudiera formar parte de la agenda política. Buscábamos organizarnos para poder mandar un mensaje claro y colectivo hacia el Estado en cuanto a las necesidades de nuestras revistas”.

Recuerda como ejes de trabajo la compra conjunta de papel, las discusiones sobre el rumbo político de la asociación y la necesidad de buscar interlocutores en el Estado. También cuenta que ciertas revistas con afinidad en cuanto a los contenidos se planteaban estrategias de colaboración mutua en temas como la distribución en los kioscos: “Siempre fue una lucha la distribución, que no nos dejaran sepultadas abajo de otras revistas en los kioscos y que los canillitas no nos tiraran al muere”.

Udenio recuerda “el gran esfuerzo” que significó acortar los vínculos con colegas de las provincias, algo que se tradujo en un hito inolvidable para la asociación: el Primer Foro de Revistas Culturales. Elegir el lugar no fue tan difícil, al menos en la evocación que hace Acuña de aquella gesta... solo había que ir a las raíces del periodismo argentino.

36 Así reconstruye la historia la primera presidenta de AReCIA: “Decimos ‘somos periodistas y queremos ir donde se funda el periodismo’, que es donde nace *La Gazeta de Buenos Aires*, que era el patio Moreno de la Manzana de las Luces... que por ese entonces era un baldío. ¡Lo limpiamos todo! Todo el primer foro, barrimos, limpiamos, sacamos mugre. Era un baldío abandonado en un museo completamente a la deriva: era un patio al aire libre. Lo recuperamos y ocupamos el espacio, algo



**FLOR**  
de la

**se casa pero no de blanco ala**

**LOHANA BERKINS dice que la política debería figurar en el rubro 59**

**Exclusivo para tejedoras: una crónica de PEDRO LEMEBEL**

**Ahora en los hospitales es obligatorio que te llamen por el nombre que elegiste**

**NATY MENSTRUAL va al teatro y opina**

Para que te acuerdes de que El Teje se acerca de vos. Para que envíes tus mensajes, cuentes tus historias, despejes tus dudas. Agradecido la dirección: [ElTeje@publi.rec.com.ar](mailto:ElTeje@publi.rec.com.ar)

Originalmente *El Teje* iba a ser un libro, pero consideraron que “no estaba en la cultura de las travas leer”. Su directora Marlene Wayar la define como una “herramienta educativa”. Los temas en las tapas lo demuestran, con el magenta como protagonista y las letras grandes que llaman la atención. Aún hoy se buscan como tesoros los números del primer periódico trans de América Latina.

que aprendimos de las fábricas recuperadas: resistir es ocupar también, pero primero hay que sacar y ordenar. Y con lo que hay, hacer”.

Con la basura que habitaba el patio de la mítica Manzana de las Luces, las revistas culturales armaron su performance: hicieron un cartel que decía “El poder a la imaginación”. Acuña: “Era un lema interesante. Fue una ceremonia hecha sin un mango y con lo que había, que era basura. Y todo eso nos permitió hacer un encuentro precioso que además siempre tuvo ese espíritu de tener algo que nos hace bien; admirar gente que, con sus cuerpos, con sus palabras, con la imaginación, hace cosas preciosas. Y ese día festejamos el cumple de Marlene”.

Julia Pomiés, editora de *Kiné*, escucha el relato de Acuña y suma: “Estábamos empecinadas en ese patio roñoso, lleno de basura. Nos ofrecían otro lugar, otro salón, y nosotras ahí, en el baldío desangelado. Convertimos un lugar hostil en un lugar amoroso”.

En el lugar donde nació el periodismo, en el recinto con forma de semicírculo donde funcionó el primer Parlamento nacional, el primer Foro cerró con una asamblea en la que se eligió a las autoridades de ARECIA. Acuña conserva una foto de ese momento que describe así: “Presidía Marlene, yo estoy al lado y la secretaria de Actas es Mariela, de la revista *Clítoris*. A mí eso... nada, me divirtió más. Entonces, en la foto estamos todas muertas de risa, y todo el Foro es gracioso: claramente estamos fuera de lugar”.

38

## **Futuros arecianos posibles**

¿Para qué seguir haciendo revistas en una época marcada por la virtualidad? Acuña ofrece una brújula: “No existe la comunicación si no existe el otro, la otra. Es algo tan básico, pero hoy vas a una universidad, te

recibís, hacés posgrados, tesis y nunca te hablaron de eso. El comienzo es ese: preguntarte cómo va a ser el objeto y para quién escribo; me parece que son las dos preguntas que hoy debe hacerse un editor o editora. Estamos contaminados por una cultura en la que el mercado ocupó mucho espacio en nuestra formación. Estamos pensando las cosas mal. Si nosotros no vamos a ser *Clarín*, ¿por qué tengo que hacer el formato de *Viva*? Bueno, para mí son muy interesantes esas dos cosas concretas en el hacer y en el saber. Hay que volver a la intuición. Tenemos que volver a una forma de comunicación humana, y no vivir solo de la virtual”.

Wayar aconseja: “Siempre les digo a les chiques: ‘no trabajes para la industria’. Somos objeto de culto, vas a tener tu pequeño mercado. Si no, desangrarte para lograr subir a los otros sitios es como la crónica de una muerte anunciada, de una traición anunciada, de todo lo patético anunciado, porque te vas a tragar todo ese veneno. Y es hermoso el saberse hacedora, hacedor de arte, de cultura; y eso es para un mercado de culto. Tu revista va a ser un objeto de culto”.

“Todos los que hacemos medios culturales independientes en Argentina lo hacemos por una convicción, es como respirar para nosotros”, suma Udenio, de *Haciendo Cine*. ¿Por qué hacer revistas culturales independientes? “Porque no lo podríamos hacer de otra manera. Tampoco nos interesaba hacer otro tipo de medio, algo que no tuviera que ver con la cultura. Supongo que eso está en el ADN de cada uno de nosotros: hay un concepto muy fuerte en la idea de medio cultural independiente”.

Entre la mirada retrospectiva de su experiencia y la coyuntura de la pandemia, Acuña suma: “Hacen falta revistas todo el tiempo. Es un objeto precioso. No hay

nada que sea más hermoso que tener una revista en la mano, sentarte y leer. Extrañamos eso. Hace falta lo humano, tocar. En épocas donde no podíamos ni abrazarnos, tener la posibilidad de agarrar algo y leer era una manera de estar en contacto con toda la humanidad. Es un punto de encuentro. Creo que hacen falta revistas. Una revista que se llame *Coronavirus*, qué sé yo. Una revista que se llame *Virus*, *PCR*, *Hisopado*. Necesitamos reírnos de esta época, está faltando humor, erótica. Hay que escuchar a la época, tenemos que entender que el mundo nos necesita. Necesita a los pequeños, que nos volvemos enormes cuando el mundo necesita alternativas. Y este modelo está agotado. Es nuestra época. En vez de soñar ser grandes, soñemos ser muchos. Esa es la idea”.

## **De las revistas originarias**

**Haciendo Cine (1995).** Cuando nació ARECIA hacía 15 años que un grupo de estudiantes había lanzado *Haciendo Cine*, una publicación con un perfil distinto a otras revistas del rubro, menos volcada hacia las críticas de películas que centrada en la industria: de ahí su nombre. “Un medio que nos representara”, la define Pablo Udenio, uno de sus impulsores junto con Hernán Guerschuny y César Pucci. Fueron en total 25 años de editar en papel *HC*, hasta que en diciembre de 2020 sacaron de imprenta una última edición aniversario.

40

El proyecto continúa en la web como portal de noticias ([www.haciendocine.com.ar](http://www.haciendocine.com.ar)). Udenio dice que con el paso del tiempo, la base inicial de la revista (más teórica) se fue ampliando gracias a la diversidad de miradas de la gente “que fue colaborando” para la construcción de un perfil propio. En paralelo, *HC* abrió un espacio para múltiples actividades vinculadas con



Sofía Gala | Hoy partido a las 3 | Diego Lerman | Temporada de caza  
Valerian y la ciudad de los mil planetas | Raw | Un gallo para Esculapio  
La torre oscura

**HACIENDOCINE**  
CULTURA + INDUSTRIA

**JERRY LEWIS**  
Adiós al rey de  
la comedia

**IT**  
El regreso del payaso  
maldito

**MATÍAS PIÑEIRO**  
Shakespeare viaja  
a Nueva York

# El cine, según Martel

El esperado estreno de *Zama* provocó un encuentro cumbre entre Kleber Mendonça Filho, director de *Aquarius*, y Lucrecia Martel, exclusivo para *Haciendo Cine*.

FOTOGRAFÍA: ESTEBAN ARZUAGA / A33 ONE

SEPTIEMBRE 2017 | AÑO 22 | \$85  
#184  
HACIENDOCINE

Las y los protagonistas del cine, a tapa: en esta, la directora de *La Ciénaga*, Lucrecia Martel. Desde 1995 HC informa sobre la industria cinematográfica no solo con entrevistas sino con estadísticas, tendencias, avances tecnológicos, análisis del mercado... hasta tienen un Centro de Formación Profesional.

la actividad “fuera del papel” (han traído a directores como Álex de la Iglesia o Emir Kusturica, armaron concursos y talleres, programaron secciones en festivales de cine). Además, desde 2012 comenzaron a producir cine (*El crítico*, *Una noche de amor*, *Recreo*) y series (*Casi feliz*, *Amor de gallos*) con el sello HC Films.

**Lavaca/MU (2001).** Así como hay una generación hija del 2001, también hay publicaciones culturales que tienen ese sello. El caso de *MU* es representativo. Claudia Acuña, Diego Rosenberg y Judith Gociol debutaron con una agencia de noticias (de calle, sin redacción) en los días más calientes de aquel diciembre, registrando en una crónica el devenir de la represión y las muertes del 19 y el 20 en la ciudad de Buenos Aires. Esa crónica sin firma individual fue el lanzamiento de la agencia Lavaca y una declaración de principios sobre el periodismo que querían hacer.

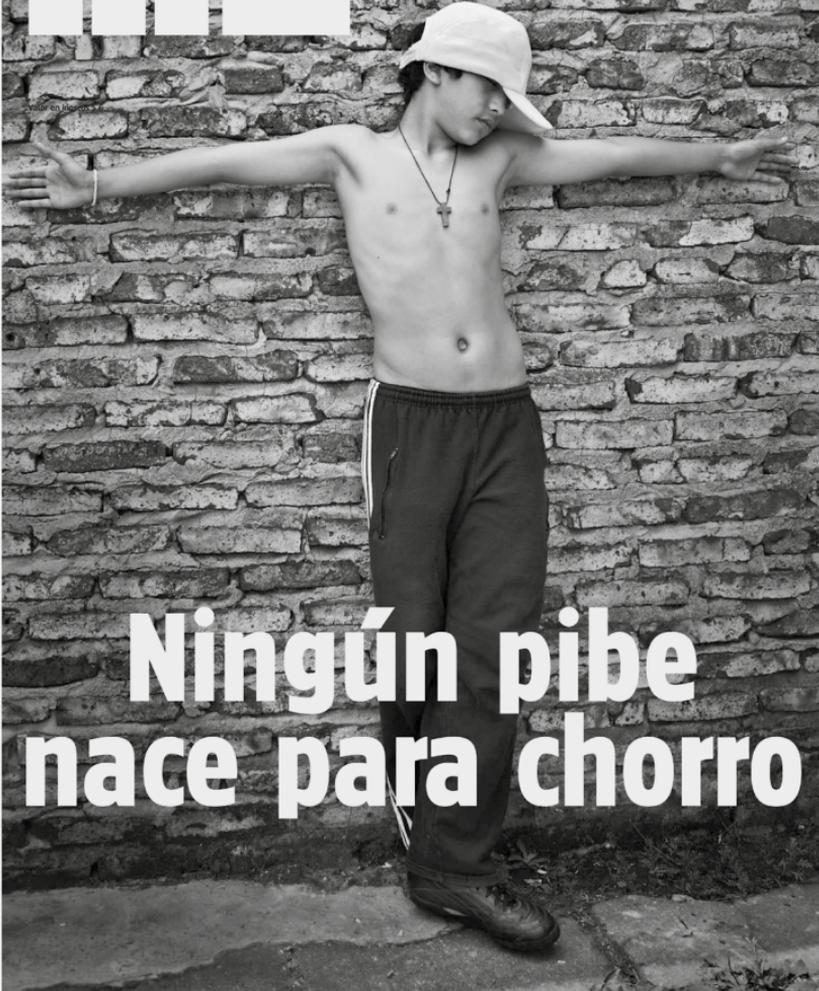
Con el tiempo conformaron una cooperativa de trabajo, armaron un espacio propio en Hipólito Yrigoyen 1440 (CABA) y echaron a andar varios proyectos, como la edición de libros y la formación de colegas a través de cursos, talleres y seminarios. En 2002 irrumpieron en el espacio virtual con su propia web ([www.lavaca.org](http://www.lavaca.org)) y dos años más tarde materializaron en papel su pasión por el periodismo y la comunicación: nació *MU*, una publicación de tirada mensual que todavía está en la calle.

42

Definir a Lavaca dos décadas después es señalar todas las aristas de una multiplataforma desde donde se piensan y gestan otros horizontes sociales posibles. La cooperativa tiene su propia UVA (Universidad de La Vaca), generadora de diplomados y cátedras de formación en Gestión de Medios Sociales de Comunicación, Periodismo Ambiental y Fotografía y Periodismo, entre otros.

**MU**

El periódico de la vida  
diciembre 2009 / año 47 número 31



# Ningún pibe nace para chorro

**Sumate a nuestra campaña contra la criminalización de la pobreza**

Diciembre de 2009. *MU* editaba esta tapa como portada de una campaña contra la criminalización de la pobreza que tenía como blanco policial, mediático y político a los pibes pobres. La campaña recorrió escuelas del conurbano con talleres y muestras artísticas. Finalizó en el Centro Cultural Borges: comunicación, arte y territorio.

Sostiene el sitio web y la revista impresa. Crea contenidos audiovisuales (radio, documentales, programas de tvé), edita libros (*Sin patrón, El fin del periodismo y otras buenas noticias, Ninguna mujer nace para puta, Argentina originaria, Agroecología. El futuro llegó*).

En su nueva casa porteña (Mu Trinchera Boutique, Riobamba 143) ofrecen shows artísticos, presentaciones de libros, obras de teatro y otras excusas de reunión social. La cooperativa se sigue expandiendo con una nueva generación de hijes que tomaron la posta de sus mapadres fundadores.

**El Teje (2010).** Entre las particularidades de *El Teje* hay que mencionar que fue el primer periódico trans de América Latina. Acuña destaca la fascinación que le produjo la publicación cuando la vio: “El objeto *El Teje* era precioso, me maravilló. La primera vez que lo vi me fasciné. En ese momento no había una revista así, ni de ese tamaño, ni ese brillo”.

Wayar: “Algo que le robamos a *MU* es la idea de que el producto no es el producto y nada más, sino que es un hecho social. Entonces todas las presentaciones se hacían con una puesta escénica de la hostia, en el teatro, con lo que fuese, con lo que teníamos y éramos. No era salir a los grandes sueños, sino soñar grande con lo propio, con lo que tenemos. En nuestro caso, la utilización de la puntilla, no perder de vista lo erótico que está en nuestra identidad, en el imaginario social. Transformarlo de otra manera. Trabajar con lo que se tiene, con lo pobre, con lo poco. Y que eso se vuelva una discusión social”.

Una de las discusiones iniciales, recuerda Wayar, fue sobre el público lector: ¿un periódico solo de nicho, para que leyeran las compañeras que trabajaban en la calle en Constitución o desde esa vereda interpelar al resto de la sociedad con una mirada disruptiva? Si bien *El Teje*

no sigue circulando como publicación en papel, habilitó otros imaginarios y otras posibilidades de ser en la población travesti-trans. Wayar dice que el impulso creativo que dio nacimiento a la revista sigue latente, a la espera de una nueva oportunidad de salir a la luz. Está claro que esta historia también continuará.



## La fuerza de los márgenes

Tres gestadas en el 2001 o bajo su impronta: *La Pulseada* de La Plata, *Al Margen* de Bariloche y *Barriletes* de Paraná, son mucho más que revistas. Las estrategias para enfrentar crisis: asociarse con otras y multiplicar los formatos. Y las historias propias y ajenas que siguen latiendo, con los ojos en el barrio y el barro en los pies.

Por Lucas Pedulla

Tres revistas culturales, tres organizaciones sociales, tres sueños.

Tres territorios.

Y un contexto histórico común: el 2001.

Si entendemos a las revistas culturales como nervios de su época, estructuras conductoras de impulsos que nacen de un sistema de deseo central, resulta crucial observar las condiciones que dieron lugar a ese tejido.

Podemos pensar que la pulsión que arroja una práctica específica a un terreno a priori arriesgado y vertiginoso como el de la comunicación autogestiva, responde a latidos situacionales, a intuiciones territoriales, o simplemente a locuras quijotescas contra monopolios

de viento... Quizá sea más preciso hablar de una sensibilidad de fuga a los modos dominantes del hacer.

Lo complejo, sin embargo, no es solamente el quiebre, la fisura, la grieta que no incomoda, porque por allí se filtra la luz. La gesta es la sostenibilidad de ese latido.

En estas páginas, en estas voces y en estos territorios, algunos de sus corazones:

- *La Pulseada*, en La Plata, 20 años de un pulso cada vez más firme.
- *Barriletes*, en Paraná, 20 años de sobrevolar cada vez más alto.
- *Al Margen*, en Bariloche, y 17 años de organización.

## **La autogestión al poder**

Cada año es un triunfo que habla un lenguaje y ejerce una práctica que marca antecedente. Ese lenguaje y esa práctica nos dicen de movimientos sociales, de manifestaciones, de marchas históricas, de obras, del hambre aún latente, de trabajo, de violencia policial, de potencia, de conflictos, de política, de economía, de saber, de poder decir, de poder hacer, de poder.

De poder.

Si nuestro paradigma de luchas y de resistencias mutó de una posición meramente antagónica a la capacidad de pensar nuevas formas de autogestión social del cuidado y de nuestros horizontes, lo que aquí sigue no debe entenderse como testimonio. Tampoco como la simple expresión de formas “alternativas” o “contrahegemónicas” de ejercer la comunicación, porque las agendas de esos territorios expresan las historias urgentes de nuestra época.

En el libro *El fin del periodismo y otras buenas noticias* (2005), Lavaca llamó “medios sociales de comunicación” a estas experiencias, hijas de un nuevo fenómeno social

que estaba transformando los cimientos de un sistema que había consagrado un capitalismo mediático a partir de un diseño definido: El Emisor – así de violento y en masculino– es el que manda.

Aquí, a la inversa, manda el tejido que estas revistas urdieron en cada escenario.

Año a año, esa luz se filtra y se agiganta cada vez más.

Lo que sigue, entonces, quizá sea un homenaje.

Y un aprendizaje sobre la inspiración constante de lo posible.

## **Cuando las cacerolas no alcanzan**

Año 2001. 400 organizaciones sociales, 4.000 kilómetros. Cientos de niñes.

El nacimiento de *La Pulseada* no puede entenderse sin la dimensión de un movimiento social que dejó una de las huellas de resistencia durante la peor crisis social, económica y política argentina. La Primera Marcha Nacional de los Chicos del Pueblo recorrió la distancia que separaba a La Quiaca con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para unirla con un reclamo urgente que hoy sigue siendo grito: “El hambre es un crimen”.

Uno de sus principales impulsores fue el cura Carlos Cajade, sacerdote de La Plata, con un largo recorrido de trabajo con jóvenes en situación de calle en la capital bonaerense. Hace casi cuatro décadas que su obra urde un profundo tejido para resguardar y garantizar los derechos de niñas, niños y adolescentes. Ese camino comenzó con el Hogar Convivencial ubicado en las afueras de La Plata, donde viven jóvenes de entre 8 y 20 años junto con educadores y, hasta su muerte en 2005, con el propio Cajade; y continúa con distintos emprendimientos sociales y productivos para brindar abrigo, alimento, atención médica y social, capacitación laboral y, sobre todo, ternura.

**NARCOTRÁFICO**

Los mitos en campaña

**SUNA ROCHA**

Cartas íntimas con Don Ata

#VENI A INSPIRARTÈ

## Entradas limitadas

Un pibe salta con su skate y otro improvisa un rap mientras se levanta un cerco de rejas alrededor del Teatro Argentino de La Plata. El gobernador Daniel Scioli invertirá más de cinco millones de pesos para encerrar al emblemático edificio y expulsar de sus veredas a quienes su gestión considera "inadaptados". El debate sobre las fronteras culturales y el uso del espacio público urbano.

Del sueño de Cajade a contar La Plata desde una perspectiva joven y rebelde. Con fotos, ilustraciones o collage, siempre las tapas fueron impresas a todo color y en papel ilustración. Calidad para ganarle la pulseada a los medios comerciales en los kioscos; cantidad de páginas para sentarse a leer y levantarse inspirado.

Cajade fue también quien en esa marcha histórica empezó a tejer un sueño junto a algunxs jóvenes periodistas que cubrieron el peregrinaje: una publicación gráfica. Es decir, una revista.

Dentro del Hogar funcionaba una imprenta manejada por jóvenes que habían sido capacitadxs en el rubro. El cura echó a rodar su sueño: convocó a periodistas de la escena platense y de la universidad en quienes confiaba, para que se hicieran cargo de la publicación que poco más tarde, en abril de 2002 y a todo color, salió a la calle. Nació *La Pulseada*.

“Es una locura”, escribió el cura en su editorial inaugural. “Sacar una revista en este momento es una locura. La advertencia la hicieron, con cariño, varios amigos. Locos. Una revista, porque necesitamos pensarnos como sociedad y porque, para construir una nueva política, las cacerolas no alcanzan. Y también porque debemos estar alertas: en las crisis, los autoritarismos buscan su oportunidad. Y también porque queremos reírnos y hablarles de la esperanza”.

El primer esquema de distribución de la revista se basó en articulaciones sociales: los vendedores pertenecían a movimientos sociales, bibliotecas populares, comedores comunitarios. Si la revista valía 2 pesos, con uno se quedaba el vendedor, 50 centavos iban destinados al Hogar Convivencial, y los otros 50 al equipo de la revista. Con los años, y no sin discusión, la publicación también comenzó a integrar los circuitos tradicionales de venta, es decir, los kioscos de diarios: “Uno de los primeros planteos fue que la revista no fuera un órgano de difusión del Hogar, sino que pudiera abordar periodísticamente los distintos temas que siempre confluían en la situación social y política”, explica Pablo Spinelli, integrante del Equipo de Dirección. “En ge-

neral la Obra no se nombra salvo en casos puntuales. Había un editorial de Carlos, pero era un contenido periodístico más. El vínculo comunicacional con la Obra era bastante limitado y siempre lo fue: siempre hubo mucha autonomía”.

Francisco Martínez es su compañero en la dirección, junto a María Soledad Vampa, y cuenta: “El cura tenía la idea de que había que dar la batalla comunicacional. Con el tema de la niñez, puntualmente, teníamos que tener nuestros propios medios. Los medios masivos estigmatizaban desde la edad de imputabilidad hasta la situación de calle: la mirada era siempre estigmatizante o eran considerados un problema. La idea de la revista fue por ahí: no solo la voz de los chicos del pueblo, sino de poder dar esa pelea”.

La importancia de tener voz propia frente a los medios monopólicos *El Día* y *Hoy* era un eje en el que insistía Cajade. El editor Carlos Gassmann recuerda una anécdota: “En momentos críticos y difíciles que pasamos, pensábamos: ‘¿vamos a seguir poniendo plata en una revista cuando no hay pañales para la casa de bebés?’ Cajade nos decía: ‘Ustedes no entienden nada. La obra ofrece un salvavidas, pero la revista es para parar la inundación’. Tenía una visión de largo plazo”.

52 La revista comenzó a marcar agenda; las infancias empezaron a estar en tapa. También la desnutrición: chicos con bajo peso en los barrios que no eran parte de ningún abordaje periodístico en La Plata ni en el resto del país.

Otra de las coberturas emblemáticas de *La Pulseada* fue la que reveló la trama oficial detrás de la minimización y el ocultamiento de las muertes en las inundaciones de La Plata, ocurridas el 2 y 3 de abril de 2013. La cobertura superó con creces la edición impresa – con

un seguimiento casi diario en el portal web– y luego la investigación dio lugar a un libro, *2A. El naufragio de La Plata*, de Josefina López Mac Kenzie y Martín Soler, que reconstruyó la inacción política tras la tragedia. Martínez: “Allí develan el tema con profundidad: el telón de fondo era el vacío y la baja calidad en los medios comerciales. *La Pulseada* investigó con seriedad y profundidad”.

La revista sumó edición web y hasta un programa de radio. “Nadie, ni siquiera nosotros, pensaba que esto pudiera durar 20 años”, confiesa Gassmann. Y completa Martínez: “La revista siempre se levantó de todas las crisis: las políticas, las financieras, la muerte de Cajade, los cambios de gobierno, el macrismo, la pandemia. La pertenencia a ARECIA tiene que ver con esa sostenibilidad: desde la posibilidad de negociar publicidad de manera colectiva hasta el trabajo mancomunado. El trabajo no es en soledad: nos sentimos parte de un colectivo. Eso te da una proyección, porque hay espalda”.

## **De la comunicación a la organización**

*Al Margen*, al principio, fue una revista.

Alejandro Palmas y Sebastián Carapezza se reencontran en Bariloche, provincia de Río Negro, en 2003, luego de haber sido compañeros en la carrera de Comunicación en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, oeste del conurbano bonaerense. Al instante nació el deseo de sintetizar el trabajo que estaban desarrollando en el campo de la infancia en hogares convivenciales con armar un medio de comunicación desde la impronta de un suceso que en Buenos Aires los había marcado a fuego: el 2001.

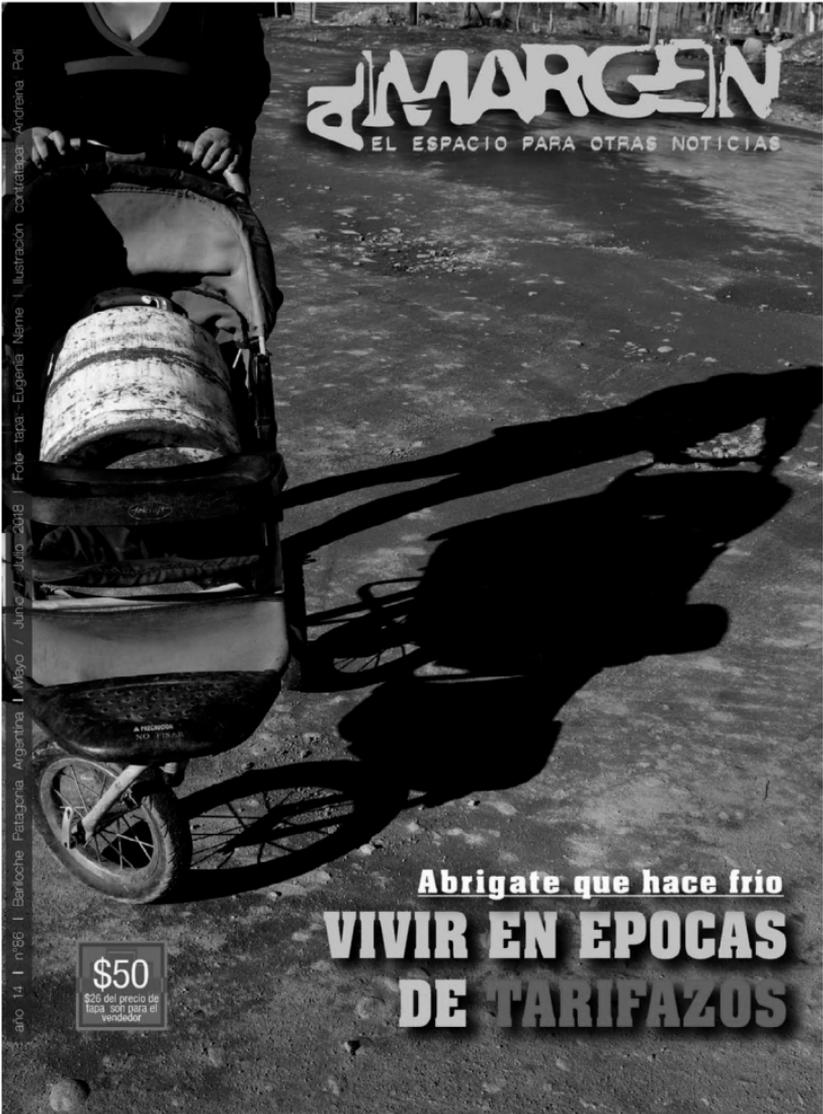
La propuesta de pensar de forma articulada el trabajo social con el periodismo los llevó a caminar a la par de

las organizaciones sociales en Bariloche. Palmas destaca a una de ellas, llamada Grupo Encuentro, que le inspiró el trabajo con jóvenes. Así se contactaron con chicos y chicas para que pudieran vender la revista como una forma de trabajo.

El número 0 ya estaba en marcha y salió finalmente en 2004. “Nos llevó a articular con otras organizaciones y teníamos la inquietud de hacer comunicación comunitaria y que los pibes y las pibas hicieran los contenidos”, cuenta Palmas. La salida de la revista involucró a decenas de jóvenes en la distribución en la ciudad, quienes se quedaban con un porcentaje del precio de tapa. “Hay mucha violencia institucional en Bariloche, y en ese momento era peor que ahora: a los pibes no los dejaban bajar del Alto al centro y teníamos que acompañarlos a vender la revista por la calles, para que no se los llevaran presos”.

Estas experiencias fueron forjando la organización social también hacia adentro. A los talleres de radio, fotografía y video les siguió el planteo de que era necesario pensar una organización que contuviera todos esos proyectos. Nacían la Cooperativa de construcción llamada LABURAR (Ligados A Buenas Utopías Resistimos A Resignarnos) y la cooperativa Kata Wain Newen (“Vamos a trabajar con fuerza”), encargada, junto a otras organizaciones, del Estacionamiento Medido y Solidario en Bariloche. Ambas surgieron por propuestas de los jóvenes bajo el cuidado de la Asociación Civil Colectivo Al Margen, que nació en 2009 como una manera de dar un respaldo formal y jurídico a la organización.

Lo último que cooperativizaron fue el Equipo de Comunicación que hace la revista. “El proyecto de comunicación fue lo que nos llevó a la organización, y fija-



Bariloche mirada desde El Alto: el frío, la desigualdad, la pobreza, lo mapuche, versus las noticias edulcoradas de la ciudad turística. Del trabajo territorial a la realidad hecha tapa, de 2004 a 2020. Tras 94 números impresos, ahora sigue de manera digital.

te que fue lo último que se cooperativizó”, reflexiona Palmas. “El formato que nos dimos fue pensar herramientas descentralizadas. Cada vez que se generaba un nuevo espacio le metíamos la impronta y la lógica de la organización, haciendo una transferencia a nuevos compañeros que se iban sumando. Y a medida que maduraban se iban autonomizando o descentralizando. La impronta nos llevó a multiplicar la experiencia de la organización madre en nuevos grupos, y así funcionamos súper bien. Todo fue pura praxis”.

Otro proyecto fundamental es El Semillero, histórico espacio de formación donde adolescentes y jóvenes hacen talleres de oficios (carpintería y panadería). Funciona en el centro barrial de Al Margen, Vientos de Libertad, que también es parte del Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), en el barrio Nahuel Hue, al sur de la ciudad de Bariloche. El equipo calcula que, entre todos los emprendimientos, el trabajo territorial de la organización llega a más de 500 personas de forma directa.

“*Al Margen* fue muy disruptiva”, apunta Palmas. “Desde el propio nombre, incluso: esta noción de percibirnos al margen de los medios comerciales y hegemónicos. Empezamos a laburar como temáticas algunas notas emblemáticas. Mucho violencia institucional: el diario que más vendía era *El cordillerano* que hacía tapa con los policiales en sentido contrario al nuestro. Los conflictos por la megaminería los trabajamos desde el número uno. La incipiente organización de recicladoras. Empezamos a mostrar la cara de Bariloche que no mostraba nadie: los comedores y las ollas populares en la ciudad del chocolate. Hoy los medios comerciales nos roban agenda. Nos hizo ganar mucha legitimidad social, con un relato que no existía, y con los pibes vendiendo en la calle”.

La revista sumó en 2014 su edición web y un año después el programa semanal *33 de mano*, que sale por Radio Nacional Bariloche en sus dos frecuencias y es repetido por 13 radios comunitarias de la Patagonia a través de la Red Enfoques. En 2020, con la pandemia, dejaron de imprimir la revista y desde el número 95 ya es enteramente digital. Hasta ahora, no han vuelto a imprimir por lo elevado de los costos.

Mariela Martínez empezó enviando una carta al correo de lectores y desde entonces participa de la revista. Hoy es una de sus coordinadoras generales y en 2021 fue elegida presidenta de AReCIA. “La experiencia de *Al Margen* resalta que es posible construir otras agendas a la vez que disputás las agendas mediáticas hegemónicas”, piensa, y propone: “Para eso es fundamental aprender y animarse a gestionar tu propio medio, que es lo que nos sostiene. Es clave destacar la importancia que tienen las redes de medios de comunicación cooperativos para poder ganar fuerza y abrir un espacio para romper ese gran cerco. Es un trabajo importante, sobre todo cuando estamos en el lugar donde ocurren los hechos, contando la historia desde sus protagonistas”.

## **El deseo que remonta el cielo**

En su tesis de grado, Verónica Nardin se hizo una pregunta clave: ¿qué es lo que alimenta un medio de comunicación? En la búsqueda de esa respuesta encontró un viejo volante maltratado por el tiempo con la leyenda “Un ladrillo para Cristian”. Se trataba de una campaña que organizó la comunidad de Paraná, Entre Ríos, para conseguir materiales para que ese joven, que vivía en la Casa Hogar “Chicos de la Calle”, pudiera tener un techo propio. Ese volante era la evidencia de un colectivo de

personas cuyo vínculo fue el motivo que le dio pulso y vida a la revista *Barriletes*.

Era agosto de 2001. Faltaban todavía algunos meses para el estallido, pero las movilizaciones y las asambleas ya se vivían en la ciudad. En una de ellas, y cuando llevaban tres meses sin cobrar el sueldo, Juan Casis sacó cuentas de lo que costaría poner en marcha ese sueño. Conocían la experiencia de *La Luciérnaga*, fundada en Córdoba en 1995, la primera revista solidaria argentina cuya distribución y parte del proceso editorial era asumida por jóvenes en situación de calle. La aparición de *Barriletes* convocó entonces a vendedorxs, trabajadorxs, profesionales y estudiantes, y el equipo entendió que era necesario formalizar ese ímpetu en una asociación civil.

Hoy la historia ya la está contando otra generación: Kaia Edling es una de las coordinadoras y cuando salió el primer número tenía 10 años. “Me quedé impresionada cuando empezamos a hacer la edición de los 20 años, viendo las fotos: miles de personas en la costanera. *Barriletes* siempre fue un símbolo. Entonces no existían los planes sociales y esto significó una posibilidad de trabajo para cualquier persona. Y funcionó bien”.

El primer local de la asociación era una habitación pequeña en una vieja casona a la que rápidamente le conquistaron el patio para hacer encuentros y talleres. Allí pensaban, imprimían y distribuían hasta 6 mil revistas todos los meses, excepto en enero de 2002, cuando se produjo un hecho que refleja la importancia de estas publicaciones: el equipo coordinador se había tomado vacaciones, pero empezaron a llegar vendedores a buscar la revista. Pese a que *Barriletes* luego se sumó al circuito de distribución tradicional y, como todo el sector gráfico, también disminuyó la cantidad de ejemplares, hoy el esquema de venta continúa. Eduardo tiene 52

# BARRILETES

187

ABRIL 2017

REVISTA BARRILETES PRECIO DE TAPA: \$35 (\$22 PARA EL/LA VENDEDOR/A)



NOTA DE TAPA

PAG 6ho

**Luchar o dejar de existir**

► [www.revistabarriletesparana.blogspot.com.ar](http://www.revistabarriletesparana.blogspot.com.ar)

15 años

REMENDANDO  
UNA OPORTUNIDAD

Las tapas de *Barriletes* en su mayoría son ilustradas y/o con técnica de collage. Pinceladas de arte para darle ternura y cultura a reivindicaciones sociales, de Paraná a toda la región. Algunas pocas palabras, abajo de todo, orientan sobre el interior: historias contadas desde la calle y el tejido social de la Asociación Civil.

años y se sumó hace tres: “Mi vida empezó a los 7 años de canillita. La gráfica y el papel son muy importantes para mí: son de lo que siempre trabajé”. Hoy vende 28 revistas fijas.

En 20 años *Barriletes* creció: hoy es también una radio, una biblioteca, una editorial, un espacio cultural, un portal de noticias y una red que se teje con diferentes movimientos. Kaia: “Dentro de Paraná la gente apuesta a bancar *Barriletes* porque también se entiende como un espacio que está abierto a que las cosas pasen: si venís con una idea, el espacio está. Proponés un taller, pensamos los días y cuál es la mejor manera de sostenerlo. Es parte de las políticas e ideas de esta organización que tiene que ver con la responsabilidad del estar”.

La radio tiene una frecuencia propia (Radio Barriletes, FM 89.3), y así como la revista integra AReCIA, la emisora es parte del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) y la Red Entrerriana de Radios Comunitarias (RERCO). Producen dos programas propios (*Barrio adentro* y *Tardecitas en el barrio*) y un informativo que sale todas las semanas. “Muchos laburamos en radios institucionales y académicas y sabemos que la libertad en nuestros espacios está garantizada para poder ejercer la comunicación desde un lugar crítico, no como el periodismo *mainstream*”, dice Kaia. Stefanía agrega: “Además de los lineamientos de base que nos convocan, tiene que ver el deseo: hacemos lo que hacemos y decimos lo que decimos porque nos mueve esa fuerza”.

60

Kaia y Stefanía reflejan así ese presente, con historias de las barriadas, las músicas y las creaciones de artistas de los barrios paranaenses, que siguen remontando el cielo: “Barriletes es la experiencia de comunicación comunitaria, tanto en radio como en revista, más sólida en el territorio, de un acceso muy sencillo. Es un espa-

cio de construir comunicación desde otro lugar, donde hablamos de un nosotros bien representativo. Desde ahí podemos escuchar todas las posturas que nos conviven”.

Ambas, de otra generación, continúan remontando el proyecto aún más alto: “Nos sigue convocando esa historia. Por más que el 2001 lo vivimos lejano, hay muchas cosas que lastimosamente siguen sucediendo y nos siguen convocando a hacer algo, a habilitar otros espacios para que sean posibles otras formas de vivir, de construir comunidad, de ser vecinos y vecinas. No dejamos de ser quienes viven en Paraná, en los barrios en los que producimos, con la idea de que cada territorio o espacio hable con su propia gente. Es parte de entender las problemáticas y las alegrías que vivimos”.

## **La espalda en la crisis**

Otra vez, lo común: ese nervio, ese camino, ese latido presente.

Para Mariela Martínez, el eje está en el sentido popular o comunitario de la comunicación: “Los proyectos comunicacionales nos juntan: muchas veces son la excusa. Es lo que nos pasó a nosotrxs: quienes fundaron la revista venían de la comunicación, el periodismo, la fotografía, pero vieron en la revista una herramienta para hacer una movida que trascendiera la publicación en sí, contactarse con vendedores, conocer su realidad social. El 2001 mostró que era necesario acompañar y difundir otras voces, pero sobre todo, otras propuestas populares”.

En esa perspectiva, Francisco Martínez piensa que ya en los noventa había una insatisfacción sobre cómo se comunicaba la realidad: “El nacimiento de *La Pulseada* coincide con la crisis de 2001 pero ya se venía gestando una idea de comunicación diferente. En La

Plata sucedía que había una necesidad de profundizar en otros temas”.

Para Kaia ese ideal de comunicación significa la posibilidad de renovarse: “De hacer del ejercicio de la comunicación un concepto: un presente que está en permanente cambio y desarrollo. Esa es nuestra historia. *Barriletes* nace como una publicación que no era pensada como medio de comunicación sino como una herramienta para poder parar la olla diaria en un contexto muy horrible. Ese fue el inicio y aún hoy cuesta desprenderse de esa referencia: mucha gente compra la revista y no la lee. En la radio la identidad del medio está mucho más clara. Pero todos esos cambios responden a las personas que fueron integrando *Barriletes*. Y eso es también la posibilidad de poder hacerlo”.

Coinciden en que esa sostenibilidad en el tiempo no es solamente económica, sino también territorial. Kaia: “La revista se ha asentado en la lógica paranaense y ha contado esa ciudad a través de sus páginas y artículos con las personas que la hicieron”.

Mariela destaca ese anclaje como la característica de estos proyectos: “En nuestro caso el trabajo en territorio nació con la juventud y la infancia, desde ahí crece como organización social y el medio va reflejando ese proceso. A partir de ese trabajo te nucleás con otras organizaciones: estos medios no son un diario de noticias dedicándose a la agenda informativa tradicional, sino que pretenden ser el reflejo de lo que se trabaja en la comunidad. Eso te da sostenibilidad en el tiempo, porque mostrás lo que se va profundizando en el territorio y ese trabajo fundamental es el que se prolonga en el tiempo y hace crecer a la organización”.

Empezaron con crisis y atravesaron otras: macrismo, pandemia, cierre de medios comerciales y despidos de

miles de trabajadoras y trabajadores de prensa. Pero los proyectos crecieron y se afianzaron: ¿qué aprendizajes hay en esta práctica?

Mariela: “Cuando atravesás varias crisis y seguís en pie la fortaleza que nace de ahí es grande y eso se logra porque hay trabajo en equipo, colaborativo. Ahí tenemos que tener en cuenta el trabajo que se hace en territorio. Al entender la comunicación como un derecho tenemos la fortaleza de poder atravesar las crisis porque no dependemos de vender lo que hacemos en el mercado de la información. Tenemos otra cintura y eso nos lleva a atravesar las crisis con la ayuda de esa misma comunidad. Nos pasó que cuando más crecimos económicamente fue en pandemia porque pedimos a la comunidad que se hiciera socia: fue la primera vez que tuvimos ingresos estables mensuales más allá de cualquier pauta oficial. Eso es parte de la gente que nos lee. Y es lo que confirma que este tipo de proyectos puede superar crisis políticas y económicas”.

Kaia: “Hace 15 años vienen anunciando el fin del papel. Pensemos por un momento que eso pueda pasar: *Barriletes* va a seguir existiendo. Quizá tenga que cambiar la forma, hoy los vendedores siguen teniendo la revista como herramienta de trabajo. Crisis va a haber siempre: no se puede esperar que no haya que enfrentarse continuamente a nuevos desafíos”.

¿Qué hace falta entonces? Kaia afirma: “El proyecto, la necesidad y el equipo”. Se queda pensando y agrega: “Y ponerle ingenio”.

Se siente: el nervio sigue ahí, latiendo su época.



## El tren de la autogestión

Paridas en el Gran Buenos Aires, del oeste al sur, fueron columna vertebral de AReCIA. De las universidades al proyecto propio, crearon una manera de mirar y de editar sin moldes ni clichés. Crónica de tres viajes, y sus paradas obligadas.

Por Lucas Pedulla

La autogestión, también, es un viaje.

Una mochila que se carga al hombro, un salto de molinete, un vagón incómodo.

La mirada en la ventana mientras se dibuja, allí afuera, el margen.

En este capítulo proponemos subirnos a un tren que cruza tres bordes que no configuran un centro social, cultural, geográfico y, por ende, periodístico.

Precisamente por eso estamos allí: es donde más nos interesa pararnos para ver y escuchar qué se puso en funcionamiento en tres experiencias que nutrieron AReCIA de otras miradas, de otros apoyos, de otros empujes, y de una fuerza que es motor de organización.

Una aclaración antes de partir: son tres revistas que hoy no se siguen editando, pero sus producciones están ahí, fuentes de consulta y estudio, como una huella imposible de borrar.

*NaN*: una universidad conurbana, un blog, amigos y amigas que pegan el salto, ganan un concurso, editan 21 números inolvidables, y un proyecto transmedia único.

*Andén*: de Chascomús a los pasillos de Filosofía y Letras, para romper formatos y clichés.

*Güarnin*: un signo de alerta sobre la realidad cultural y social del oeste bonaerense, desde el background de una FM comunitaria histórica.

Sus integrantes también siguen allí bajo otras formas, otros proyectos, otros deseos, otras revistas, pero continuando una idea, un deseo, una mirada.

Un gerundio: seguir haciendo.

Bienvenidos al tren.

## **Primera estación: la escuela**

*NaN* nace como un blog periodístico hacia fines de 2006. Eran amigos y amigas que se habían conocido mientras cursaban la Licenciatura en Comunicación Social y en Periodismo en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ). El nombre era por el alias *Nantuko* que utilizaba el periodista Luis Paz, que dio vida al blog, pero luego pensaron darle otro sentido: *Novedades sobre las Artes Nuestras*, un sitio por el que circulaba una nutrida agenda cultural de la zona sur del conurbano bonaerense, a la que luego sumaron La Plata, por la incorporación de compañeras oriundas de allí, ya que en ese territorio se estaba montando la escena indie más fuerte de ese entonces. El formato era de agencia periodística, con un servicio semanal de reseñas, coberturas y entrevistas.



Güernin fue un pilar de la construcción de AReCIA, como lo fue su FM En Tránsito para la comunicación radial comunitaria. Desde Oeste al mundo, aire y revista en papel para agitar la actualidad: en esta tapa de junio de 2015, una muestra de su agenda.

Como muchas de las revistas culturales, también fue escuela. “Esos primeros años fueron importantes en la formación periodística de quienes integrábamos el grupo”, dice Nahuel Lag, periodista y editor, expresidente de AReCIA. “Fue un espacio para implementar lógicas distintas a las que íbamos a ver en las redacciones”, agrega Ailín Bullentini, periodista y editora. Como pasos previos, Nahuel y Ailín destacan su participación en AUNO, la agencia universitaria de noticias de la UNLZ, cuya experiencia llevaron al sitio en nacimiento: “Teníamos una lógica de editarnos entre todos, nos rotábamos la edición entre los que escribíamos. Debatíamos las notas en reuniones de sumario, algo que hoy las redacciones, por precarización o bajada de línea, ya no hacen”.

En 2010 el esquema cambia: resultaron ganadores del Concurso de Revistas Culturales “Abelardo Castillo”, de la entonces Secretaría de Cultura de la Nación, que les permitió apostar a la edición impresa. El premio cubrió cuatro ediciones. Ailín: “El concurso cambia la jugada y la perspectiva de lo que fue el medio. Ya teníamos una gimnasia de encontrarnos, de pensarnos, y con la revista en papel nos vimos obligados a pensar contenidos que abarcaran más a la zona metropolitana, con temas más generales que aquellos de los primeros años del blog, que eran exclusivamente conurbanos, muy de zona sur”.

68 La revista era bimensual, a color, y con un abanico de temas enorme: por esas tapas se ve a Washington Cucurto, Karen Pastrana, Martín Piroyansky, Miss Bolivia, Pablo Lezcano, Sara Hebe, Gabo Ferro, Santiago Motorizado, entre otros, además de los temas sociales que cruzan cada edición. La revista continuó durante 21 números hasta 2016 (fue bimestral primero, trimestral después), y luego siguió con la edición di-

gital, que tomó el formato de revista a través de sus diversas secciones con un diseño moderno. El colectivo se despidió con un golazo: el proyecto transmedia Papelitos, junto a Memoria Abierta, que reconstruyó 78 historias cuando se cumplieron 40 años del Mundial 78, realizado en plena dictadura.

Nahuel: “Meses después de que el concurso terminó salimos con una perspectiva más gremial de la situación de la autogestión. Nos reconocimos como un sector cultural, desde una posibilidad de ejercer el periodismo y exigir recursos y políticas públicas para ese tipo de periodismo. Aún estamos luchando, pero ARECIA fue un espacio de formación para poder ver un horizonte de un medio de comunicación establecido, peleando por políticas públicas para poder ser muchas más”. No es solo discurso: Ailín y Nahuel fueron parte activa de ARECIA hasta el final del proyecto periodístico. Hoy Nahuel volvió a incorporarse a la Asociación, desde su rol de editor en la agencia de noticias Tierra Viva.

## **Segunda estación: romper el cliché**

*Andén* nació en diciembre de 2008 también por fuera de los bordes, en Chascomús, pero el semillero se dio en los pasillos de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA. Su lema: “Parada obligada en la comprensión de la realidad”. Gustavo Zanella, uno de los coeditores, recuerda hoy: “Nació como un pasquín de amigos. Nadie hacía periodismo ni comunicación, era gente que venía de un palo totalmente distinto y de repente se largó a escribir, a diagramar, a editar, con todo lo que eso conlleva. Los primeros números eran un asco, pero en 2011 ganamos una mención en el Fondo Nacional de las Artes. Eran 800 pesos: con esa plata nos hicimos un asado”.

# NaN

# 15

AÑO 3  
NOVIEMBRE  
DICIEMBRE 2013  
AÑO 515

NOVEDADES SOBRE LAS ARTES NUESTRAS

ROSARIO NARCO

*Historias desde el  
núcleo de los barrios*

POL NADA

*Entre la música  
y la poesía*

## MARTÍN PIROYANSKY

DIRECTOR. GUIONISTA. ACTOR. UN ANTIGALÁN.

© TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. SE VINCULA AL PRECIO DE UNA ACTUAL.

Mucho antes que los “descubrieran” los “grandes medios”, NaN hacía tapa a artistas que se las traían y demostraban que iban para largo. Su mirada agudizaba el análisis de las dicotomías del mainstream y el under, con un tono descaradamente poético y político.

Cuando fueron a cobrar el dinero, alguien les sugirió incorporarse a AReCIA. “Empezamos a participar, a aprender, y una vez precisamente Ailín nos hace una nota en una sección de *NaN* que hablaba de revistas culturales. Ella notó algo: descubrimos nuestra identidad de revista cultural en AReCIA. Porque, en verdad, no nos habíamos pensado como revista cultural. Era demasiado volado para lo que hacíamos. Pero nos hicimos gracias a AReCIA: no fue la causante, pero le dio entidad a lo que hacíamos”.

El equipo se componía de historietistas, correctores, diagramadores y colaboradores, y en cada edición lanzaban una convocatoria para quien quisiera escribir sobre el tema que tocaban en la edición. “Era absolutamente descentralizado. Recibíamos artículos de gente a la que nunca en la vida vimos: el que hacía las tapas laboró diez años y yo lo vi dos veces”. Las tapas atravesaban la estética del collage y traían temas para pensar y detenerse: la niñez, las militancias, la moda, la alimentación, la basura, los esoterismos, Internet, los mitos.

Con esos tópicos tiraban 5.000 ejemplares y los distribuían de forma gratuita en la facultad, en el subte, en kioscos. “Como arrancamos abordando el conflicto con el campo, el impulso era que si *Clarín* decía verde, nosotros decíamos rojo. Íbamos corriendo tras la agenda de los otros. Un día nos aburrimos, porque era inconsecuente. Nuestra lógica era tratar temas que no estuvieran en otro lado: hubo un número en el que hablamos de la muerte, por ejemplo. Eran temas que les permitían a estudiantes de la academia entrar en otra lógica. No sé si había un eco territorial, pero sí una necesidad y una búsqueda de desmarcarse del cliché académico”.

### **Tercera estación: desde el agite**

De Palo Pandolfo y Rocambole a la desaparición forzada de Luciano Arruga y casos de gatillo fácil, las tapas de la *Güarnin* eran un llamado de atención en los kioscos de revistas de los andenes del tren Sarmiento, en el oeste del conurbano bonaerense. Nació en 2004, por decisión de la Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social, la misma que desde 1987 gestiona la radio comunitaria FM En Tránsito en el municipio de Morón. “La radio había nacido con una publicación gráfica, *La calle*, que duró un año y dejó de salir”, cuenta Inés Markevich, exsocio de la cooperativa y entonces directora de *Güarnin*. “Había socios que habían estado en *La calle* y también en la fundación de *Güarnin*. Es decir, tenían ese antecedente. Y la línea editorial era profundizar lo que se gestaba en la radio, pero convocando a fotógrafos, escritores y diseñadores, un rubro que la radio no tenía”.

La temática de cada edición tenía un fuerte contenido local, desde el arte hasta lo social. “Sacábamos en tapa a las bandas locales, pero también temas transversales como el aborto, la ley de medios, la marihuana. Hoy es otra la historia, pero en aquellos momentos era bastante disruptivo. Hablábamos horas y horas en la redacción de cómo íbamos a tratar esos temas en 12 páginas, y eso le daba una identidad porque te llevaba a pensar una palabra mucho más que lo que podías decir en 24 horas de radio. Otra discusión fue el lenguaje inclusivo: empezamos a salir con la X, con una aclaración en el staff. Hoy a la distancia no parece tanto, pero en ese momento fue hasta una discusión interna sostenerlo. De afuera nos decían que no se podía leer, pero la decisión colectiva fue hacerlo: el fruto de trabajar y de discutir tanto es que fortalece la identidad”.

También fue un espacio de formación: “Todos terminábamos aprendiendo mucho en la experiencia misma. Por la *Güarnin* pasó muchísima gente y era un espacio que la vinculaba por primera vez a la cooperativa. Había veinteañeros, treintañeros, cuarentones: esa intergeneracionalidad enriqueció un montón. Todas las semanas hacíamos reuniones de sumario general para plantear los temas de forma colectiva. Había una estructura con roles de dirección y de edición, pero que no determinaban los temas”.

La revista también se distribuía por la voluntad de compañeros y compañeras que recorrían las estaciones del Sarmiento y los kioscos de sus alrededores. “Por las temáticas que teníamos, en Merlo, donde gobernaba Raúl Othacehé (intendente entre 1991 y 2015, con innumerables denuncias por amenazas, patoteadas y violaciones a los derechos humanos), nos la sacaron. Éramos de los pocos que denunciábamos y nos animábamos”.

Además distribuían en casas de suscriptores, en festivales y radios abiertas, y a la fiesta anual de la radio sumaron la de la revista. Laura Yanella, integrante de la cooperativa: “La distribución fue uno de los principales temas que se planteaban en los foros de AReCIA. Fuimos a fondo pero no era fácil entrar en ese circuito. La *Güarnin* tampoco buscó ser comercial. Valía 2 pesos y así se sostuvo mucho tiempo”. Inés remarca: “Después nos pusimos al día, pero tampoco era el fin. Al principio no cobrábamos, pero después consideramos que, al menos, tenía que cubrir los viáticos. Queríamos darle bola a que no fuera un pasquín de amigos y verle más la veta laboral, de un proyecto que se pueda sostener”.



## Cuarta estación: la mirada del margen

En los comienzos de *NaN* el foco estaba puesto sobre la escena local del sur del conurbano. Luego, cuando la revista ya adquirió un formato impreso y su distribución (mochila al hombro) llegaba a los kioscos de la ciudad de Buenos Aires, la idea mutó a cubrir las páginas de la edición con voces que no estaban en la agenda *mainstream*. Ailín: “Nacimos en 2006 pero crecimos con la grieta, por lo que buscábamos voces que aportaran otras miradas. Creo que esa fue la identidad que *NaN* sostuvo más tiempo: a veces son voces que provienen del conurbano, otras son de otro lado pero que claramente están en un margen de la agenda informativa, no están en el centro. Esa fue la visión, más que una identidad territorial de Lomas de Zamora, de Banfield o de Lanús”.

De todos modos, ¿influye la mirada que no nace del centro? “Total. Somos de acá. Sufrimos, entre comillas, lo porteño. Siempre fuimos el campo. Nos costaba incluso cuando hacíamos festivales. Las fiestas mensuales eran una forma de sostenernos y la mayoría las hicimos en un lugar muy chiquito en Temperley, pero pensaban que tenían que venir a caballo. Siempre nos preguntaban cómo se volvían: y, hermano, como me vuelvo yo”.

Nahuel coincide: “Incluso desde la formación universitaria. La formación académica es casi siempre la UBA, y si lo que hacés no tiene ese sello es porque no pudiste llegar hasta ahí. La revista no era un producto precisamente del conurbano, pero sin duda que lo conurbano lo nutre. Es difícil hablar de una forma conurbana porque parte de la cultura del conurbano es estar mezclado con lo de Capital, algo retroa-

limentado, pero sí es hablar desde los márgenes: no uno, sino dónde ponés mirada y las voces que vas a buscar. Prestás atención a la diversidad de las voces y las expresiones culturales que van emergiendo, así como las problemáticas que son de los márgenes: pobreza, violencia institucional. Al habitar el conurbano, eso lo llevamos impreso y, sin dudas, marca la revista. Sobre todo porque fue una revista de jóvenes y pusimos sus voces, que son marginales para lo que es el centro. Incluso el centro periodístico: no hablábamos de la música que sonaban en las radios. También con las luchas sociales. Ahí se ve la forma de imprimir el conurbano en la revista”.

Por su parte, *Güarnin* también cultivaba esa mirada. Inés: “Nuestro eslogan era ‘Porque no todxs pensamos lo mismo’. Siempre estuvo el pulso de buscar otra mirada a los temas comunes”. Laura comparte: “Lo conurbano en lo editorial, como es parte de la cooperativa, está siempre. Nunca se duda porque la mirada está puesta en lo que pasa alrededor. El proyecto siempre fue ese y no hubo muchas otras revistas que contaran lo que pasa en el Oeste. Eso salía natural de todos los que somos parte. Además, pensar lo conurbano es tan difícil, porque esa identidad es ecléctica, hay muchas identidades. Pero sí, como objetivo, lo que queremos es que la gente que vive en el conurbano disfrute en el conurbano, para romper la mirada impuesta de que todo pasa en la ciudad. Siempre van a surgir artistas que quieren participar y estar, y eso es un gran valor que se refleja en la revista. Es un territorio tan vivo y con tantas movidas que no necesitás poner la mirada en otro lado”.

## Quinta estación: el Estado

El concurso de revistas culturales posibilitó la edición gráfica de *NaN*; la redacción de *Güarnin* se pudo construir gracias a un proyecto presentado en el programa Manos a la Obra del Ministerio de Desarrollo Social; la pauta compensatoria, convenio entre ARECIA y el Estado para distribuir unas migajas de pauta oficial en tiempos de ausencia de políticas públicas, permitió una mínima espalda financiera para publicaciones como *Andén*. ¿Cómo se entreteje esa relación entre el periodismo autogestivo y el Estado?

Piensa Nahuel: “En ARECIA nos dimos cuenta de que somos un sector que puede dar laburo, que puede tener calidad, y que no es algo simplemente de una junta de estudiantes. Cuando entramos a la asociación, empezamos a ver la ausencia del Estado en la posibilidad de cómo una revista puede ingresar a bocas de distribución y llegar a todos lados. Después, la pauta, que todavía es un tema pendiente y eso favorece la centralidad de las empresas de medios. En la aplicación de la Ley de Medios, el gobierno eligió pelearse con Clarín, en vez de pensar en la diversidad y alimentarla. Cuando me tocó estar en la presidencia, nos tocó compartir las jornadas de la Coalición por una Comunicación Democrática, donde incluimos a las revistas culturales. El gran marco de medios autogestivos que hoy se está dando (revistas, diarios, radios, televisoras, medios digitales) tiene más que ver con la ausencia de políticas públicas que brinden herramientas para consolidar esas otras voces”.

Sigue Laura: “En tanto exista esa concentración mediática, el Estado tiene que seguir interviniendo por la comunicación como un derecho humano esencial.

Hay derechos a los que todavía no podemos acceder y esa injusticia no permite que medios autogestivos generen trabajo genuino para todos los que forman parte”. Inés completa: “Necesitamos del Estado, pero más el Estado necesita nuestros medios para fortalecer la democracia”.

Gustavo recuerda que en *Andén* hubo una discusión sobre si aceptar la pauta compensatoria o no: “La revista la pagábamos con una vaquita y no sabíamos si al recibirla íbamos a depender exclusivamente de eso para salir. Después la aceptamos con culpa, porque me tocó viajar por AReCIA a ferias de Jujuy, de Comodoro Rivadavia, y si en Buenos Aires el Estado estaba ausente, en esos lugares ni siquiera existía. Ahí hacía falta”.

Ailín agrega: “Las revistas culturales necesitan del Estado así como los medios corporativos quieren al Estado. No sé si llamarlo política pública para medios corporativos, pero el apoyo del Estado lo tienen de hecho, con una distribución de pauta totalmente discrecional que la absorben diez diarios y revistas de todo el país, o con exenciones de impuestos. Necesitamos políticas de Estado porque *Clarín* está viviendo de recursos del Estado: no es que ellos saben cómo generarse su propio laburo. Y cuando esa plata se corta, echan gente o congelan salarios. Es automático: *La Nación* y *Página/12*, igual. En cambio, nosotros sabemos pelear por nuestra fuente digna: nos relega aún a una marginalidad o precarización de la que nos cuesta salir. En cierto punto, *NaN* termina porque la gente que la empujó se está dedicando a otras cosas, y esa falta de proyectar algo sustentable la expulsó”.

Sin embargo, Ailín subraya que toda revista cultural es necesaria: “Donde existe una revista cultural es por-

que hay algo para decir, y es el impulso de un sector que se está expresando. Es mérito de AReCIA que nos hayamos podido organizar como sector”.

### **Última estación: cultura de autogestión**

Una característica común de esta charla fue el reconocerse como parte de un sector: ¿qué genera la idea de revista cultural como concepto, como identidad, como proyección?

Laura: “AReCIA nos dio otra visión y proyección de pensar que podemos crecer más pero también de entendernos como parte de un sector y de ser una revista cultural. Si bien teníamos claro que era un proyecto gráfico de una cooperativa, fue la comprensión de que somos parte de la cultura. Que somos cultura. La radio comunitaria siempre nos aportó a involucrarnos en red, pero las revistas nos traían otros temas, otras lógicas, y fue un aprendizaje para sumar a la perspectiva de lo que es el sector autogestivo”.

Inés: “Me gusta decir que somos patrimonio cultural, como surgió en los foros. Parece mucho, pero nos hizo darnos cuenta de la importancia de creérnosla. Lo que hacemos y reflejamos es patrimonio, porque no se puede borrar: queda”.

Ailín: “Me gusta eso, porque permite un ida y vuelta entre lo que generamos las revistas, lo que rescatamos, lo que cuidamos y, por ende, en la necesidad de cuidarnos como sector. Pero, como idea identitaria, me sigo hallando mejor en la idea de medio autogestivo. La palabra autogestión es superadora en el sentido de lo que engloba, incluso desde lo cultural. La cultura de la autogestión que manejan las revistas que integran AReCIA dejaron un legado, porque me llevo un bagaje infernal de *NaN* en cuanto a la autogestión. Le perdí el

miedo a sentarme adelante de algo que no sé qué es. El periodista no está acostumbrado a eso: se sienta y escribe. Tenemos compañeros, con muchos años de trayectoria, muy de manual: hace la entrevista, la desgraba, la escribe lindo, y listo. No tiene nada que ver con lo que generamos en *NaN* en diez años de existencia”.

El tren llega al final del recorrido.

Las puertas se abren.

Nadie baja.

Este viaje fue y es, también, para decirles gracias.

## La sorpresa de lo cotidiano

*Periódico VAS, Comuna 12, El Barrio Villa Pueyrredón y La Tabá* son experiencias que ponen la lupa en historias, personajes y místicas de Buenos Aires, de norte a sur, pasando por el centro de la (otra) historia de la ciudad. De las marcas a fuego de 2001, a la búsqueda de financiamiento: gestas de un grupo que llegó a representar el 36% de las revistas porteñas de ARECIA.

Por María del Carmen Varela

El barrio es el lugar donde crecemos, donde aprendemos, donde nos hacemos amigos, pero también es un espacio siempre por descubrir.

Puede cambiar a lo largo de la vida y, de esa forma, también ir mutando la sensibilidad que nos conecta a sus personajes, a los sitios donde nos paramos o por los que andamos de paso.

Cada barrio deja su huella, tiene sus virtudes y sus imperfecciones, sus rincones, su gente. Y también sus revistas: *Periódico VAS, La Tabá, Comuna 12 y El Barrio Villa Pueyrredón* son parte de un grupo de medios que rescatan la mística barrial y proponen un periodismo cercano a las necesidades de los vecinos, en el cual el con-

tacto es cara a cara, abierto a la mirada de lo cotidiano y que se sostienen gracias al aporte cargado de gratitud del almacenero, de la librería y del barcito de la esquina, que también son los puntos de distribución.

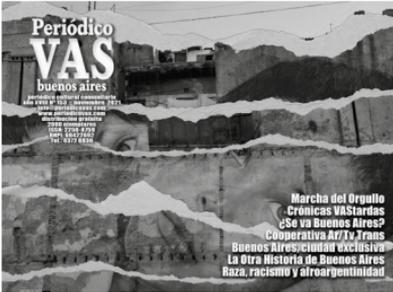
Un periodismo que trabaja, vive y sueña en el mismo lugar: el territorio.

## **De dónde venimos**

Los primeros periódicos del país fueron pensados para que circularan en lo que habitualmente llamamos el centro y microcentro, con historias que apuntaban a esos lugares específicamente, epicentros del quehacer político y económico. Pero luego, con la expansión poblacional, el radio de acción se fue extendiendo a lo que se denomina hoy Comuna 1: los barrios de San Nicolás, San Telmo, Monserrat, Constitución, Retiro, la Villa 31 y Puerto Madero. Aparecieron entonces los contrastes de realidades que caracterizan a la ciudad donde, además de tango y fútbol, la desigualdad es una de las principales características.

“Venimos de ahí”, asegura VAS en el primer editorial, refiriéndose al estallido social del 19 y 20 de diciembre y su impacto en ese territorio comunal. El 19 y 20 de diciembre de 2001 fue el puntapié inicial que empezó a construir un proyecto en común devenido en la creación del periódico. La sigla de VAS, de hecho, significa Vecinos Autoconvocados de San Nicolás. Con el tiempo agregaron una frase de consigna – un proverbio africano – que les resultó complementaria de la idea del andar: “Si no sabes a dónde vas, vuelve para saber de dónde vienes”.

Corrían épocas en las que todo estaba dado vuelta, también las preguntas. Con vistas a adecuar los conceptos a esos nuevos intereses y deseos, el “¿quiénes



En formato horizontal, VAS se distingue por sus tapas ilustradas que resumen el tema principal del número, metafóricamente. Los títulos acompañan los principales contenidos y secciones. Si te interesan, la agarrás en algún local porteño. Después volverás a buscarlas...

somos?” lo cambiaron por el “¿qué hacemos?”. Y la respuesta fue una larga pero concreta lista: diseño gráfico, periodismo, literatura, artesanías, psicoanálisis, música, política, trabajo administrativo, dibujo, arquitectura, tareas domésticas, sociología, supervivencia. Con ese mix de prácticas y saberes, pusieron manos a la obra un medio de comunicación.

Avenida 9 de Julio: autos, edificios, la ciudad iluminada. El Obelisco en el centro, como postal de la ciudad de Buenos Aires, adornado con la imagen de una pareja en pose tanguera. Esta foto ilustra la tapa en formato alargado del primer número del *Periódico VAS*, que data de julio de 2004. Inauguraban así la publicación que nació de la idea de un grupo de vecinos que se conocieron en la Asamblea Vecinal Rodríguez Peña: el arquitecto Hugo Finkel, la psicóloga Nélide Mograbi, la periodista Mariane Pécora y el editor Rafael Gómez.

Si bien el periódico *El Barrio Villa Pueyrredón* comenzó a circular antes, en abril de 1999, a fines de 2001 y comienzos de 2002 el enfoque cambió notablemente con el surgimiento de las asambleas barriales. “El periódico comienza no solo a ser un medio de difusión, sino que se convierte en un actor social participando activamente en lo que va sucediendo en Villa Pueyrredón y sus alrededores. Surgen nuevas voces que se canalizan a través de nuestro medio” relata su director Ignacio Di Toma Mues. En el inicio se imprimía en formato tabloide y con periodicidad mensual publicando la historia barrial, la de las instituciones y los eventos locales.

El rescate de la historia y memoria barrial, la actividad cultural, las acciones colectivas, los conflictos comunales, comenzaron luego a imponerse como las principales temáticas abordadas por el periódico tanto

en su versión gráfica como en la digital. Resume Ignacio: “Nosotros no llegamos al lugar: estamos allí, somos parte de ese lugar. Quizás eso nos haga, a veces, perder perspectiva en cuanto a la objetividad periodística, pero ponemos el foco de una manera más genuina que otros medios. No relatamos y después nos vamos. Seguimos allí”.

Nacido un año después de la sanción en 2005 de la Ley Orgánica de las Comunas que divide a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en 15 comunas, el periódico digital *Comuna 12* abarca por su parte el territorio ocupado por los barrios de Villa Pueyrredón, Villa Urquiza, Coghlan y Saavedra. La publicación fue iniciativa del periodista Gustavo Carpinella que, con el tiempo, sumó colaboradores al staff para darle mejor cobertura periódica a lo que sucede en los cuatro barrios.

Unos años más tarde, en 2010, un grupo de periodistas, docentes, sociólogos, diseñadores gráficos, fotógrafos y artistas fundó la cooperativa La Tabá. Eran seis integrantes y esperaron un año y medio hasta publicar el primer número de la revista *La Tabá*, que salió en noviembre de 2011, al mes siguiente de tener la matrícula otorgada por el INAES. “Hay que dar vuelta el mundo como la taba, el que no cambia todo no cambia nada”, decía el poeta Armando Tejada Gómez. La taba era un juego muy popular en el país que consiste en lanzar el hueso astrágalo de la vaca – llamado taba– que puede caer en diferentes posiciones. Si la parte lisa queda hacia arriba es “suerte” y es ganadora; y si la parte hueca es la que queda arriba, es “culo” y es perdedora.

Cuando buscaban nombre para la revista se decidieron por “La Tabá” para que esa impronta lúdica formara parte de la identidad del medio. Apostaban a un medio de comunicación popular, con el espíritu del periodismo

de cercanía como motor de sus ideas. La información cubre la Comuna 7, integrada por los barrios de Parque Chacabuco y Flores.

## **Recursos para (sobre)vivir**

“Nuestra historia en común empezó con el movimiento: antes estábamos quietos y aislados, ajenos de un sentido social”, relata el primer editorial de *Periódico VAS* tiempo después de aquel 2001 implacable. Así despertaron de una “pesadilla”: “Nos reconocimos vecinos, hicimos nuestros propios debates, surgió la solidaridad ante la crisis, planteamos relaciones horizontales, llegó la amistad, cierta organización, los emprendimientos, el consumo responsable, la cooperación, la pertenencia al barrio. Empezamos a andar”.

Mariane Pécora recuerda que para el primer número buscaron apoyo publicitario en todos los negocios de la zona; lograron apenas cerrar un canje con un imprentero. La idea original era que la revista saliera todos los meses pero, así, no cerraban las cuentas; decidieron que fuera bimestral. Años más tarde, en 2012, Mariane realizó la Cátedra Autónoma de Comunicación Social, proyecto que coordina la Cooperativa La Vaca. Unos meses antes se había creado la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA). Entonces le preguntó a la periodista Claudia Acuña, a cargo de la Cátedra, si *VAS* podía integrar la Asociación. La respuesta fue obvia: “La Asociación venía a cubrir las expectativas que teníamos y más: queríamos una ley que democratizara al sector. Me entusiasmé con AReCIA desde el punto de vista de la construcción de un sujeto colectivo. Nos juntábamos un montón de revistas que estábamos en la misma, que no teníamos reconocimiento del Estado ni posibilidad de pedir in-

dividualmente una pauta oficial. Pudimos empezar a hablar de problemas en común”.

Un vecino que tenía un medio de comunicación alertó a Mariane Pécora de la utilidad de inscribirse en el Registro de Medios Vecinales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Dato clave: de esta manera pudieron comenzar a pagar las notas y sumar colaboradores. Gracias a la aplicación a un subsidio estatal (la convocatoria conocida como Fondo Metropolitano) pudieron comprar una computadora destinada exclusivamente para el periódico, un insumo básico.

En la actualidad el *Periódico VAS* es mensual y cuenta con nueve colaboradores. En 2007 se incorporó la página web gracias a un canje de publicidad con una empresa de diseño digital. Al tiempo y con el vértigo que impone la tecnología, el programa para subir material quedó obsoleto. Tomaron contacto con un diseñador web, cambiaron la plantilla en 2010, comenzaron a incorporar mayor cantidad de notas e ingresaron al Registro de Medios Vecinales del Gobierno de la Ciudad, también como página web.

Este Registro de Medios Vecinales de Comunicación Social se reglamentó a fines de 2002, después de una larga lucha de la que *El Barrio Villa Pueyrredón* fue parte. La norma les permitió a los medios barriales empezar a participar del reparto de pauta de publicidad del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Junto con otros medios *El Barrio* fundó la Cooperativa de Editores Barriales EBC que empezó a reclamar un paso más: una la Ley de Medios Vecinales. Lo lograron en 2010. A partir de ese momento Ignacio Di Toma Mues pudo incorporar colaboradores y contar con un portal web.

Así, en el transcurso de la su primera década, el periódico *El Barrio Villa Pueyrredón* pasó de imprimir

1.000 ejemplares a 5.000, de 8 a 28 páginas. También se sumaron auspiciantes: pequeños comercios, prestadores de servicios y profesionales independientes. En la actualidad la tirada es de 3.000 ejemplares.

El vínculo del periódico con AReCIA, por su parte, ayudó a reforzar la idea de que la organización horizontal es necesaria para la buena salud de los medios independientes. “Así como desde la cooperativa se logró una ley de medios vecinales, con AReCIA se logró una ley que reconocía un IVA diferencial a los medios medianos y pequeños, que lamentablemente el macrismo luego desarmó, como tantas otras cosas. La lucha por la democratización de la pauta oficial es otro aporte, así como los talleres de capacitación – en mi caso de diseño de página web– que pone a disposición de sus asociados”.

El sostén económico de *La Tabla* es la publicidad oficial y la privada. Desde la cooperativa manifiestan que el objetivo “no es vender más sino articular intereses en común”: cada vez que ingresan a un comercio o institución buscar integrar una red de beneficio mutuo. Si bien estaban asociados al Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos, del Banco Credicoop, AReCIA fue la primera organización de medios que integró Cooperativa La Tabla. Afirma el periodista Fernando Zuker, presidente de la organización: “Cuando ingresamos a AReCIA no teníamos ningún convenio de pauta publicitaria oficial, nuestros recursos económicos en la cooperativa eran más endebles. El impulso que nos dio AReCIA nos permitió enfrentar los primeros años del macrismo con otra espalda. Igual sufrimos muchísimo por el precio dolarizado del papel; en ese momento no integrábamos el Registro de Medios Vecinales, AReCIA a nivel nacional nos permitió gestionar ese respaldo que, de no haberlo tenido, al poco tiempo nos hubiese liquidado.

Ese recurso nos permitió pagar la impresión de la revista y mantenernos en la calle al día de hoy”.

## **Volver a los orígenes**

Las temáticas y contenidos de *Comuna 12* tienen que ver con temas sociales, culturales y políticos específicos de la zona. “Obviamente les damos voz a las preocupaciones vecinales y hablamos con distintos referentes del barrio”, afirma Gustavo Carpinella. Los vecinos son por lo general las mejores fuentes de datos e información para el periódico, una especie de corresponsales de las noticias del barrio. “Todos te mandan fotos o videos hechos con el celular, y a partir de ahí empezamos a investigar, a chequear: así surgen un montón de notas. Mantener ese diálogo constante es fundamental para nosotros”. Gustavo, especializado en medios digitales, asegura que buscan que el periódico tenga rapidez para dar información que impacte en la Comuna.

Si el fuerte de *Comuna 12* es la actualidad, el rescate de la historia y la memoria cultural son los tópicos que aparecen en *El Barrio Villa Pueyrredón*. “La actividad cultural en todas sus expresiones, la difusión de las actividades comunitarias y de las organizaciones sociales y políticas de base, las voces de sus actores a través de entrevistas y las actividades relevantes en la ciudad de Buenos Aires en general” precisa Ignacio, que para hacerlo carne acerca un ejemplo: entre 2002 y 2010 se produjeron conflictos en el barrio de Villa Pueyrredón por la aparición de un grupo de cartoneros y su asentamiento en un predio de la estación ferroviaria. “Nuestro medio militó al lado de ellos – cuenta–, junto a muchos vecinos y vecinas y organizaciones sociales, y eso produjo muchas reacciones violentas hacia nosotros, que llegaron hasta las amenazas a nuestros anunciantes. Hoy la

Cooperativa de Recuperadores Urbanos El Álamo es un ejemplo a seguir en todo el país y el continente”.

La primera intención del grupo de personas que luego conformaría la cooperativa La Tabla fue tener una radio, no una revista; incluso el impulso los llevó a comprar pliegos de lo que en ese momento era el Comité Federal de Radiodifusión (Comfer), sin tener todavía armada la cooperativa. Cuando cayeron en la cuenta de lo que les faltaba para sonar al aire, se pusieron a barajar otras opciones y llegaron a otra más posible: hacer una revista gratuita y vecinal.

Como la mayoría eran vecinos de la Comuna 7, no dudaron de que la revista tenía que abarcar ese territorio. Con esa definición, llevaron adelante una tarea concreta para conocer las necesidades del barrio: hicieron una encuesta y preguntaron “¿qué tipo de medio les gustaría leer?”. Preguntas en mano, los sábados iban a Parque Chacabuco y a Plaza Flores a consultarle a la gente; con las respuestas fueron armando una grilla de preferencias con la que confeccionaron el número cero. Al mes siguiente salió el número 1, financiado con aportes de los asociados y de los comercios de la zona. “Nuestra prioridad fue siempre contar las historias de las instituciones, de las organizaciones sin fines de lucro, de los vecinos y vecinas que habitan en esas organizaciones – relata Fernando Zuker–, las pequeñas y medianas empresas que son los comercios del barrio, que están entrelazadas en un tejido urbano que es el barrio en el que nos toca vivir”.

Al igual que todos los periódicos vecinales, *La Tabla* es distribuida en distintos puntos como escuelas, sedes de atención pública, clubes, centros culturales y en la red comercial vecinal. También como en casi todos estos proyectos, los propios socios de la coo-



La Taba pone el foco en una comuna, para hablar de todo: cultura porteña, tanguera, vecinal, social, crítica. La lee quien quiera conocer acerca de servicios, festivales e información; pero también de historias y cooperativismo. Las tapas en general hacen juego con fotos a todo color, de manera clásica: un tema principal y dos secundarios.

perativa y hacedores de la revista son quienes se ocupan de la cadena de producción, de la gestión, de los contenidos, reciben los ejemplares, comercializan la publicidad y, también, la salen a distribuir.

Los lectores de VAS también acostumbran a ir a buscar el periódico a los puntos de distribución. Las librerías de la Avenida Corrientes, bares, centros culturales, teatros independientes, asambleas vecinales, casas de música, cines, el Centro Cultural San Martín y la sede de Madres sobre Hipólito Yrigoyen son las principales bocas de lectura. En la Librería Hernández de la calle Corrientes llegaron a dejar, y agotar, más de 250 ejemplares al mes. Más lectores, otros problemas: en una confitería tradicional céntrica, una clienta armó un escándalo cuando vio en la tapa un pañuelo verde. La confitería decidió retirarle la publicidad al periódico.

Desde su inicio, VAS realiza un pormenorizado relato de la historia de los bares y edificios más célebres de su zona de influencia. El periódico incluye crónicas, entrevistas, un cronograma de actividades culturales, reseñas teatrales, artículos sobre cine, literatura, filosofía, música y las “Crónicas VAStardas”, una manera irónica de contrastar los sucesos cotidianos del conurbano con el derrotero porteño, a cargo del periodista Gustavo Zanella, fundador del diario conurbano y autogestivo *Andén* al que conocieron a través de ARECIA.

92

Pero el gran propósito de VAS es recuperar la historia del barrio de San Nicolás, barrio donde se cocinó el proyecto y en el que viven Mariane y Rafael. “Acá nació la ciudad”, historiza Mariane. Y cuenta que este territorio no se encontraba – como habitualmente se cree – des poblado y desértico, sino todo lo contrario: estaba habitado y era una zona selvática, rica en distintas especies de animales y alimentos. “Esa historia, que empieza con la

fundación de Pedro de Mendoza en 1536, no duró nada. Porque desde entonces hasta 1810, es la historia negada: nadie te la cuenta, nadie dice nada. Y son casi 300 años. La idea fue empezar a investigar qué había pasado en este lugar, en estos terrenos, cómo eran las casas de entonces, contar cómo se forjó la ciudad porque ese origen es lo que nos marca a nosotros, lo que nos da identidad”. La sección se sostiene: “La Otra Historia de Buenos Aires”, es firmada por Gabriel Luna y cuenta una historia riquísima de forma amena y acerca información que no se ve en la tele y tampoco en el aula.

Tal vez esa sea la verdadera definición de comunicación. A través de esta sección VAS sintetiza este “otro” periodismo que hace pie en el barrio y cuenta “otras” historias: las nuestras, cotidianas y extraordinarias a la vez.



## **La cooperación al poder**

Un diario y un portal recuperados por sus trabajadorxs; una revista resucitada, la primera cooperativa en su provincia. Experiencias distintas que muestran cómo la autogestión pone a rodar los sueños que las empresas comerciales desechan.

Por Anabella Arrascaeta

El oficio periodístico requiere de variados saberes. Hay quienes definen dos como principales: curiosidad y buenos zapatos, o zapatillas, para salir a gastar. Pero en Argentina, cuna de fenómenos inéditos y esperanzadores como las fábricas recuperadas por sus trabajadores y trabajadoras, ser periodista implica muchas veces saber ocupar, resistir y producir; y a veces todo eso al mismo tiempo.

“Los trabajadores de un diario argentino duermen en el edificio por temor al cierre”, titulaba un medio de español en 2010 cuando poner el cuerpo era una literalidad y no una metáfora. El título no es anecdótico, es reflejo de un sistema perverso generado por

el vaciamiento de medios por parte de dueños más empresarios que periodistas.

La respuesta es otro sistema: el que ponen a rodar los trabajadores cuando se hacen cargo de levantar y sostener sus medios, muchos hoy nucleados en AReCIA.

## La realidad ácida

El 4 de marzo de 2022 murió Miguel Grinberg, poeta, escritor, periodista, prosecretario de la revista *Panorama*, el diario *La Opinión* y la agencia Télam; socio de la Cooperativa Ex Trabajadores del Diario *Crítica* y uno de los fundadores de su revista: *Cítrica*. El etcétera de sus quehaceres es largo. Escribía una columna ecológica quincenal en el diario *Crítica de Argentina* hasta que fue vaciado, cerró y dejó a 190 trabajadoras y trabajadores en la calle, con meses de sueldos adeudados. Fue entonces, en 2010, cuando Miguel decidió ser parte del grupo que se propuso recuperar el medio.

Tiempo después, cuando la Asociación de Revistas Culturales e Independientes de Argentina (AReCIA) tenía sus primeras reuniones para imaginarse, Miguel asistió y escribió un mail a sus compañeros y compañeras de cooperativa diciendo: “Es un lugar en el que tenemos que estar”.

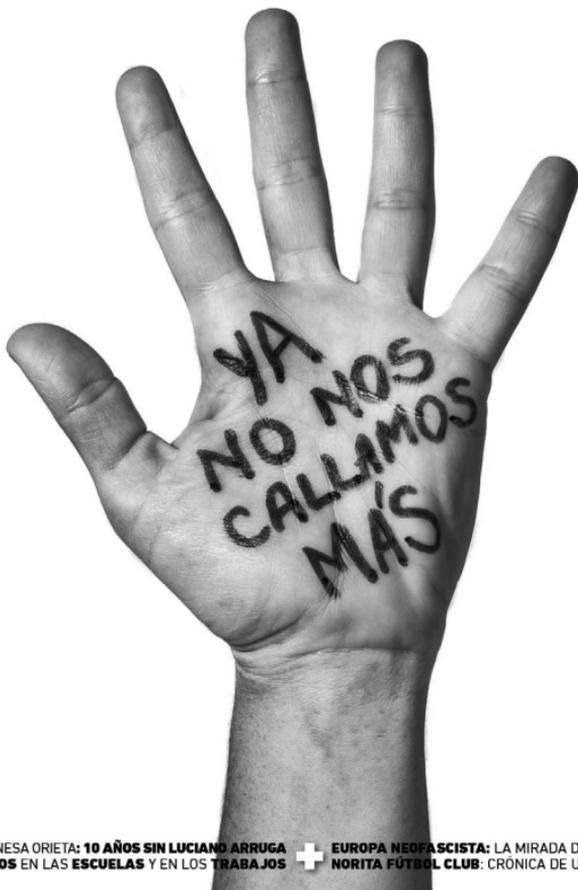
Pablo Bruetman, periodista, socio fundador de la cooperativa, recuerda ese momento. “Miguel con ese mail nos decía que AReCIA era un lugar afín, con empuje, solidario, de no competencia, autogestivo, independiente”. Mariana Aquino, otra socia y periodista, resume con una de esas frases que lo dicen todo: “La vio”.

Pablo entró al diario como pasante en la sección cultura, forma de contratación que esconde una lógica de precarización. En noviembre de 2009 ya cobraban el sueldo en cuotas. Después de apenas un año de estar en la calle,

Distribución gratuita  
5.000 ejemplares  
Calle 360, CABA - Tel: 4542-6241  
Editor responsable: Pablo Brucman  
1028 - 2020-12-08  
BPP: 2018-03194201

# Cítrica

Año 8 Número 01 - Edición febrero 2019  
Cooperativa De Trabajadores de Cítrica Ltda.  
ultraarvidad@gmail.com  
www.revistacitrica.com



ENTREVISTA A VANESA ORIETA: **10 AÑOS SIN LUCIANO ARRUGA** + **EUROPA NEOFASCISTA: LA MIRADA DE PEPE MATEOS**  
**ASESINATOS EN LAS ESCUELAS Y EN LOS TRABAJOS** + **NORITA FÚTBOL CLUB: CRÓNICA DE UN DÍA INOLVIDABLE**

97

Formato periódico, Cítrica apuesta al color en sus tapas (resaltando, obviamente, el naranja) y mediante el diseño pone en eje un posicionamiento político sobre un tema. La foto es protagonsita de la revista, así como las crónicas, las entrevistas y los reportajes: periodismo recuperado.

el fundador del diario, el periodista Jorge Lanata, renunció dejando el periódico en manos de su socio mayoritario, Antonio Mata, y de su socio minoritario, Marcelo Figueiras, quienes solicitaron la quiebra.

“El diario *Crítica*, supuestamente, era el último diario en papel, donde los periodistas iban a poder hacer un montón de cosas”, dice Pablo Bruetman y deja un rato la palabras suspendidas en el aire... Después sigue: “Pero después te encontrabas con cada tapa que decías: ¿yo estoy trabajando acá?”.

El 29 de abril de 2010 *Crítica* dejó de editarse. Durante meses las y los trabajadores montaron guardias en la redacción, en Maipú 271, y sostuvieron asambleas en las que circulaba una idea que asustaba. “Estaban quienes decían: ‘no es posible hacer un diario autogestivo, una cooperativa no da de comer’, esas cuestiones de quien siempre trabajó en el periodismo patronal”, cuenta Pablo. Hasta que llegaron otras experiencias que demostraban que sí se podía, como por ejemplo el *Diario del centro del país*, de Villa María, Córdoba.

Finalmente, en septiembre de 2010, alrededor de 20 socios y socias se conformaron como cooperativa de trabajo. Dos años más tarde, en febrero de 2012 pusieron online la nueva web, y en octubre salieron a la calle con la nueva revista impresa que jugaba ácidamente con el nombre del ex diario: *Cítrica*.

98

En ese momento recibieron apoyo de la Federación Asociativa de Diarios y Comunicadores Cooperativos de la República Argentina (Fadycra), y la revista acompañó la edición de una docena de diarios recuperados de distintos puntos del país. Desde el inicio del conflicto – y lo seguían haciendo cuando volvieron a imprimir– se reunieron en el Hotel Bauen, empresa recupe-

rada que terminó siendo por años su casa y faro: “Nos dio la sede, un lugar físico, sin el que hubiese costado muchísimo arrancar y continuar después”. Estuvieron ahí hasta que la cooperativa del hotel, referencia de cooperativismo, dejó el edificio de la Avenida Callao, en plena pandemia de coronavirus.

Después de más de una década, la revista sigue saliendo a la calle una vez al mes, y a la web se le sumaron otros canales de comunicación como las redes sociales. Actualmente están preparando la nueva redacción en una de las oficinas de la sede de la Confederación Nacional de Cooperativas de Trabajo, pero Pablo aún recuerda la sensación que le dejó para siempre en el cuerpo el proceso de recuperar un medio. “Es una energía hermosa, decir: ahora esto va a ser nuestro, vamos a poder crear el medio que queremos crear. Cuando elegís el oficio de periodista, al principio soñás con eso: con poder elegir qué decir y comunicar libremente, contar las historias que querés, de la forma que querés. Después te chocás con la realidad, desromantizando todo un poco: sí, para poder hacer eso tenés que hacer ciertos sacrificios que no tienen nada que ver con lo que elegiste cuando elegiste ser periodista”. ¿Por ejemplo? “La parte administrativa, económica, de gestión”.

Pablo habla así de un hacer periodístico autogestivo que muchas veces incluye mucho más que escribir una nota. Mariano Pagnucco, periodista de *Cítrica*, retoma la idea. “Hay un hacer periodístico que tiene que ver con la autogestión: por un lado sentirse parte de un sector amplio, de colaborar y no de competir, de no tener necesidad de salir con una primicia, de compartir contactos, y pensar cómo hacer una cobertura en conjunto, repartiendo gastos, recursos, y esfuerzos. Tiene que ver también con el vínculo con las fuentes, porque el perio-

dismo patronal en muchos casos es un periodismo que hace extractivismo: vas, contás el dolor de determinado grupo o persona, y te vas. Y otra cosa clave es que te posicionás desde otro lugar, en el momento en que en la cooperativa, además de escribir, estás distribuyendo, llevando revistas o recibiendo a la imprenta. Hay un hacer, un pensarse colectivamente, solidariamente, que sin dudas te posiciona”.

Mariana Aquino suma: “En la facultad te preparan para cumplir ese deseo profesional de contar las historias que nos gustan y por otro lado para un mercado que es totalmente individual, competitivo, y siniestro. Una sale sin tener un rumbo claro, y en ese camino la autogestión es una respuesta, una respuesta colectiva que es lo que no te enseñan en la universidad: es todo un aprendizaje”.

## **Rearmar en grupo**

El portal de noticias Infonews formaba parte del Grupo Veintitrés de Sergio Szpolski y Matías Garfunkel, que entre julio de 2009 y junio de 2015 recibió al menos 814,9 millones de pesos en concepto de pauta oficial.

El 2 de mayo de 2016, después de ocho años de existencia, dejó de estar online como consecuencia del vaciamiento del grupo, que implicó que 800 familias se quedaran sin sustento. Alrededor de 50 eran de Infonews.

100 “Veníamos pensando que podía pasar, era prácticamente un hecho”, recuerda el periodista Daniel Castelo. “Primero Szpolski nos había dicho que tenía una obligación moral con nosotros, que nos iba a pagar los sueldos que nos adeudaba, que nos iba a pagar las indemnizaciones... Unos días antes de la fecha de cierre nos dijo, directamente, que no nos iba a pagar nada. Ya habían llegado intimaciones por el alquiler del lugar,

# Infonews



Escanéa el QR para entrar al portal.

que era una casona en Palermo bastante grande que oficiaba de redacción. El final era inminente”.

Lo que pasó con Infonews ocurrió también con otros medios del grupo: el canal de noticias CN23, Radio América, y los diarios *Tiempo Argentino* y *El Argentino*, que además tenía sus ediciones con redacción y contenido propio en Córdoba, Rosario y Mar del Plata. Además las revistas *Forbes*, *7 Días* y *Cielos Argentinos*, Radio Splendid, el sitio El sensacional y el diario *Diagonales*, de La Plata, entre otros. Por eso Daniel Jatimliansky, periodista, recuerda: “Era algo que se veía venir, la cuestión era cuándo. Y en un momento decidimos qué hacer: nos quedamos en la calle o cada

uno buscando dónde insertarse por separado o armamos una cooperativa en conjunto”.

El 8 de agosto de ese año, los trabajadores relanzaron Infonews y se convirtieron en el primer portal de noticias nacional recuperado por sus trabajadoras y trabajadores. Se conformaron en cooperativa, tal como lo hizo también *Tiempo Argentino*. Cada una de estas cooperativas demostró así que se puede sostener el medio sin depender exclusivamente de la pauta oficial.

Daniel Castelo, hoy tesorero de la cooperativa, estaba a punto de ser papá por segunda vez cuando sucedió el vaciamiento: “Había algo de abismo en la situación, porque eran los trabajos que teníamos”. Daniel Jatimliansky, hoy secretario de la cooperativa, describe: “Los mecanismos son muy parecidos siempre: dejan de pagar sueldos, se atrasan, prometen, la siguen pateando, pateando, pateando hasta que un día dejan de aparecer. Y vos quedás solo, yendo a la redacción, yendo al Ministerio de Trabajo, conciliación, la otra parte no se presenta. Recuerdo un compañero de trabajo que falleció, hablé con la viuda y me dijo: ‘se vino abajo después de eso, murió de otra cosa pero después de eso se vino abajo’. Nos desconfiguró. Pasamos de trabajar a reclamar durante meses, marchando, ocupando un espacio. Hubo casos de gente que tuvo que abandonar su domicilio y durmió en la redacción porque no le quedaba otra, porque no tenía techo. Te cambia la vida, la perspectiva”.

102

Cuando las y los trabajadores recuperaron Infonews, decidieron que esa nueva perspectiva, los conflictos laborales y sus luchas iban a ser parte de su agenda. Desde ahí pensaron y repensaron todo, todavía lo siguen haciendo. Daniel Jatimliansky da un ejemplo: “En la gestión de Szpolski todos los días estaba la foto de la chica del día, una chica con poca ropa, y cuando

decidimos armar la cooperativa, dijimos: ‘no estamos de acuerdo con esto’. Y estuvo la discusión, porque algunos decían: esto nos trae visitas, nos da un montón de clics; nos planteamos seriamente el debate... Decidimos sacarla. Es un paso de un proceso, que hoy avanzó mucho más: tenemos un equipo de género pensando mucho desde ese lugar, antes era mucho más intuitivo”.

El ejemplo no significa que el periodismo autogestivo no quiere ser leído, sino que se pregunta cómo y cuáles son los límites éticos. “Infonews siempre se caracterizó por ser un medio relativamente popular, no queremos ser elitistas, pero sí nos planteamos mucho más cómo lograr esos clics”, resume Daniel. Rocío Bao, periodista, amplía: “Estamos en un proceso súper profundo de cambio puertas para adentro, y que de a poquito se irá viendo puertas para afuera. Como medio queremos reivindicar las luchas de trabajadores, feminismos, derechos humanos. Estamos tratando de generar mucha más producción. Eso lleva a discusiones, debates, y a raíz de eso creamos el equipo de género, que no es solo hablar de mujeres y diversidades sino que en realidad atraviesa todo”.

## **La empresa resucitada**

En el año 2000 nació el semanario *El Miércoles*, producto de un grupo de amigos entrerrianos que inició el proyecto. En ese momento no se conformaron como cooperativa porque eran menos de los necesarios para constituir la. Entonces, Américo Schvartzman se hizo cargo y armó una empresa unipersonal. “Puse la cara y la plata”, resume. “Durante bastante tiempo salió así, con la informalidad que suelen tener en el interior muchas veces estos proyectos. Yo era el editor responsa-

ble, registro intelectual en trámite, eso que queda para siempre ahí y nunca lo hacés, que es un error, de eso hay que ir aprendiendo: la institucionalidad hay que tenerla porque todas las alternativas son peores”.

Durante años funcionaron de esa manera artesanal, hasta que en 2006 Américo se fundió económicamente mientras transitaba un problema de salud. “Ahí tiré la toalla, pero los que eran mis compañeros dijeron: ‘nosotros queremos seguir, vamos a transformarlo en una cooperativa’”. La idea que no se había podido concretar al inicio se concretó en ese momento.

En 2008 empezaron con las reuniones para organizarse; en 2010 se conformaron como cooperativa; la matrícula les llegó dos años después. Fue el primer medio cooperativo de la ciudad. Dice Américo: “Desde el inicio estaba el pensamiento cooperativo pero no la forma. De algún modo la conformación de la cooperativa reorientó el rumbo del proyecto. Es una recuperada rara: lo que se recuperó fue el nombre, la trayectoria que en esos años *El Miércoles* había construido con ese mismo grupo de gente y con algunas otras personas que se fueron sumando”.

Valentín Bisogni, en *El Miércoles* desde 2002, partícipe de la creación y fundación de la cooperativa y actual secretario, describe así el proceso: “Podemos decir que somos una empresa resucitada, más que recuperada”.

104 Se conformaron como una cooperativa de comunicación y cultura retomando el espíritu de trabajo que venían llevando adelante. Para ese entonces ya habían editado, por ejemplo, el libro *Entre Ríos en anécdotas*, y un informe sobre quiénes fueron las víctimas del terrorismo de Estado de Concepción del Uruguay. “Cuando empezamos, la comunidad uruguayense ni siquiera les conocía las caras a sus hijos e hijas víctimas del terrorismo de Estado. No sabían quiénes eran, y para noso-

tros la cuestión de la memoria y los derechos humanos desde el comienzo fue uno de los temas más importantes de agenda”, relata Américo.

Es que en *El Miércoles* la discusión de las agendas periodísticas a cubrir está atada al territorio. Valentín Bisogni: “Trabajamos muy fuertemente en la recuperación de la historia reciente. Se suele evitar hablar de esos temas porque son temas en los que los protagonistas aún están vivos, hay personas que participaron de esos hechos, por ejemplo cuando se habla de la dictadura”. Otro ejemplo: “Por otro lado también abordamos temáticas que el resto de los medios de la ciudad no se anima o evita abordar, como la temática de género con análisis de las causas judiciales, o la cuestión ambiental. Nuestro mayor compromiso territorial es desde los temas que abordamos”.

Lo que Valentín describe no es anecdótico cuando se analiza el ecosistema de medios locales. Explica Américo: “Lo que ocurre con nuestra provincia, y en nuestra ciudad, en relación con la comunicación periodística, es que hay una producción de información muy atada a las necesidades de los gobiernos. La mayor parte de los medios depende exclusivamente de la pauta discrecional de los gobiernos, no de una pauta democrática y plural, como dice incluso nuestra constitución provincial. La mayor parte de los medios que existen dependen de la pauta de los gobiernos e informan de acuerdo a eso”.

Hoy la cooperativa tiene tres patas en las que se apoya el trabajo. Así las explica Américo: “Una es mantener una comunicación periodística basada en valores y que ofrezca una mirada alternativa de la realidad; otra es la del proyecto editorial que ya lleva más de 20 títulos editados; y una tercera de eventos culturales, presentación de artistas que para nosotros son de gran valía y

nos gusta acercarlos a la comunidad en la medida que da el cuero”.

## **Sostenerse**

La diversidad de frentes que cada medio abre da cuenta también de la cantidad de formas de financiarse que encuentra e inventa.

A la revista *Cítrica* la sostiene la cooperativa compuesta por una docena de socios y socias activas. La organización interna, siempre horizontal, fue buscando distintas formas; hoy cuentan con una coordinación periodística que incluye lo fotográfico, un área de administración y gestión, y otra de suscripción y distribución. Casi todos tienen funciones en más de un área, y los rangos de retiros económicos los establecen según las tareas y responsabilidades. Las fuentes de financiamiento son múltiples. Mariano Pagnucco lo describe así: “Cuando hicimos la reunión de balance del año pasado compañeros del área de gestión habían armado el gráfico de las fuentes de financiamiento y era hermoso porque había un montón de colores”. Esos colores representan: pauta oficial, suscripciones y apoyos privados, principalmente de sindicatos. “Sin duda esta diversidad nos fortalece y una de las cosas que hablábamos en esa reunión de balance era cómo podemos hacer crecer los otros colores, porque la parte estatal es todavía preponderante”.

106

En Infonews también son alrededor de una docena; todos hacen un retiro. La lógica de financiamiento es similar: entre pauta y suscriptores. “Si Szpolski es el que va a pedir una pauta le dan una plata, si va una cooperativa le dan otra: funciona así la cabeza de funcionarios, lamentablemente”, resume Daniel Jatimliansky. Además tienen algunos avisos privados y también tra-



Escanéa el QR de Miércoles para leer.

bajan con publicidades de Google.

En *El Miércoles* aprendieron a diversificar ingresos sobre la marcha. Cuenta Valentín, tesorero: “En los primeros años hubo muchos momentos en los que los integrantes de la cooperativa teníamos que poner nuestro dinero para tapar números rojos. Después fuimos aprendiendo que no podíamos depender solamente de la publicidad privada, también planteamos que no podemos depender solamente de la publicidad oficial, y así de a poco vamos diversificando”. En la actualidad hay cinco socios y socias que tienen un retiro regular todos los meses, el resto lo hace más esporádicamente, de acuerdo a proyectos que se lleven adelante. Los ingresos provienen

de publicidad privada, publicidad oficial municipal, provincial y nacional, suscriptores, venta de libros y de las actividades culturales que realizan.

## **El rol del Estado**

Quienes forman parte de los tres medios coinciden en que el Estado hace poco y nada para garantizar una comunicación plural, diversa y democrática. El rol que debería ocupar queda desdibujado por su propio accionar ineficiente desde el punto de vista de la libertad de expresión y desde el punto de vista del sostenimiento de fuentes de trabajo.

Entre los tres medios se arma una lista de lo que debería hacerse.

Valentín, de *El Miércoles*: “La Ley de Medios dejó pendiente regular otros sectores, por ejemplo la concentración del papel, la dificultad de la distribución y logística. Le cuesta a la mayoría de las publicaciones llegar de una ciudad a otra. No hay ningún tipo de contemplación para tratar que los bienes culturales, que son las revistas, circulen libremente para acceder a la mayor cantidad de público”.

108 Daniel, de Infonews: “El reparto es totalmente desigual y eso no es casualidad, tiene que ver con la democracia informativa, con la libertad de expresión. Es imprescindible que los medios autogestionados estemos en igualdad de condiciones, que no se nos vea como furgón de cola. En algunos casos, como el nuestro, hemos levantado medios que habían cerrado, conservado fuentes de trabajo, trabajamos como cualquier trabajador de prensa. Creo que lo que molesta es esta independencia, esta autogestión, que no haya un dueño que por intereses o acuerdos económicos diga: de este tema no se habla”.

Américo, de *El Miércoles*: “A nivel nacional creo que

es imperativo una ley que regule la publicidad oficial con otros criterios, que establezca no un privilegio pero sí un apoyo claro. Es impactante el desequilibrio en la distribución de la pauta, un puñado de medios concentrados en el AMBA concentran una parte importante de la torta y audiencias de lectores y lectoras de todo el país, que son millones de personas, están siendo condenadas a recibir informes de 20 minutos por un bache en la Capital Federal y no se enteran de lo que ocurre en su ciudad. La comunicación está centralizada en Buenos Aires y desfederalizada de manera espantosa”.

Mariano, de *Cítrica*: “Sin dudas el rol del Estado es clave por una cuestión de libertad de expresión, para sostener pluralidad de miradas, de agendas. Y para incentivar otras lógicas: yo llego a *Cítrica* como lector, frente al esquema receptivo, acá hay circularidad”.

## **El impulso de la herencia**

En la circularidad los caminos de los tres medios convergen y se empujan. Fue en el encuentro con otros como llegaron hasta ARECIA, para integrarla y para nutrirla.

En Infonews estaban en contacto con ARECIA mediante periodistas de *Cítrica*. La red humana extendiéndose entre medios. “Un día vino la propuesta de acercarnos y no lo dudamos. La organización colectiva y el armado de redes entre medios es algo central”, relata Daniel Jatimliansky.

En *El Miércoles* llegaron porque uno de ellos cursó la Cátedra de Autogestión que desde hace dos décadas promueve la revista *MU*, de Cooperativa Lavaca, y así conocieron la Asociación. Mariana Aquino, de *Cítrica*, resume: “En el camino de empezar un medio autogestivo es necesario estar con otros, compartir y entender que nos pasa más o menos lo mismo o aprender de ex-

perencias que encontraron el camino. Por eso la importancia de AReCIA. Para también aprender de otros medios, de los que tienen trayectoria y de los nuevos”.

El compartir permite también entender que las complicaciones no son solo propias y que las soluciones pueden ser colectivas. Los tres medios señalan entre las dificultades a las económicas, que derivan en otra: el tiempo que cada quien puede dedicar al proyecto. Aunque en la actualidad en el periodismo abundan quienes necesitan más de un trabajo para poder vivir. Otra: el acceso a políticas públicas que las sostengan e impulsen, por ejemplo mecanismos de distribución, fomento, promoción, y acceso democrático a pauta oficial.

Más acá de las dificultades diarias lo que aparece en el horizonte es futuro, fruto de la cooperación, solidaridad, trabajo y redes.

Cada medio prende una vela, a modo de deseo y de alquimia, para que lo individual se cumpla como hecho colectivo.

110 Mariana Aquino, de *Cítrica*: “Queremos seguir, es el deseo. Y en este último período que lo vivimos con tanta particularidad, la pandemia, pospandemia y demás, siento que tomamos sin hablarlo tanto, la decisión de continuar con este proyecto y buscarle la salida, que al principio no sabíamos bien para dónde ir. En el medio nos quedamos sin redacción incluso. Y seguimos. Hay una decisión firme. Y hacia adelante tenemos ganas de lucir más jóvenes, de hablar nuevos lenguajes, de aprender y poder dialogarlos; queremos seguir haciendo periodismo y llegar a las personas”.

Daniel Jatimliansky, de Infonews: “Un deseo es armar más comunidad, apuntar a las suscripciones que nos darían un poquito más de solidez y de proyección”; completa Rocío Bao: “También alcanzar la equidad.

Crecer, hacernos un medio más sólido, y tener mejores equipos para hacer mejores producciones”.

Américo Schvartzman, de *El Miércoles*: “Tenemos la convicción profunda de que generaciones anteriores se preguntaron qué aporte hacemos para que algún día tengamos una sociedad de personas libres e iguales, y hubo algo en lo que creemos que esos viejos y viejas militantes de comienzos del siglo XX no se equivocaron: en impulsar cooperativas, formas de economía social basadas en otro tipo de relaciones entre las personas. Hay que seguir, impulsar y mostrar que los trabajadores y trabajadoras podemos ser dueños de los medios de producción y gestionarlos de manera más eficiente, austera y solidaria. Estamos convencidos de que si algún legado vamos a dejar, va por ahí: esa herencia maravillosa que no es individual, es social”.



## Del nicho al hecho

Son publicaciones especializadas, pioneras o únicas en su tipo: del rock a la música clásica, pasando por el mundo hacker y la danza, se sostienen gracias a sus comunidades. Cómo nacieron, cómo mutaron y qué nos enseñan sobre el paradigma autogestivo.

Por Mariano Pagnucco

Hacer la revista que les gustaría leer y no existe. Crear una publicación como extensión de otro proyecto cultural. Impulsar un medio de comunicación que pueda ser trinchera informativa para una tribu interesada en un tema ignorado por los medios generalistas. Asistir a la mutación de un hobby de amigos en un canal de comunicación con un público más amplio que comparte el interés por lo mismo.

Las razones para encarar una labor editorial de cero son variadas, pero en todas hay una cuota de pasión y otra de inconformismo. En ese cruce se han gestado en estos años revistas y portales tan disímiles entre sí como celebrados por sus audiencias. No salen a pescar

en el mar inmenso de los usuarios ávidos de todo, sino que construyen comunidad pesquera en torno de temáticas específicas, particulares, de nicho.

Un programa de radio en una FM de Olivos (Buenos Aires) fue la excusa para generar unas 300 fichas con información de artistas de rock. Al cabo de varios meses, Diego Gassi y amigos habían construido su propia enciclopedia y pensaron en volcar toda la información a un CD compilatorio (“CD Rock”), para distribuir y vender. Era un proyecto demasiado ambicioso para 1995. Un amigo de Diego, muy fanático de la tecnología, había conseguido una biblia enorme que explicaba cómo funcionaba Internet. “En vez de hacer un CD tenemos que subir toda esa información a la red”, les propuso. Ese fue el germen de *Rock.com.ar*.

La energía cinética que dio origen a *Inquieta* en Rosario estaba circulando incluso antes de que hubiera un proyecto de revista. En el origen está la Asociación de Coreógrafos, Bailarines, Investigadores en el Movimiento y Expresión Corporal Independientes (COBAI), un espacio de confluencia de personas con una característica en común: piensan con sus cuerpos en movimiento. En 2010 se presentaron al concurso “Abelardo Castillo” de revistas culturales y ganaron. No tenían “expertise” en comunicación pero pusieron cuerpo, alma y mente para que naciera *Inquieta*. Detrás del número cero había un grupo de tres personas (Verónica Rodríguez, Abigail Gueler y Liliana González) sin antecedentes en gestionar un medio informativo. ¿Su capital principal? Las ganas de hacer.

Maximiliano Luna y Nicolás Gagliani, músicos estudiantes de conservatorio, verificaban la falta de espacios de comunicación donde difundir sus presentaciones. Gabriela Levite, con formación en periodismo



Escanéa el QR para entrar a la web.

y cierto recorrido en gestionar proyectos culturales, aportó la idea de buscar fondos públicos para lanzar un sitio web. En 2013, con ese impulso, vio la luz *Panorama de la música*, que luego se convertiría en *Música Clásica BA*.

Ocho meses logró sostenerse, en la transición de 2013 a 2014, una columna titulada “Hackers” en el muy visitado portal mendocino *MDZ Online*. Cuando los contenidos que generaban Pablo Lozano y otra gente curiosa sobre temas de seguridad informática y tendencias digitales se cruzaron con los intereses económicos del medio, la experiencia periodística terminó. Pero les quedaba un nombre y cierto tráfico de visitas

en la web, que supieron derivar hacia su propio medio: *Tribuna Hacker*.

Geografías distantes y curriculum diversos. A la gran mesa de las experiencias editoriales que convergen en ARECIA se han sentado muchas personas y equipos de trabajo que, aunque manejen lenguajes desencontrados en términos de intereses personales y temáticas abordadas, vibran en una misma frecuencia al momento de pensar estrategias para sortear los obstáculos de la autogestión y seguir adelante. Por más de nicho que sean las publicaciones, la potencia creadora que las atraviesa las hace parte de una misma (ensamblada y multicolor) familia.

### **Hay equipo... y comunidad lectora**

Para el staff fundador de *Inquieta*, “empezar a hablar de la danza” era “nuestro acto político”, porque significaba revalorizar una disciplina siempre debilitada en términos de políticas públicas. Verónica Rodríguez amplía: “Era una herramienta de acción política, porque además fue decir ‘que no nos hablen los académicos, que hablen las personas que bailan’, en su mayoría mujeres y disidencias. *Inquieta* era un lugar para que esas voces se expresaran”.

116 Dice que fue “muy fluido” el proceso inicial, que implicó salir a convocar a gente que les interesaba para que le pusiera palabra al movimiento, una práctica poco común en el universo de la danza. El rol del equipo base era animar al resto y cumplir la función de editar lo que iba llegando. “Había que habilitar a quienes estaban en el sector a poder decir y pensar su práctica, atreverse a volcar al papel lo que suele ocurrir como un acontecimiento”. Luego, la lógica de funcionamiento para sostener *Inquieta* fue armar equipos, “como cuando hacés una obra”.

*Inquieta* se ha convertido (con 16 ediciones en circulación hasta mayo de 2022) en una publicación de referencia en Rosario: “En el Profesorado, por ejemplo, los profesores mandan a buscar material a la revista. Y archivo también, porque para nosotras *Inquieta* es dispositivo de archivo en tanto recoge, sitúa, contextualiza las producciones en su contexto histórico. Es una herramienta para quienes están estudiando”.

*Música Clásica BA* nació digital, pero la variedad de entrevistas, recomendaciones artísticas y otros contenidos generados merecían perdurar en el papel. Hicieron una campaña de financiamiento colectivo para poder sacar el primer número impreso. Gabriel Levite recuerda: “En esa época no había muchas revistas de música clásica y en Facebook casi nada. Solo había una impresa, pero con nada en redes y muy dirigida a un público más grande, elitista, como se cree que es la música clásica, pero que no lo es”.

La construcción de la comunidad lectora no fue muy difícil. Si bien la publicación no era compatible con otras donde ponían publicidad empresas como Rolex, sus integrantes dicen que siempre pudieron hacer equilibrio entre el público más tradicional de la música clásica y otro más joven, popular y desacartonado. Gabriela aporta: “Hoy por hoy, en la web más del 60% tiene menos de 34 años. Y ahí te das cuenta de que el público al que le gusta la música clásica no es tan de nicho y no son viejos. Entonces está bueno hablarle de otra forma, con otro estilo”. La revista impresa es “de tamaño chico, fácil de transportar, sin renunciar al público grande” pero con guiños al público más joven.

Maxi Luna reflexiona sobre a quiénes interpela la publicación: “Es un equilibrio muy delicado no espantar a nadie. Es medio utópico. Nosotros no apuntamos so-

lamente a estudiantes, pensamos en un público joven melómano y también esa gente más grande, pero que no tienen una mirada conservadora de la música clásica. Que quieren ver y escuchar propuestas más actuales y música contemporánea. No apuntamos al público tradicional y de alguna manera intentamos no espantarlo, lo que es una tarea complicada, porque a veces un comentario escrito de cierta manera lo puede espantar”. Sobre el lenguaje utilizado: “Encontramos en los posteos en redes una forma de meter humor y después, en la revista, usar mucha imagen, mucho diseño. Un poco imitar otros formatos más del pop, del rock. No hablar con el smoking puesto, sino con zapatillas”.

¿*Tribuna Hacker* puede definirse de algún modo? Pablo Lozano: “Es una gran mezcla, un espacio sumamente versátil y creo que eso está bueno. El promedio de lectura de notas de geopolítica ronda los 40 minutos y las notas sobre aplicaciones unos 3 minutos. Nos han levantado medios como *Wired*. Es un espacio de total libertad, tenemos una sección de feminismo, por ejemplo. En todo lo que publicamos hay una visión que tiende hacia lo irreverente. En algún momento fuimos políticamente más correctos, pero hoy eso significa permitirle un avance a la derecha”.

118 Ciertas notas de opinión con un enfoque “político-sociológico-económico”, o sea, “transversal como sucede con la tecnología”, fueron replicadas por medios internacionales como *The New York Times*, *The Guardian* o *Der Spiegel*. Entre su público lector estaba, también, uno de los referentes del software libre: Richard Stallman.

“Hay temas que aparecen ahora sobre los cuales yo escribí hace diez años... hace diez años ya era un problema que nos espíen, pero ahora se dan cuenta”, se queja Pablo. Un concepto que *Tribuna Hacker* instaló

tiempo atrás es el de “trata digital de personas”, vinculado con la información personal en poder de empresas y Estados, cuya utilización es por demás opaca a los ojos ciudadanos. Eso les valió una invitación, en 2018, a compartir una ponencia en el primer congreso de Delitos Informáticos realizado en Argentina.

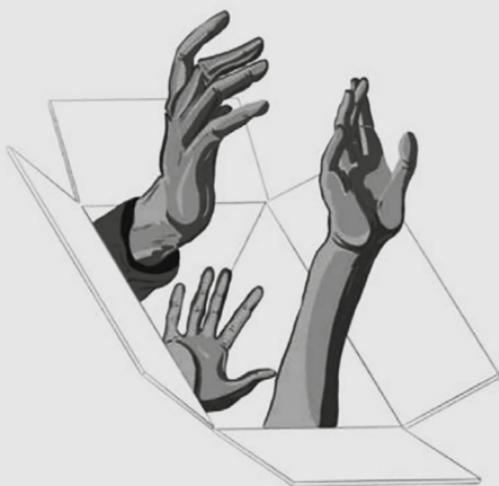
En abril de ese año, explica Pablo, el algoritmo de Google cambió y las fuentes de información “alternativas” empezaron a quedar relegadas en las búsquedas diarias. El editor dice: “Escribíamos *hackers* en femenino, éramos recontra alternativas para Google”. En poco tiempo, *Tribuna Hacker* perdió el 95% del tráfico de usuarios.

Pablo: “Empecé a estudiar las estadísticas de Facebook para saber cuáles eran los temas que más interesaban y apliqué algunas nociones de matemáticas para procesar bien esa información. Lo que hacía era pasarle a Paulo Reynoso, que administraba el Facebook, los diez temas más buscados y él generaba colecciones de memes sobre esos temas”. En la *fan page* empezaron a tener millones de visitas diarias gracias al contenido cuidadosamente elegido para los algoritmos.

¿Cuál fue la medida del éxito para *Rock.com.ar*? Diego Gassi: “Nos empezamos a dar cuenta de que teníamos cierto éxito porque estábamos más adelantados que las propias páginas web de los artistas, las biografías estaban más actualizadas en nuestra web. Ahí surgió un problema porque, ¿de dónde íbamos a sacar la información?”.

Eran épocas en que las principales fuentes de información eran los libros y las revistas, por eso esta enciclopedia digital del rock nacional tuvo un rápido crecimiento de público lector. Diego: “Se nos fue de las manos. Primero teníamos quinientas personas que nos visitaban

REVISTA  
**Inquieta**



N/1

CUENTOS · POESIA · ARTE · ILUSTRACIÓN

Con esta imagen de portada veía la luz el primer número de la revista rosarina. En la página siguiente, una cita: “Nos contamos historias para sobrevivir”.

por día, después mil y un día nos dimos cuenta de que teníamos 50.000 visitas diarias, una cancha de fútbol llena con gente buscando letras de canciones o información”.

El equipo de *Rock.com.ar* está siempre en movimiento, con personas que llegan y otras que se van. “Somos como un semillero de periodistas de rock”, remarca Diego, que todavía hoy recibe mails de jóvenes periodistas que quieren escribir en la web. Ese punto de partida ha permitido el desarrollo de algunas carreras periodísticas en el mundo rockero.

### **Los formatos: lecturas, clics, escuchas**

Durante mucho tiempo el equipo de *Rock.com.ar* distribuyó, a través de un newsletter, el material que les llegaba de artistas y grupos a cientos de radios de las provincias. “Era la única forma que tenían de acceder a ciertos materiales, porque las grandes compañías nunca les iban a mandar un disco”, dice Diego. “Nos dimos cuenta de que estábamos construyendo una autopista, y después quedaba la decisión periodística de qué distribuir por esa autopista”. En ese canal de difusión poderoso, que llegaba a distintos puntos del país, podían unir a los artistas con otras, nuevas audiencias. Así hicieron nacer lo que hoy sería un podcast: un microprograma en audio que pudiera salir al aire de diversas radios difundiendo música y bandas.

No les cobraban a los grupos musicales ni a las radios interesadas en poner el micro al aire: la ganancia era la difusión de ese formato que llevaba el sello de la página. “Éramos el Tinder de la música, porque uníamos las dos necesidades”. Para el año 2000 la web empezó a subir noticias, abandonando el perfil casi exclusivo de enciclopedia rockera. Sumaron micros (como “Picando discos”, para difusión de artistas).

También se animaron a imprimir: *Dale!* circuló entre 2011 y 2013. Fue una apuesta contracorriente para un medio nacido digitalmente: una revista impresa en formato cuadrado (tipo disco) con un eje temático en cada edición. Tiraron unos 15 ejemplares en ese formato y las complicaciones para sostener costos de impresión, distribución y ventas llevaron a la reformulación de la publicación. Pasó a ser una revista tipo fanzine de distribución gratuita (con más de 60 ediciones).

La experiencia editorial que ganó con los meses el staff de la revista *Inquieta* trajo un aprendizaje fundamental. Para tener más visibilidad, convenía salir a la calle en dos momentos clave del año en términos de actividad artística: marzo/abril y septiembre/octubre. Así “la revista fue dialogando con la dinámica del sector”. Verónica: “Para nosotras era muy importante el objeto en ese momento, que la gente la tuviera en la mano, entregarla en los lugares donde la gente bailaba, poder dejarla. También como que tenía una pretensión educativa”. El parate absoluto que implicó la pandemia también empujó al equipo a consolidar una nueva derivación del proyecto: así nació *Inquieta Digital* ([www.cobai.org](http://www.cobai.org)).

122 En el origen *Música Clásica BA* estuvo pensada como “una base de datos” con perfiles de artistas del rubro y agenda de espectáculos. Maxi: “Empezamos con mucha timidez y de a poquito comenzamos a hacer entrevistas, con mucha vergüenza, porque el blog era muy chiquito. Pero la realidad es que era tanta la necesidad de los músicos, los compositores, que aceptaban, nos pasaban agendas. Se dieron cuenta de que veníamos a cubrir un espacio que hacía falta, algo más independiente, en las redes. En ese momento fue novedoso”.

# MÚSICA CLÁSICA 3.0

UNA PUBLICACIÓN DE MCBA 

**FUNDACIÓN  
KONEX: 40 AÑOS**

Entrevista a Luis Ovsejevich

**IÑAKI  
URLEZAGA**

Balance luego de su retiro

**RAY  
CHEN**

Contra el ego en la música

#ELTEATROCOLON #NOTICIASDESTACADAS  
#CONVOCATORIAS #OTRASMUSICAS

**#14**  
JULIO 2020

123

En pose o en acción y a veces con sus instrumentos, los protagonistas de la escena clásica, muchos de renombre internacional, protagonizan las tapas de esta publicación.

Actualmente, en la web – [musicaclassica.com.ar](http://musicaclassica.com.ar) – vuelcan notas, entrevistas y novedades semanales. También hay una edición en formato revista que se puede descargar gratis cada mes (*Música Clásica 3.0*) y una edición anual también gratuita con una calidad de impresión (“300 gramos la tapa, 120 gramos las hojas interiores, color”) recomendable para coleccionistas.

El lenguaje de Internet está impregnado de terminología acuática: navegar, bucear, redes... Pablo aprendió durante el trayecto de *Tribuna Hacker* que esta experiencia se parece también a un barco “que es lindo llevar pero no para nunca”, donde hay que limpiar la cubierta, revisar las calderas y también timonear.

A punto de sucumbir con peligro de hundimiento cuando el algoritmo de Google cambió, Pablo empezó a investigar cómo funciona el tráfico web. Se sumó otro marinero a la embarcación, Paulo Reynoso (“el mejor curador de contenidos de la Argentina”, según Pablo), que le dio más volumen a la web.

Entre los contenidos que compartían, los memes tenían buena llegada. Hasta que lograron viralizar un meme (protagonizado por Nelson Mandela, un señor con un tatuaje colorido) que superó los 16 millones de alcances. Como refuerzo de la web decidieron crear una *fan page* en Facebook. En esas aguas, cambiantes y complejas, se mueve *Tribuna Hacker* desde sus comienzos... siempre a la búsqueda de nuevos puertos donde descargar sus contenidos.

## La gran familia editora

Diego Gassi conoce la asociación desde antes de su fundación, ya que formaba parte del equipo de Lavaca (*MU*). A partir del contacto con editores de revistas en papel, dice, tuvo el impulso de lanzar *Dale!* como

extensión gráfica de la web. Rescata como uno de los grandes logros del asociativismo entre experiencias editoriales la negociación por la pauta publicitaria.

Diego: “Hay un gran éxito de AReCIA que tiene que ver con las capacitaciones, juntarse con gente que tiene exactamente los mismos problemas que uno y ver si la fórmula del otro te puede servir a vos. Eso es intangible, no se puede poner en un Excel, pero todo ese intercambio entre gente del interior y de Buenos Aires, los viajes y el enriquecimiento mutuo son valiosísimos”.

Desde Mendoza, Pablo Lozano también tiene muy presentes los primeros foros de AReCIA, donde se cruzaban experiencias editoriales de distintos puntos del país para intercambiar conocimientos, dudas y consejos. Valora especialmente “la generosidad de la gente que impulsó AReCIA, como Claudia Acuña, que siempre tuvo una mirada de integrar y de expandir” la red de publicaciones hacia los nodos provinciales.

Verónica Rodríguez dice: “En el proceso de *Inquieta*, la relación con AReCIA fue fundante de alguna manera, porque empezamos con esta necesidad de agruparnos con otras revistas, y ahí Lili (González) asumió la articulación. Para nosotras, dentro de lo que es el campo de la danza, es muy importante el vínculo con el sector editorial en términos de lazos, de redes, de oportunidades”.

La integración de *Música Clásica BA* a la asociación les abrió un nuevo panorama, sostiene Gabriela Levite. Fue, por un lado, la posibilidad de gestionar colectivamente una pauta publicitaria estatal, pero también sentir que había un espacio de pertenencia: “Yo busqué contención en AReCIA, no pauta”, confiesa Gabriela. Sus objetivos: “Yo quería aprender y conseguir mejores beneficios; una vez una imprenta nos cobró

el 21% de IVA (corresponde la tasa del 10,5% para este tipo de publicaciones). Me enoja que el tema principal sea la pauta, como si AReCIA no fuera importante igual. Por eso está genial todo lo que están haciendo. Es un lugar de discusión para todas las revistas”.

A Charles Chaplin se le atribuye esta frase: “Mientras nazca un niño, el circo nunca va a morir”. Tal vez haya que remitirse a un incansable editor de revistas culturales como Abelardo Castillo para extrapolar ese pensamiento al quehacer editorial. Castillo escribió, en febrero de 1962, en el texto editorial de *El escarabajo de oro*:

“Por fortuna hay gente empeñada en publicar revistas (...) Somos nosotros (...) los que escribimos y caminamos por los quioscos, y andamos enloquecidos levantando pagarés o gambetéándole a la censura, padeciendo lo que creamos, amándolo; los que quizá nacimos para otra cosa, para inventar novelas grandes, o cuentos inmortales, o poemas irrepetibles, o dramas para siempre, pero de pronto estamos sacando una revista, peleándonos a palabra limpia con la vida, ganándonosela a ellos por decreto de juventud y de pasión: somos – acaso – los únicos que podemos inventar el limpio significado de las bellas palabras; los únicos que tenemos motivos legítimos para hacerlo”.

126 ¿Qué tiene que ver el rock con las criptomonedas? ¿En qué medida pueden dialogar los conciertos en el Teatro Colón con las performances callejeras de la danza contemporánea? ¿Cuál es el punto de confluencia entre Buenos Aires, Rosario y Mendoza? Frente a variadas interpretaciones posibles, en la vereda de las revistas culturales los caminos suelen cruzarse con absoluta naturalidad.

## Revelaciones feministas

*femiñetas* y *Reveladas* son dos proyectos que se unieron a ARECIA el mismo año de la revolución verde, con el mismo espíritu: contar lo que se escribe con los pies y renovar la tradición feminista de la autogestión, hoy.

Por Anabella Arrascaeta

En el año 2019 un grupo de revistas de la provincia de Santa Fe se sumó colectivamente a la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina. No solo tenían en común el territorio: muchas de ellas también compartían ser hijas de la irrupción masiva en las calles del movimiento político, social y cultural de los feminismos.

No hay centro en la autogestión, pero lo que sí hay son muchos bordes: esos espacios, deseos, angustias, y horizontes fermentaron para contar la historia en vivo. Y desde esos bordes, se alimentan las utopías.

Entre esas revistas se encontraban *femiñetas*, así, con minúscula: “Es político – aclaran– una forma de

dar visibilidad a la horizontalidad que necesitamos en los feminismos”; y *Reveladas*. Ambas revistas estaban surgiendo.

Tienen diferentes formatos y lenguajes, comparten la ciudad y la agenda que las motoriza. Y sobre todo, quieren contar eso que sucedía en las calles y generacionalmente las marcó: la ebullición verde por el reclamo de acceso al aborto legal, seguro y gratuito, proyectado a una amplia demanda de derechos por la vida digna y libre de violencias.

Desde la provincia de Santa Fe cuentan cómo se sigue construyendo esa utopía.

## **La trinchera**

Desde 2012, el censo anual que lleva adelante la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina es la herramienta confiable para hacer una radiografía del sector. Su edición, año a año, permite trazar series y observar las transformaciones del sector gráfico y digital autogestivo; de esa observación, nacen también nuevos registros.

Ocho años después de iniciada esta experiencia se incorporaron preguntas que permiten observar la diversidad que las revistas representan, democratizando así la comunicación. El 10° Informe sobre el sector se presentó en diciembre de 2021. Fueron 71 las revistas registradas y censadas, muchas de ellas con un largo camino recorrido: el 61% supera los 10 años de existencia, y el 30% tiene más de 20 años.

La totalidad de las revistas genera fuentes de trabajo para 645 personas: 345 son mujeres (53,5%), 283 varones (43,9%), 10 no binaries (1,6%) y 7 travestis-trans (1,1%).

El censo funciona como una foto del ecosistema de los medios autogestivos. Y aunque esa foto se mueve todo el

tiempo, arroja varias imágenes. En principio, se ve una tendencia a la equidad de género en cuanto a los integrantes de las revistas. Pero también da cuenta de lo que falta aún. Un ejemplo: las personas trans y travestis participan solamente en 4 de las 71 revistas, y las personas no binarias, en 8 de las 71.

Respecto a los puestos directivos se prenden otras alertas: ninguna persona trans ni travesti ocupa puestos de dirección. En 21 revistas las mujeres constituyen más del 50% de las comisiones directivas; en 6 las mujeres son mayoría, no obstante integran menos del 50% de las comisiones. El caso inverso no ocurre: no hay revistas en las que los varones sean mayoría y no sean mayoría en la conducción.

Al revés de esta tendencia, las revistas *femiñetas* y *Reveladas* están integradas mayoritariamente por mujeres, y tienen otro punto en común: son parte de una red solidaria de periodistas de la ciudad. “Entramos a AReCIA porque valoramos que haya una construcción colectiva de muchísimos años sostenida en la diversidad de medios y desde distintos lugares del país”, relata Eugenia Rodríguez, una de las directoras de *Reveladas*, quien en 2013 hizo la tesis para recibirse de licenciada en Periodismo, precisamente, sobre AReCIA: “La idea era aportar a esa construcción colectiva, parándonos en la realidad de los medios autogestivos”.

“Cada decisión política que tomábamos en relación a nuestro proyecto estaba emparentada a la idea fundacional de AReCIA”, describe por su parte Florencia Coll, periodista rosarina que vive en Argentina y en España, alternadamente, y fundadora de *femiñetas*.

Florencia había cursado diez años atrás la Cátedra de Comunicación de la Cooperativa Lavaca que tiene como profesora, entre otras, a la periodista Claudia

Acuña, una de las fundadoras de la Asociación. Desde ese espacio se alienta a concretar y sostener proyectos de comunicación. Cada mes, Florencia viajaba desde Rosario junto a otra periodista, María Cruz Carniello –fundadora luego del gran medio rosarino *Enredando*– para los encuentros: “Era una apuesta de todo el tiempo tratar de construir con otras personas, siempre desde la diversidad de miradas, de cuerpos, de formas”, define.

Más acá de los datos arrojados por el censo, Eugenia reflexiona sobre el mercado laboral de los medios hegemónicos que ofrece muchas veces condiciones patriarcales de producción: situaciones de acoso, violencia, desplazamiento de quienes son madres, y un largo etcétera expulsivo. “Los medios autogestivos se han convertido en una trinchera, cada vez más grande y con mucha fuerza, para muchas periodistas en la que poder crear otras formas de organización”, dice. “Encontramos en AReCIA a medios que ya trabajaban desde la perspectiva feminista, que ya venían con una perspectiva de derechos humanos”.

## **Ilustrar la época**

*femiñetas* es un periódico ilustrado, feminista y transoceánico. Se construye y edita en Rosario, Argentina, donde nació Florencia Coll, y también en Barcelona, España, a donde llegó para cursar en 2017 un máster en género y comunicación.

130

Ella, que venía en conflicto con los medios tradicionales en los que se desempeñaba desde hacía años, decidió investigar sobre el cruce del lenguaje del cómic y los feminismos para su trabajo final del máster. AReCIA tiene un antecedente de cita obligada en este cruce: la revista *Clítoris*, una de sus primeras miembras.

Florencia, de *femiñetas*, comenzó el proceso haciendo



“Un diario en colores y en viñetas”: así se define esta publicación cuya agenda recoge - y se dirige- específicamente a las feminidades e identidades feminizadas. Un periódico interoceánico, colectivo y autogestionado, feminista e ilustrado.

un centenar de cuestionarios a ilustradorxs de ambos países; se encontró así con que muchos se entusiasmaron con la idea de sumarse a un periódico ilustrado en formato de cómic que acompañaría el sustento teórico de su investigación. Ese fue el germen de *femiñetas*: feminismo en viñetas, un modo de comunicar que se pensó con lenguaje claro para traspasar las barreras internacionales, interseccionales, idiomáticas, de edad, raza, cultura, territorio o religión.

Aunque el primer número se planeó como un pliego de cuatro páginas, terminaron siendo doce. Y entonces la reconocida ilustradora e historietista argentina Maitena les dio la bienvenida escribiendo: “Las cosas se están moviendo rápido. No fue hace tanto que me acusaban despectivamente de feminista. Hoy la marea arrastra las voces de muchísimas mujeres que dibujan y cuentan la vida que les toca vivir con una poesía enorme. En un mundo donde los diarios y las revistas están desapareciendo, bienvenido todo lo que las convoque y las difunda”. Fue Maitena también quien sugirió que el nombre *femiñetas* fuera con eñe (ñ), por ser “la letra discriminada e invisibilizada”, explican desde la revista.

132 “La historieta es un lenguaje que me apasiona hace muchísimos años y formó parte de la investigación para el máster que hice”, sigue Florencia. “Me interesaba, sobre todo, referenciarlo como narrativa de un periódico. Y lo elegí porque es la mejor manera que encuentro de condensar la época; tiene una potencia maravillosa y además muchas plataformas para expresarse: papel, fanzines, periódico, y también en la calle”.

*femiñetas* busca contar desde sus páginas sobre maternidades, aborto, migrantes, músicas organizadas, salud mental, sexualidad, deseos, sueños, muchas ve-

ces desde el humor: “Mientras tanto, resistimos y gozamos” reafirma la edición de su décimo aniversario.

“Lo que hizo *femiñetas* fue reflejar algo que ya venía ocurriendo”, dice Florencia. Hoy son más de 200 les ilustradorxs, periodistas, escritorxs, diseñadorxs, todxs de diferentes latitudes: Argentina, España, Alemania, Perú, Brasil, México, Cuba, Uruguay, Colombia, Estados Unidos y Puerto Rico. “El proyecto es autogestión, es interdependencia, y por lo tanto es colectivo”, lo describe.

Al contexto en el que surgieron, 2018, lo definen como de “enorme crecimiento y visibilidad del cómic y la autoedición de mujeres y disidencias”. Desde ese lugar se sumaron a AReCIA, donde por entonces existían otras revistas de historietas como *Maten al Mensajero*, de literatura, historieta y fotografía nacida en 2013.

*femiñetas* editó su primer número en papel en 2018. Se agotó. En la tapa hablaba de la marea verde. Dos meses después, 38 senadores y senadoras votaban a favor del aborto clandestino en Argentina. El derecho al acceso al aborto legal, seguro y gratuito se convirtió en ley recién dos años más tarde. *femiñetas* acompañó desde el cómic todo el camino; por eso se definen como “contemporáneas a lo que se fue encendiendo en las calles: en el espacio público, ahí está todo”.

La llama crece y muta todo el tiempo. Por algo de esto en medio de la pandemia armaron un formato digital que tiene autonomía del formato físico. Lo hicieron porque deseaban “seguir caminando en las calles” pero, a la vez, llevar la calle a la virtualidad: “No renegamos de lo digital para nada, es una herramienta súper útil, pero no la puedo pensar sin complementarse”, definen. Mientras presentan su décimo número en papel siguen haciendo sin pausa: *femiñetas* se convirtió en una máquina de narrar, escribir, dibujar, editar, hacer fiestas,

festivales, ferias y podcasts, como excusas para sostenerse y seguir en las calles.

## **De la calle a la web**

En la ciudad de Rosario nació *Reveladas*, un proyecto de comunicación feminista integrado por periodistas, comunicadoras, fotógrafas, ilustradoras y diseñadoras que se sintieron interpeladas por el movimiento feminista y la calle que reclamaban “paren de matarnos” y aborto legal. “A nuestra generación la atravesó directamente”, dice sin vueltas Eugenia Rodríguez, voz de sus compañeras, la mayoría sub 35.

El cruce de la masividad de los feminismos y la pobreza de los medios de comunicación tradicionales es lo que les permitió entender que era hablar por sí mismas para empujar transformaciones. Al no verse reflejadas en el periodismo comercial, crearon su propio medio: “La calle nos mostró el tipo de periodismo que queríamos hacer, cómo lo queríamos construir, y sobre todo nos animó a hacerlo”, cuenta Eugenia.

El movimiento feminista funcionó entonces como marco y como trampolín del grupo, que en gran parte ya se conocía. El soporte que eligieron fue el digital: armaron una web como una herramienta que escuche, que sea lugar y posibilidad de expresión de las revoluciones que la calle gesta. “Intentamos preguntarnos: ¿para quién escribimos? Por como surgimos siempre estamos muy sujetas a la agenda feminista – marchas, la fechas de los feminismos, los reclamos puntuales, lo que se está activando–, y no hemos encontrado la forma para hablarle a toda la sociedad y no solamente a los feminismos, en su sentido amplio”, reflexiona Eugenia.

Transversalizar la mirada en todos los temas es el desafío cuando hacen crónicas, entrevistas o investigaciones;

# **R**EVELADAS



Escanéa el QR para entrar al portal.

invitan a leer periodismo local sostenido por sus trabajadoras. Desde su territorio rosarino hablan de sindicalismo, salud, maternidades, violencias, deporte, cultura y educación, pero la mirada se expande y dialoga con lo nacional, muchas veces tejiendo redes con otros medios.

Remata Eugenia: “Nuestra idea siempre fue tomar una agenda que vaya siempre más allá de lo ‘estrictamente feminista’, y hablar de todas las problemáticas sociales, de todas las demandas. Que sea una mirada más que una agenda. El desafío es cómo lo escribimos, cómo logramos no solo que nos lean las compañeras feministas o un sector afín”.

## Lo que cuesta

En noviembre de 2020 la Cámara de Diputados de Santa Fe dio media sanción al proyecto de Ley de Fomento a la Producción Autogestiva de Periodismo Cultural, Gráfico y Digital, presentado por la diputada socialista Clara García. Las revistas de esa provincia que integran AReCIA acompañaron y celebraron la iniciativa que busca dar apoyo económico e institucional desde el Estado provincial a producciones independientes destinadas a la difusión de manifestaciones culturales y artísticas santafesinas.

La ley – que toma el proyecto construido para conseguir una ley nacional, nunca fue tratado en el Congreso– apuesta a fortalecer el sector en lo económico, un aspecto que tanto Eugenia como Florencia coinciden, que necesita atención. Pero la Cámara de Senadores no empezó ni siquiera a tratar el proyecto. El último censo arroja datos sobre la precarización del sector: de 645 trabajadorxs, apenas el 56% cobra por su trabajo. Aunque censo a censo el trabajo remunerado representa un porcentaje cada vez mayor, todavía falta.

En *femiñetas* no logran aún tener una remuneración que les permita vivir del proyecto. Con la venta de la revista llegan a cubrir solo una parte de la impresión. “Es el principal conflicto. No concibo todavía trabajar solo digitalmente, pero a su vez tampoco concibo seguir en un loop de precarización, que es lo que de alguna manera se sigue reproduciendo”, reflexiona Florencia.

Para encontrar salidas presentan proyectos, reciben aportes de quienes bancan la idea, venden en librerías y comiquerías, hacen fiestas, ferias y podcasts de radio, piensan en financiamiento colectivo, y también en venta de los próximos números. La edición aniversario,

por los cuatro años de *femiñetas* y los 10 números impresos se realizó con ayuda de un subsidio estatal que permitió no solamente editar e imprimir: por primera vez quienes participaron tuvieron una retribución.

La presentación fue en Rosario y tuvo lecturas, DJ, feria y fiesta. Florencia: “Diez números es un montón. Haber podido generar comunidad es lo más emotivo: el lazo está, el puente transoceánico también se sigue moviendo, y eso es nutritivo y amoroso. Es un buen momento para reorganizarse; desafío y sueños hay un montón. Ganas de laburar, también”.

Para Eugenia la estrategia es “buscar de todos lados”. Eso incluye: la pauta que se gestiona colectivamente desde AReCIA, subsidios, programas, los talleres de comunicación online que comenzaron a dar en pandemia, los talleres en municipios que las llevan a recorrer distintos puntos de la provincia, y una comunidad de socios que aporta mensualmente: “Hay que ir diversificando y sumando de a poquito desde distintos lugares. Hoy tenemos una retribución por trabajo mensual que no llega a ser lo que debería: es a lo que llegamos”.

*Reveladas* acaba de conformarse como cooperativa de trabajo: “Fue una decisión que surge de entender que es necesario encontrar las herramientas que nos permitan de a poco dignificar nuestro laburo, tener una dinámica de trabajo y que sea un proyecto presente y futuro para quienes estamos en él”. Así esperan “fortalecer el trabajo colectivo y la identidad del proyecto, y por otro lado poder obtener más recursos económicos”.

La diversificación de las tareas por deseo o por sostenimiento se da en la mayoría de las publicaciones que conforman AReCIA. Solamente el 29,6% se dedican a realizar la revista, es decir que las tareas

que sostienen suelen ser múltiples y van desde talleres, eventos culturales, a podcasts o producciones en otros formatos. También, en esa misma línea, es común la diversificación en las fuentes de financiamiento, apenas 9 de las 71 revistas seleccionaron una única fuente de financiamiento.

## **Lo que nos gusta**

Cuando Florencia estaba en Barcelona, la llamaron una tarde para contarle que en un taller donde mujeres marroquíes aprenden castellano usaban como material los números de *femiñetas*. “Fue decir: vamos bien si es por acá. Ahí vemos una fortaleza absoluta”, recuerda. “También encuentro fortalezas cuando nos llaman porque leyeron *femiñetas* y nos ofrecen hacer un podcast. O cuando mi sobrino adolescente me habla de lo que publicamos”.

Que circulen la palabra y las imágenes es una de las gratificaciones. Hay otras fortalezas que también son desafíos: “Siempre darle vuelta a la narrativa, encontrar el revés de la trama, disputar los sentidos”.

Eugenia encuentra también entre las fortalezas poder identificar y contar historias. Y que esas historias se compartan con otros medios: ser red de colaboración y no de competencia. “Esa idea de lazo, de encontrarnos y replicarnos, de darles visibilidad a esas construcciones, es lo más importante”, agrega Florencia.

138

Pero hay más. Acaso lo más importante: “Tenemos que hacernos cargo de que esto nos hace sumamente felices: estamos haciendo lo que nos gusta”.

## Inventar lo que no existe

Por Claudia Acuña

El tsunami “redes sociales” terminó de arrasar con el concepto “grandes medios de comunicación” y lo que queda bajo los escombros es el cadáver de las corporaciones mediáticas.

Su única función es asustar, como todo esqueleto sin ataúd.

No es este el resultado de un proceso nuevo – *Clarín* perdió en la década 2009/2019 casi el 60% de las ventas y *La Nación*, el 40%– pero sin duda el coronavirus aceleró esta decrepitud.

El virus los hizo clamar por ayuda estatal para pagar los sueldos, subsidios para comprar insumos, excepciones impositivas extraordinarias y, por supuesto, el adictivo alivio del pago de las cargas sociales, tal como dicta el manual de salvataje de empresas que están al borde de la extinción.

En estos tiempos pospandémicos la impresión en papel de diarios y revistas comerciales ya es casi simbólica, y las maniobras de resucitación a través de la lectura online no alcanzan a compensar los

deterioros de una fórmula que, a pesar de todo el empeño estatal dedicado a asistirlas, no pudo superar los intrincados desafíos de estos tiempos. Así, sin reflejos y ayudados por el respirador artificial de la pauta oficial, los medios saturan las terapias intensivas del sistema público.

Ya no son grandes en el sentido de dimensión del negocio, sino en el cronómetro vital: enormes viejos de la comunicación.

Las últimas noticias, según nos aseguran expertos y pronosticadores, informan que la comunicación ya tiene nuevos ganadores – Facebook, Instagram, Twitter– y un destino cantado por el algortimo. A partir de ahora hacer un medio de comunicación es como trabajar en Rapi: obedecer a un bot para trasladar los propios contenidos hasta portales ajenos, y contribuir así a la fortuna de... Zuckerberg.

¿Hay otra opción?

Hay.

## **La dimensión del deseo**

La primera vez que tuve que explicar qué significa ser una revista cultural independiente fue en el despacho del secretario de Finanzas de la Nación, una enorme oficina tapizada en madera ubicada en el tercer piso del Ministerio de Economía. El funcionario estaba anunciándonos que extendería la alícuota de IVA a todas las publicaciones periódicas y se tomaba la molestia de intentar convencernos de que se trataba de una medida muy sencilla de aplicar: aumentar un 21% el precio de una revista en nada iba a perjudicar la marcha de “nuestros negocios”. Habíamos concurrido a esa reunión junto a Beatriz Sarlo (en aquel momento responsable de la revista *Punto de Vista*) y Gustavo

Noriega (*El Amante*). Recuerdo especialmente cómo nos miramos al escuchar la frase que pronunció el funcionario en un tono muy amable, con la intención de calmarnos y, sin duda, educarnos en las difíciles artes de la macro economía:

–No hay ninguna diferencia entre un zapato y una revista cultural.

Nos vimos obligados así a explicarle que había una sola y, por enorme, convenía que la tuviera en cuenta: gracias a esa única diferencia hiciera lo que él hiciera, nosotras, las revistas culturales independientes, mañana íbamos a estar y quizás él no.

La fecha en que fue pronunciada esa frase hace que me resulte difícil encontrar una mejor definición: era el 18 de diciembre de 2001.

Dos días después un presidente se iba en helicóptero. No sabemos cómo habrá implementado su huida el funcionario en cuestión, pero sí que nosotras, las revistas culturales independientes una vez más nos vimos obligadas a organizarnos y conversar.

Organizarnos y conversar, repito.

De eso se trata: de saber qué hacer y con quiénes.

De saber identificar problemas, distribuir recursos, prever desafíos y mensurar posibilidades.

De saber escuchar y a quién, de tener voz propia, y propia agenda de temas.

Somos hijas de una larga tradición de crisis y somos madres de un sinfín de soluciones que nos han permitido existir, resistir y reproducirnos no a pesar de las políticas económicas, sino gracias a ellas. Nos parió el fracaso, nos crió el default, nos amantó el destrato del Estado, su política de producción de desigualdad, su aliento a la concentración mediática.

Nuestro poder creció con el desprecio académico: a menos inclusión en la currícula, mayores nuestras posibilidades de creación de posibles, el poder de nuestra imaginación y el impacto de nuestros sueños.

Así, sin nada, hicimos lo que quisimos, siempre.

Y en ese acto de amor hay Historia, y por eso mismo hay saberes que nos llegan como toda la sabiduría de la resistencia: por inmanencia, por contagio y por tener en claro una identidad que es hija de la libre elección, autogestiva.

Ser una revista cultural independiente representa ser raíz y ser alas, reconocerse en una memoria larga y en un horizonte amplio, donde hay lugar para todas y espacio suficiente para muchas más.

Ser revista cultural independiente es saberse pocas porque tenemos la dimensión del deseo: queremos siempre más.

Ser revista cultural independiente es inventar lo que no existe a partir de lo que hay.

Y lo que hay, señor funcionario de ayer y de hoy, señora académica de facultad de comunicación pública y privada, señor Presidente, señora senadora, aquello que hay y que construye esa única enorme diferencia; eso que es poder y es maravilla; eso que nos justifica y compromete; eso que nos hace ponernos de pie, emocionarnos y, por qué no, agrandarnos hasta volar por encima de las peores dificultades; esa diferencia, señor Fantasma del Secretario de Finanzas del Nefasto Diciembre de 2001, esa exclusiva diferencia se llama lectoras, lectores.

Estas líneas, entonces, son para agradecer a cada una de las personas que permiten a las revistas culturales independientes, desde hace tanto tiempo hasta hoy, no ser jamás ni cadáveres ni zapatos.

Gracias.

# Catálogo

Las crónicas de este libro involucran a 26 colectivos editoriales que forman o han formado parte de AReCIA. Son apenas una parte de las más de 500 publicaciones que han sido parte de la historia de la Asociación. Este catálogo amplía el mapa, con perfiles sintéticos y contactos de 77 revistas activas censadas en 2021, cuando la organización cumplió su primera década. El registro se actualiza periódicamente en [revistas culturales.org](http://revistas culturales.org)

# 170 ESCALONES

Paraná, Entre Ríos | Desde 2001

Papel y digital | Temáticas: Artes visuales, Fotografía, Diseño, Arquitectura y Urbanismo, Ambiente

*Publicación exploratoria sobre cultura y vida cotidiana realizada desde Paraná, Entre Ríos. Con el impulso de la curiosidad, la página [www.170escalones.com](http://www.170escalones.com) es el mascarón de proa de una serie de producciones, algunas de las cuales derivan en experiencias en papel.*



170escalones.com

✉ [170escalones@gmail.com](mailto:170escalones@gmail.com)  
 📷 [/170Escalones](https://www.instagram.com/170Escalones)  
 🐦 [@170escalones](https://twitter.com/170escalones)

## ACTUALIDAD PSICOLOGICA

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1975

Papel y digital | Temáticas: Psicología, Psicoanálisis, Ciencias Sociales, Humanidades, Filosofía

*Sale mensualmente y aborda temáticas que afectan a la comunidad desde su perspectiva psicológica, psicoanalítica y desde otras lecturas para que sean de utilidad a una mayor comprensión. Es una publicación de consulta necesaria para profesionales y público de diversas áreas.*



actualidadpsi.com

✉ [info@actualidadpsi.com](mailto:info@actualidadpsi.com)  
 📷 [/ActualidadPsi](https://www.facebook.com/ActualidadPsi)  
 🐦 [@actualidadpsi](https://twitter.com/actualidadpsi)



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1990  
Digital | Temática: Aviación

*Es un portal especializado en temáticas de aviación civil con una trayectoria de 30 años. Hasta la pandemia funcionó como revista impresa. Recorre la historia y la cultura aeronáutica. Ofrece información técnica fundamental para los distintos actores del sector.*



aeromarket.com.ar

✉ luis@aeromarket.com.ar  
f /AeroMarketAR  
t @AeromarketAR



Bariloche, Río Negro | Desde 2004  
Actualmente digital | Temáticas: Política, Niñez y Adolescencia, Géneros,  
Educación, Ambiente, Economía Social

*Sale mensualmente y aborda las temáticas que afectan a la comunidad desde su perspectiva psicológica, psicoanalítica y desde otras lecturas para que sean de utilidad a una mayor comprensión. Es una publicación de consulta necesaria para profesionales y público de diversas áreas.*



almargen.org.ar

✉ coopcomunicacionalmargen@gmail.com  
i f /ColectivoAlMargen

# ANDÉN DIGITAL

González Catán, provincia de Buenos Aires | Desde 2008  
 Digital | Temáticas: Ciencias Sociales, Humanidades, Filosofía, Política,  
 Educación

*Periódico Andén y andendigital.com.ar son publicaciones periódicas, culturales y constituyen una comunidad de lectores y colaboradores interesados en la comunicación autogestiva de ideas, experiencias, análisis, investigaciones y narrativas.*



andendigital.com.ar

✉ periodicoanden@gmail.com  
 f /periodicoandendigital  
 t @andendigital

---

# angular

Colonia Santa Teresa, La Pampa | Desde 2017  
 Digital | Temáticas: Fotografía, Audiovisual, Literatura, Ciencias Sociales,  
 Política, Ambiente, Economía social

*Es una plataforma de periodismo narrativo con foco en la identidad y la dignidad de las personas. Las historias publicadas nacen en el encuentro: esa es la mejor manera de lograr un material cuidado y honesto. También realizan capacitaciones, exposiciones y eventos periodísticos.*



espacioangular.org

✉ migueroth@gmail.com  
 @espacioangular  
 @EspacioAngular



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2011  
 Digital | Temáticas: Economía social, Política, Educación, Ciencias Sociales

*Es la primera agencia de noticias de la economía social, solidaria y popular en la Argentina. Nacida en 2010, tiene la misión de trabajar la noticia en estado puro y visibilizar a un sector que representa al 10% del Producto Bruto Interno nacional.*



ansol.com.ar

✉ redaccion@ansol.com.ar  
 @ /AnSOLNoticias  
 @ansolnoticias



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2009  
 Digital | Temáticas: Audiovisual, Música, Literatura

*ArteZeta es una revista digital cultural que nació en 2009. Lleva más de una década construyendo un mapa de lecturas sobre música, literatura, cine y series. Indaga sobre las y los protagonistas de la cultura latinoamericana. Desmenuza, analiza y profundiza. Hace crítica.*



artezeta.com.ar

✉ contactoartezeta@gmail.com  
 @ /artezeta  
 @artezeta\_

# ATLETISMO ARGENTINO

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1989  
Actualmente digital | Temática: Deportes y Juegos

*Es el único medio gráfico especializado en atletismo del país. La revista mensual fundada en 1989, se publicó ininterrumpidamente en papel hasta 2018 y desde entonces en formato digital. Además edita un libro anual y desde 2020 cuenta con web propia.*



atletismoargentino.com.ar

✉ luisdariopintos@gmail.com  
f /revistaatletismoargentino  
t @AtletismoAr

# AYESHA

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1978  
Papel y digital | Temáticas: Artes, Audiovisual, Música, Literatura, Ciencias Sociales, Educación

*Publicación de la agencia y editorial del mismo nombre que surgió como revista literaria fundada por el escritor, periodista y docente Alex Margulis en 1978. Difunde literatura inédita y presta servicios para autores emergentes y consagrados.*



ayesha.com.ar

✉ ayeshasegundaepoca@gmail.com  
f /ayesharevistalibro  
t @ayesharevista



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1994  
Digital | Temática: Artes Escénicas

*Balletin Dance, La Revista Argentina de Danza, nace en 1994 para comunicar y vincular a quienes se dedican al arte de la danza: difundimos toda la actividad del mundo de la danza, entendiéndola como manifestación artística, que utiliza al cuerpo humano para expresarse.*



balletindance.com

✉ margoyburu@gmail.com  
f /BalletinDance  
t @BalletinDance



Paraná, Entre Ríos | Desde 2001

Papel y digital | Temáticas: Niñez y adolescencia, Géneros, Educación, Ambiente, Economía popular, Literatura, Música

*Surgió como publicación para dar una oportunidad laboral a personas en situación de vulnerabilidad. Se volvió medio comunitario (también en radio, FM 89.3) donde se pueden contar las historias de todo modo. Narra lo que nos pasa, eso que no entra en la agenda de los medios masivos.*



barriletes.org.ar

✉ kay.ed13@gmail.com  
f /barriletes.pna  
t @revista\_barriletes



Rosario, Santa Fe | Desde 2019

Papel y digital | Temáticas: Artes Escénicas, Artes Visuales, Fotografía,  
Audiovisual, Música, Literatura, Ciencias Sociales

*Es una revista de Rosario con informaciones sobre cultura. Fue fundada por el periodista, escritor y productor discográfico Horacio Vargas. Lo acompañan en la dirección Sebastián Riestra, jefe de Cultura de La Capital de Rosario, y Perico Pérez, editor de Homo Sapiens y librero.*



barullo.com.ar

✉ barullorevista@gmail.com  
 Instagram Facebook /barullorevista



Roldán / Rosario, Santa Fe | Desde 2014

Digital | Temáticas: Géneros, Artes Escénicas, Fotografía, Literatura, Política,  
Educación

*Nació como productora de contenidos con perspectiva de género en el año 2014. Además de la página web, tiene una radio y realiza eventos culturales. Otorga un espacio de comunicación a mujeres y diversidades.*



bichosraros.com.ar

✉ bichosrarosenlosmedios@gmail.com  
 Instagram Facebook /BichosRarosEnLosMedios  
 Twitter @bichosradio



Concordia, Entre Ríos | Desde 2004

Papel y digital | Temáticas: Artes Escénicas, Artes Visuales, Fotografía,  
Audiovisual, Música, Literatura, Géneros, Ambiente

*Revista y web cultural que informa acerca de la actividad artística y educativa de Concordia y la costa del Uruguay. Fomenta la literatura, entrevista a artistas y tiene una sección especial dedicada a las historietas de autores locales.*



bocaaboca.com.ar

✉ via@bocaaboca.com.ar  
 @ /bocaabocaweb

**enredando**  
 comunicación popular

Rosario, Santa Fe | Desde 2002

Digital | Temáticas: Niñez y Adolescencia, Géneros, Educación, Economía Social, Derechos Humanos

*Proyecto de Comunicación Popular de la Asociación Civil Nodo Tau. Su página web alberga un boletín electrónico de noticias, una agencia popular de publicación abierta, y una sección donde organizaciones y experiencias colectivas y populares de la región cuentan su historia.*



enredando.org.ar

✉ boletinenredando@gmail.com  
 @ /Boletin enREDando  
 @BolenREDando

# CHARCO

Santa Fe y Paraná | Desde 2019

Digital | Temáticas: Política, Géneros, Ambiente, Ciencias Sociales, Filosofía, Artes Visuales, Música, Literatura

*Organizada en forma cooperativa, es una revista de periodismo narrativo y cultural del litoral argentino, con base en Santa Fe y Paraná: “Contamos historias. Las buscamos, las estamos esperando, como la vieja del agua. Cuando aparecen, el charco salpica”*



revistacharco.com.ar

✉ contactocharco@gmail.com  
 @ /revistacharco  
 @revistacharco

# Citrica

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2011

Papel y digital | Temáticas: Ambiente, Géneros, Política, Economía social, Derechos Humanos

*Fundada como cooperativa tras el cierre del diario Crítica, edita una revista mensual y una página web donde prioriza las voces de las distintas comunidades (Pueblos originarios, comunidad LTBIQ+, migrantes, etc). Realiza periodismo sociocultural desde los territorios.*



revistacitrica.com

✉ citricarevista@gmail.com  
 @ /citricarevista  
 @revistacitrica

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2006  
 Digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales

*Periódico comunal que publica noticias vinculadas a los barrios de Villa Urquiza, Villa Pueyrredón, Coghlan y Saavedra.*



lacomuna12.com.ar

✉ lacomuna12@gmail.com  
 f /comuna12  
 @lacomuna12

---

## Revista Correo del Arte

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1980  
 Papel y digital | Temáticas: Artes Visuales, Fotografía

*Correo del Arte es una publicación mensual sobre artes visuales. Con 42 años de existencia informa sobre muestras, bases de concursos, becas, subsidios, talleres, cursos y toda la información que el artista y el apasionado del arte necesitan.*



revistacorreodelarte.blogspot.com

✉ correodelarte@hotmail.com  
 f /correodelarte

# DESDE BOEDO

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2001  
 Papel y digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales, Literatura, Política,  
 Géneros, Educación, Humor

*En noviembre de 2001, en momentos en que el país iba a enfrentar una de sus peores crisis, casi como un acto de fe, apareció el periódico DESDE BOEDO. Se reparte gratis en toda la Comuna 5 y forma parte de la Red de Cultura de Boedo*



[periodicodesdeboedo.com.ar](http://periodicodesdeboedo.com.ar)

 /pdesdeboedo  
 @Desdeboedo



Ramos Mejía, provincia de Buenos Aires | Desde 2017  
 Digital | Temáticas: Tecnologías digitales, Hardware y software, Videojuegos,  
 Derechos Humanos

*DHyTecno es un medio digital conformado por un canal de Telegram, un newsletter mensual y un sitio web con artículos informativos y columnas de análisis y opinión.*



[dhytecno.ar](http://dhytecno.ar)

 /dhytecno  
 @dhytecno

# Diario de los poetas

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2000

Papel | Temática: Libros, Literatura, Poesía

*Publicación de distribución gratuita editada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por Eduardo Monte Jopia. Publica exclusivamente poesía. Su lema es: "Poesía más poesía es igual a cultura".*

✉ [editorialtresmauno@yahoo.com.ar](mailto:editorialtresmauno@yahoo.com.ar)

---

## EL ADÁN

DE BUENOS AYRES

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2003

Papel y digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales, Ambiente, Economía social, Ciencias Sociales

*Periódico mensual de distribución gratuita. Difunde principalmente información relevante para los habitantes de la ciudad de Buenos Aires. Tiene secciones dedicadas a la salud y a los pueblos originarios.*



[eladanbuenosayres.com.ar](http://eladanbuenosayres.com.ar)

✉ [eladanbuenosayres@gmail.com](mailto:eladanbuenosayres@gmail.com)

f /eladan

t @eladan



El Arbol  
CULTURA

Río Tercero, Córdoba | Desde 2017

Digital | Temáticas: Artes Escénicas, Artes Visuales, Fotografía, Música, Literatura, Diseño

*Nace en el año 2017 en la ciudad de Río Tercero, en el interior de la provincia de Córdoba. Difunde cultura, desde la voz de los artistas independientes que desarrollan sus proyectos vinculados a la música, las artes escénicas, la literatura, la plástica y también a la gestión.*



elarbolcultura.com.ar

✉ contactoelarbolcultura@gmail.com  
 @Elarbolcultura  
 @elarbolcultura



elbarrio  
pueyrredón

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1999

Papel y digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales

*Publica información sobre historia, sociedad y cultura del barrio de Villa Pueyrredón en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Su lema es: “Una manera sensible de observar Villa Pueyrredón y barrios vecinos”.*



elbarriopueyrredon.com.ar

✉ elbarriovp@gmail.com  
 /periodicoelbarriopueyrredon  
 /elbarriopueyrredon

# elmiércolesdigital

Concepción del Uruguay, Entre Ríos | Desde 2000  
 Digital | Temática: Artes Escénicas, Artes Visuales, Música, Literatura, Poesía,  
 Educación, Deportes y juegos

*Editada hace 22 años por la cooperativa de igual nombre, fue semanal, mensual y quincenal en su versión impresa. Hoy en su edición digital sigue haciendo periodismo con opinión y humor, con una mirada propia desde los valores de la cooperación.*



elmiércolesdigital.com.ar

✉ yuarman@gmail.com  
 @ /elmiércolesdigital  
 @elmatienzo

---

# FARDOM

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1997  
 Digital | Temática: Artes Escénicas

*Revista semestral dedicada íntegramente al arte de los títeres. Publicación independiente, creada en 1997 por Pablo Sáez junto a Javier Cancino y Guillermo Bernasconi.*

✉ elfardom@yahoo.com.ar  
 @ /Elfardom

# feminietas

Rosario, Santa Fe | Desde 2018

Papel y digital | Temáticas: Géneros, Política, Educación, Humor, Ambiente,  
Economía social

*Su lema es feminismo en viñetas. La revista ya lleva siete ediciones publicando historietas, ilustraciones, crónicas y poesías. Siempre con humor y perspectiva feminista. Es una revista transoceánica: se publica en la ciudad de Rosario y en Barcelona, España.*



feminetas.com

✉ feminetas@gmail.com  
 f /feminietas  
 @feminetas1

## Güarnin!

Morón, provincia de Buenos Aires | Desde 2004

Digital | Temáticas: Música, Política, Géneros, Asuntos barriales o vecinales,  
Economía social

*Revista de la Cooperativa de Trabajo fundada en 1986 que sostiene también FM En Tránsito. Güarnin! es la pata gráfica del proyecto y presta especial atención a la cultura y las movidas sociales de Morón, Ituzaingó, Hurlingham, Merlo, Moreno, La Matanza y Tres de Febrero.*



fmentransito.org.ar

✉ laurayanella@gmail.com  
 f /guarnin  
 @guarnin

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2009  
 Digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales

*Periódico zonal que informa las novedades de la Comuna 15 y las actividades socioculturales del Club Comunicaciones.*



infoagronomia.com.ar

✉ correo@infoagronomia.com.ar  
 f /agronomiabarrío  
 t @barrioagronomia

---

## INQUIETA

revista contemporánea de danza y artes del movimiento

Rosario, Santa Fe | Desde 2004  
 Papel y digital | Temáticas: Danza y artes del movimiento

*Ganadora del Premio Abelardo Castillo para Nuevas Revistas Culturales 2010. Forma parte de la asociación civil sin fines de lucro COBAI (Asociación de Coreógrafos, Bailarines, Investigadores en el Movimiento y Expresión Corporal Independientes).*



cobai.org

✉ cobairosario@gmail.com  
 f /revistainquieta



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2002

Papel | Temática: Música

*Revista digital, página web, biblioteca online y podcasts dedicados exclusivamente a la música. Entrevistas con bandas nacionales y extranjeras. Informes sobre músicos, bandas, escenas y géneros.*



jedbangers.com.ar

✉ jedbangers@gmail.com  
 Instagram /jedbangers  
 Twitter @jedbangers



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1992

Digital | Temáticas: Cuerpo, Salud, Anatomía, Kinesiología, Disciplinas corporales

*Una publicación especializada que aborda al cuerpo, más allá de lo orgánico, como una construcción continua en la que participan la cultura, la historia, lo social, el arte, los medios, la política, la biopolítica y el poder... Se edita en forma ininterrumpida hace 30 años.*



revistakine.com.ar

✉ juliapomies@revistakine.com.ar  
 Instagram @revista.kine

# KOOCH

ESPIRITU DE MONTAÑA

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2006

Papel y digital | Temática: Deportes y juegos

*“Espíritu de montaña”, dice su lema, ya que es una revista especializada en montañismo y escalada. Kooch es el nombre de un dios tehuelche del pueblo originario de la zona de El Chaltén, característico lugar para practicar deportes de montaña.*



kooch.ar

✉ [revistakooch@gmail.com](mailto:revistakooch@gmail.com)

# LA BOCINA

PERIODISMO VECINAL INDEPENDIENTE DESDE 1986

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1986

Papel y digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales, Economía social

*“Periodismo vecinal independiente desde 1986” aseguran en su web, su revista impresa y también en el programa de radio: sus tres formatos. Viven en Floresta - Monte Castro, y brindan info de las Comunas 10 y 11 de la ciudad. Declarada de Interés Cultural por la Legislatura.*



labocina.info

📷 [/la.bocina](https://www.instagram.com/la.bocina)

# LA CANCIÓN DEL PAÍS



Rosario, Santa Fe | Desde 2012  
Digital | Temáticas: Artes Escénicas, Artes Visuales, Literatura

*Refleja en qué anda la cultura rosarina, con un diseño moderno que incluye secciones separadas por disciplina, agenda y un apartado de convocatorias destinado a artistas. También tiene un programa de radio en la UNR FM 103.3 que se puede escuchar en Spotify e Ivoox.*



[lacanciondelpais.com.ar](http://lacanciondelpais.com.ar)

✉ [perryvedia@hotmail.com](mailto:perryvedia@hotmail.com)  
 📷 [/lacanciondelpais\\_](https://www.instagram.com/lacanciondelpais_)

# La Dedicatoria

Mendoza | Desde 2021  
Digital | Temáticas: Artes Visuales, Libros, Literatura, Poesía, Política, Humor

*Revista de literatura artística de Mendoza. Periódicamente reúne obra de diferentes artistas -escritores, ilustradores y más- y les da unas líneas iniciales de presentación: una dedicatoria. Organizan festivales de visuales y poesía para ponerlos en escena y bancar el proyecto.*



[ladedicatoria.tumblr.com](http://ladedicatoria.tumblr.com)

✉ [marieljmatoz@gmail.com](mailto:marieljmatoz@gmail.com)  
 📷 [/ladedicatoriarevista](https://www.facebook.com/ladedicatoriarevista)  
 📷 [/la\\_dedicatoria](https://www.instagram.com/la_dedicatoria)

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1994  
Papel y digital | Temáticas: Artes Escénicas, Artes Visuales, Literatura,  
Humanidades, Política

*Nació por iniciativa del grupo Movimiento por la Verdadera Historia. La identidad argentina y su choque con las políticas neoliberales caracterizaron sus primeros números. Hoy interviene en debates teóricos; editorializa sobre la coyuntura política; publica libros.*



revistalamarea.com.ar

✉ revistalamarea@yahoo.com.ar  
f /LaMareaRevistaCultural  
📷 /la\_mareaok



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2003  
Papel y digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales, Ambiente

*Oriundo de la zona oeste de la Capital, difunde información relativa a los distintos barrios porteños: actividades culturales, información oficial, noticias de último momento y de interés general.*



lapostacapital.com.ar

✉ lapostacapital@yahoo.com.ar  
f /laposta.capital  
📷 @lapostacapital

# LAPRIMERAPIEDRA

Olivos, provincia de Buenos Aires | Desde 2014  
Digital | Temáticas: Política, Literatura, Derechos Humanos

*Revista digital autogestionada nacida en 2014 de la mano de un grupo de estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UBA. Ahora también produce un podcast. Se centran en la crítica cultural y narran historias a veces olvidadas, sin esconder la mano.*



laprimerapietra.com.ar

✉ hola@laprimerapietra.com.ar  
f /Laprimerapietraweb  
t @revistalpp

## La Pulseada

La Plata / Berisso / Ensenada | Desde 2002  
Papel y digital | Temáticas: Política, Niñez y adolescencia, Géneros, Música, Literatura

*Es un emprendimiento periodístico de la Obra del Padre Carlos Cajade. Comenzó a gestarse en la Primera Marcha Nacional de los Chicos del Pueblo, en 2001. Ofrece contenidos con anclaje en su región y con una mirada preocupada por los derechos de las infancias.*



lapulseada.com.ar

✉ lapulseada@gmail.com  
f /lapulseada  
t @lapulseada

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2011  
Papel y digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales, Economía social

*Cooperativa de trabajo que edita y distribuye un periódico que informa fundamentalmente sobre el barrio de Parque Chacabuco. Promueven la economía social a escala barrial, informan de actividades, hacen entrevistas, remueven historias.*



lacomuna7.com.ar

✉ cooperativataba@gmail.com  
f /cooperativa.lataba  
t @latabacoop

---

Revista  
**Link!**

Yerba Buena, Tucumán | Desde 2010  
Digital | Temáticas: Ciencias Sociales, Política, Géneros, Educación,  
Ambiente

*Revista cultural autogestiva e independiente de pensamiento y opinión. Dedicada a la investigación, desarrollo de informes, entrevistas, reportajes, banco de imágenes y producción fotográfica propia.*



revistalink.com.ar

✉ adgil\_06@hotmail.com  
f /Revista-Link-188916254464831

# Llegas

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2004

Papel y digital | Temáticas: Artes Escénicas, Artes Visuales, Audiovisual,  
Literatura

*Publicación de distribución gratuita con información sobre la vida cultural en la ciudad. La podés manotear en teatros y espacios culturales. Contiene reseñas y entrevistas sobre música, letras, danza y fundamentalmente teatro. También tiene una hermosa web y está en Youtube.*



revistallegas.com.ar

✉ ricardotamburrano@gmail.com  
 f /revistallegas  
 t @RevistaLlegas



Berazategui, provincia de Buenos Aires | Desde 2017

Digital | Temáticas: Libros, Literatura, Poesía

*Lubidulia es una mirada poética que nos invita a cuestionar paradigmas, a crear lazos y redes. Poesía y comunicación son herramientas humanizantes, incómodas y creativas en medio de tanta intemperie. Nos importan la belleza y la imaginación como modo de vivir.*



lubiduliapoesia.com

✉ lubiduliapoesia@gmail.com  
 f /Lubidulia- poesia  
 @ /lubiduliapoesia



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2006  
Digital | Temática: Odontología científica

*Revista que ofrece información para profesionales a través de notas técnicas, informativas, científicas, novedades sobre productos y técnicas, reportajes a profesionales del sector, empresarios y diversos protagonistas del quehacer odontológico.*



magazinedental.com

✉ aes.editorial@gmail.com  
 @ /magazinedental



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1993  
Digital | Temáticas: Artes Visuales, Fotografía, Audiovisual, Literatura, Educación

*Fue pionera en comunicación cultural y la primera en digitalizar portfolios de artistas. Inició su versión digital en 2001. El proyecto, que también estuvo a cargo del festival de arte contemporáneo MIRÁ, ofrece hoy distintos servicios de comunicación y gestión cultural.*



revistamagenta.com

✉ magenta@revistamagenta.com  
 @ /revistamagenta  
 @revistamagenta

# MALAS ARTES

Tandil, provincia de Buenos Aires | Desde 2017

Papel | Temáticas: Artes Visuales, Fotografía, Música, Literatura, Géneros

*Bianual y autogestiva, creada para generar un espacio que diera a conocer y revalorizara el arte tandilense. Tiene segmentos de literatura, fotografía, ilustración, cómic, pintura, arte digital, escultura, performances, dibujos y música; de artistas reconocidos a incipientes e inéditos.*



revistamalasartes.com.ar

✉ revistamalasartes@gmail.com  
 @revistamalasartes

# MATE

Paraná, Entre Ríos | Desde 2017

Digital | Temáticas: Sustancias psicoactivas, Política, Ciencias Sociales, Educación, Ambiente

*Informa sobre sustancias psicoactivas sin chamuyo. Periodismo con enfoque de derechos humanos para sacar a las drogas del clóset. Del quechua mati 'calabacita': m.: infusión de yerba mate que por lo común se toma sola y ocasionalmente acompañada con yerbas medicinales.*



revistamate.com.ar

✉ lamaterevista@gmail.com  
 @revistamate  
 @revistamate

# MI BELGRANO

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1999  
Papel y digital | Temática: Asuntos barriales o vecinales

*Enfocada en la Comuna 13, barrios de Belgrano Colegiales y Nuñez, brinda información de todo tipo: noticias, servicios, tránsito, cultura, educación, alimentos, inseguridad, propiedades, consorcios, mascotas, etcétera. Sus dos fuertes: los clasificados y el correo de lectorxs.*



mibelgrano.com.ar

✉ mibelgrano@gmail.com  
 @mibelgrano  
 @mibelgrano

---

**Miraba** BA  
LA REVISTA DE BUENOS AIRES

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2016  
Digital | Temáticas: Literatura, Música, Artes Escénicas, Artes Visuales,  
Fotografía, Audiovisual

*Una revista de interés general volcada al área cultural. Literatura, plástica, espectáculos, turismo y sociales son los temas centrales de la publicación, centrados en la Capital y la provincia de Buenos Aires. Mensual y de acceso gratuito a través del sitio web o por suscripción al mail.*



revistamiraba.com.ar

✉ revistamiraba@gmail.com  
 /revistamiraba

# MU lavaca

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2001

Papel y digital | Temáticas: Política, Ambiente, Géneros, Economía social,  
Música, Fotografía, Audiovisual, Literatura

*Cooperativa de comunicación fundada en plena crisis de 2001. Además de la agencia y la revista, produce contenidos audiovisuales y radiales, publica libros, organiza campañas y talleres, y tiene su propio espacio cultural: MU Trinchera Boutique, situado en Buenos Aires.*



lavaca.org

✉ cooperativavaca@gmail.com  
 f /lavaca-mu  
 t @lavacatuitera



## MusicaClasicaBA

El mundo de la música clásica en un solo lugar

San Isidro, provincia de Buenos Aires | Desde 2013

Papel y digital | Temática: Música

*Es una revista y sitio web que rompe con la idea de que la música clásica pertenece a una edad o clase social. Fomenta la interacción entre músicos, agentes del sector público y privado y el público en general, permitiendo afianzar los lazos culturales y artísticos de nuestro país.*



musicaclasica.com.ar

✉ musicaclasicaba@gmail.com  
 i /MusicaClasicaBA  
 t @MusicaClasicaBA

# Mural

Rafaela, Santa Fe | Desde 1989

Temáticas: Música, Política, Niñez y adolescencia, Géneros, Ambiente,  
Economía social

*Apunta a difundir y visibilizar las voces, las historias y las organizaciones sociales de la ciudad de Rafaela y la provincia de Santa Fe. Brinda herramientas a los sectores con menos recursos para que ellos mismos puedan llevar adelante los proyectos comunicacionales.*

✉ mural-comunicacion@hotmail.com  
 @ /muralcomunicacion



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2015

Digital | Temáticas: Política, Géneros, Economía social, Deportes y juegos,  
Audiovisual, Música, Literatura

*Un colectivo de comunicadores y comunicadoras que conformaron la Cooperativa de Trabajo «Comunicación y Cultura». Revista digital con formato de revista, que realiza coberturas periodísticas diarias tanto gráficas como audiovisuales.*



revistappv.com.ar

✉ info@revistappv.com.ar  
 @ /RevistaPPV  
 @Revistappv

portal  
**ParqueChas**web  
*la memoria del laberinto*

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2000  
 Digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales

*Contiene principalmente notas de interés patrimonial y de interés general sobre el pasado y el presente de Parque Chas y barrios aledaños. Notas de investigación, galería de fotos (antiguas y actuales), guía barrial, cartelera de eventos y más.*



parquechasweb.com.ar

✉ portalparquechasweb@gmail.com  
 f /ParqueChasWeb  
 t @parquechasweb

**Producción**  
 Agroindustrial del NOA

Yerba Buena, Tucumán | Desde 1989  
 Temática: Agricultura

*Es una edición independiente que trata sobre temas relacionados al sector agrícola/ganadero y agroindustrial del norte de Argentina. Fue una de las primeras publicaciones argentinas que aparecieron en internet, en 1996. Tiene todo su archivo disponible.*



produccion.com.ar

✉ revistaproduccion@gmail.com  
 f /revistaproduccion  
 t @RevProduccion

# purochamuyo

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2015

Digital | Temáticas: Fotografía, Música, Ciencias Sociales, Humanidades,  
Filosofía, Política, Ambiente

*Pensamiento crítico y cultura. Publica desde 2015 sin interrupción con cobertura de temas de actualidad nacional e internacional así como debates contemporáneos de cultura, derechos humanos, ecología, educación, salud y ética.*



purochamuyo.com

✉ dariobursztyn@gmail.com  
 f /cuadernos de Crisis  
 t @purochamuyo2



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1989

Papel y digital | Temáticas: Artes Escénicas, Artes Visuales, Fotografía,  
Audiovisual, Música, Literatura, Cursos

*Dedicada exclusivamente a la difusión de actividades culturales de la ciudad de Buenos Aires. Aparece en forma cuatrimestral con la más completa información sobre teatro, artes plásticas, música, danza, libros, cursos, talleres, ferias, cine y turismo cultural.*



quehacemosonline.com

✉ revista.qh@gmail.com  
 @ /RevistaQueHacemos  
 t @qhonline



Rosario, Santa Fe | Desde 2018

Digital | Temáticas: Literatura, Ciencias Sociales, Humanidades, Filosofía,  
Géneros, Artes Visuales, Audiovisual, Música

*Tiene por objeto pensar de manera afectiva el espíritu de esta época. Registra las acciones del campo artístico, pero también social y político de Rosario, el país y el mundo, generando una reflexión en torno a las políticas culturales y el hacer y pensar lo contemporáneo.*



revistarea.com

✉ virgiacosa@gmail.com  
 @ /rearevista  
 @rearevista

## Replay

Vicente López, provincia de Buenos Aires | Desde 2016

Papel y digital | Temáticas: Tecnologías digitales, Hardware y software,  
Videojuegos

*Es una publicación sobre videojuegos retro en la que intentamos reconstruir el inicio de la industria, con especial énfasis en lo ocurrido en Argentina. Nuestra misión es convertir esa historia oral en un registro perdurable que sume a nuestro acervo cultural nacional.*



revistareplay.com.ar

✉ juanignaciopapaleo@gmail.com  
 @ /revistareplay  
 @revista\_replay



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1993  
 Papel y digital | Temáticas: Política, Géneros, Ambiente

*Es una experiencia comunicacional que vino a cumplimentar la tarea que desde siempre se dan los pueblos y sus organizaciones populares para enfrentar la tergiversación informativa o, como se denomina actualmente, el terrorismo mediático.*



[resumenlatinoamericano.org](http://resumenlatinoamericano.org)

✉ [resumenrebel@gmail.com](mailto:resumenrebel@gmail.com)  
 @resumenlatinoamericano  
 @ResumenLatino

---

## REVELADAS

Rosario, Santa Fe | Desde 2019  
 Digital | Temáticas: Política, Niñez y adolescencia, Géneros, Educación,  
 Economía social

*Proyecto de comunicación feminista integrado por periodistas que nos sentimos interpeladas por esta coyuntura y apuntamos a colaborar, desde la pasión y el compromiso por este oficio, para construir una sociedad más justa, democrática, solidaria y feminista.*



[reveladas.com.ar](http://reveladas.com.ar)

✉ [prensaeugeniarodriguez@gmail.com](mailto:prensaeugeniarodriguez@gmail.com)  
 @reveladasweb  
 @Reveladasweb

# ROCKSALTA

Salta | Desde 2006  
Digital | Temáticas: Música, Libros, Literatura, Poesía

*Es el portal de rock más importante del interior de Argentina. Cubre música en vivo y espectáculos en Salta, además de Jujuy, Tucumán, Santiago del Estero, Córdoba y Buenos Aires. Noticias, entrevistas, coberturas sobre el rock, pop, reggae, heavy metal, indie y todos los estilos.*



rocksalta.com

✉ scastellanos@rocksalta.com  
 @ /rocksalta  
 @rocksalta



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 1996  
Papel y digital | Temáticas: Música, Tecnologías digitales / Hardware y software / Videojuegos

*Rock.com.ar es el sitio web independiente sobre música más antiguo y con mayor cantidad de visitas del país. Posicionado como “el website del rock argentino” gracias a su enciclopedia. Además, produce contenidos periodísticos y documentales en audio de descarga libre.*



rock.com.ar

✉ diegogassi@gmail.com  
 f /wwwrockcomar  
 @rockcomar



Gonnet, provincia de Buenos Aires | Desde 2018  
 Digital | Temáticas: Literatura, Artes Visuales, Fotografía, Audiovisual, Artes  
 Escénicas, Música

*Dirigida por Maximiliano Curcio, Siete Artes es una publicación dedicada a brindar contenidos acerca de las actividades artísticas de todo el mundo, con una mirada plural y a través de distintos géneros: ensayos, poesías, muestras de fotos, reseñas, comentarios y más.*



revistasieteartes.com

✉ maximiliano\_curcio@hotmail.com  
 f /RevistaSieteArtes  
 t @Revista7Artes

# SINCERCO

Rosario, Santa Fe | Desde 2016  
 Digital | Temáticas: Fotografía, Audiovisual, Política, Géneros, Educación

*Es un espacio para enfrentar la desinformación y el aislamiento a los que son sometidos diversos sectores populares, conformado en 2016 por militantes de distintos espacios sociales, políticos y gremiales de Rosario: periodistas, fotógrafxs, comunicadorxs y realizadorxs audiovisuales.*



sincerco.com.ar

✉ agenciasincerco@gmail.com  
 f /AgenciaSinCerco  
 t @sincerco



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2017

Digital | Temáticas: Literatura, Audiovisual, Música, Ciencias Sociales, Humanidades, Filosofía

*Es una experiencia que piensa la cultura como uno de los escenarios de la lucha de clases. No el único. No el menor... Literatura, historieta, música, teatro, cine, series, entrevistas y ensayos con un pie en la vigilia y otro en el sueño.*



sonambula.com.ar

✉ pedroperucca@gmail.com  
 @ /RevistaSonambula



Rosario, Santa Fe | Desde 1995

Papel y digital | Temáticas: Artes Escénicas

*Publicación desarrollada por el Grupo Laboratorio de Teatro “El Rayo Misterioso”, que funciona en la ciudad de Rosario desde 1994, como una asociación civil sin fines de lucro.*



elrayomisterioso.org.ar

✉ laboratorio@elrayomisterioso.org.ar

Desde 2020

Digital | Temáticas: Ambiente, Economía social, Agroecología, Derechos campesinos e indígenas

*Es un medio de comunicación que nace para contar lo que pasa en el campo desde la mirada de quienes producen alimentos: familias campesinas, pequeños productores, comunidades indígenas, cooperativas. Brotó para sumarse a las voces de esos “otros campos”.*



agenciaterraviva.com.ar

✉ info@agenciaterraviva.com.ar  
f /Agencia-Tierra-Viva  
t @Tierra\_Viva\_



San Fernando, provincia de Buenos Aires | Desde 2010

Digital | Temáticas: Artes Escénicas, Artes Visuales, Fotografía, Audiovisual, Música, Literatura

*Desde 2010 difunde la actividad cultural del Conurbano Norte. Promueve el trabajo de artistas, grupos, espacios, fomentando el desarrollo cultural y la identidad regional. Aborda la realidad de los barrios brindando un espacio de debate cultural, social y político.*



revistatimbo.com.ar

✉ timborevista@gmail.com  
f /revistatimbo  
t @revistatimbo

# Todo Pasa

Actualidad Conurbana

Merlo, provincia de Buenos Aires | Desde 2011

Papel | Temáticas: Política

*Es un periódico de salida mensual en el que puede encontrarse información sobre actualidad social, cultural y política, especialmente de las localidades de Moreno, Merlo, Ituzaingó y Morón. También incluye noticias nacionales que afectan al Conurbano.*

✉ [periodicotodopasa@hotmail.com.ar](mailto:periodicotodopasa@hotmail.com.ar)

📷 [/periodicotodopasa87](https://www.instagram.com/periodicotodopasa87)

🐦 [@pertodopasa](https://twitter.com/pertodopasa)

tre...o...n **INSOMNE**

Benavídez-Tigre, provincia de Buenos Aires | Desde 2016

Digital | Temáticas: Artes Escénicas, Artes Visuales, Audiovisual, Literatura

*Es una revista literaria y cultural que busca acercar a lectores y escritores, contagiando nuestra pasión por lo literario. Nacida en 2016, su objetivo es dar a conocer autores, editoriales y proyectos independientes, apoyando desde nuestro espacio a su difusión.*



[treninsomne.com.ar](http://treninsomne.com.ar)

✉ [estacioncentral@treninsomne.com.ar](mailto:estacioncentral@treninsomne.com.ar)

📷 [/treninsomne](https://www.instagram.com/treninsomne)

🐦 [@treninsomne](https://twitter.com/treninsomne)



# Tribuna Hacker

Villa Nueva, Mendoza | Desde 2013

Digital | Temática: Tecnologías digitales, Hardware y software, Economía social, Hacking

*Tribuna Hacker está centrado en la relación entre la política y la tecnología, desde una perspectiva del hacking de raíces anarquistas e irreverente, generaliza sus textos en femenina. Fundado en 2013 por hackers que querían cambiar de actividad, y terminaron haciendo un gran hackeo.*



tribunahacker.com.ar

✉ hackers@tribunahacker.com.ar

f /HackersSuplemento1

🐦 @tribunahacker

## Periódico VAS

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2004

Papel y digital | Temáticas: Política, Géneros, Asuntos barriales o vecinales, Economía social, Ciencias Sociales

*Publicación mensual orientada a la difusión de la historia, actualidad y actividades sociales y culturales, relacionadas al área del Centro y Microcentro de la ciudad de Buenos Aires. Se distribuye en forma gratuita en librerías, confiterías, bares, cafés y espacios culturales.*



periodiovas.com

✉ marianepecora@gmail.com

f /periodiovas

🐦 @periodiovas



VillaOrtúzar.ar

Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2020  
Digital | Temáticas: Asuntos barriales o vecinales

*Periódico digital de noticias locales e información de actividades y servicios del barrio de Villa Ortúzar y la Comuna 15 de la ciudad de Buenos Aires.*



villaortuzar.ar

✉ marisa0270@gmail.com  
f /VillaOrtuzarAr  
t @VillaortuzarAr



Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Desde 2013  
Digital | Temáticas: Música, Libros, Literatura, Poesía

*A través de crónicas, entrevistas y reseñas propone la reflexión y difusión sobre la cultura musical argentina e internacional haciendo hincapié en el rock, el stoner rock, la psicodelia y la música pesada incorporando el cine y la literatura.*



wywh.com.ar

✉ carloseduardonororo@gmail.com  
i /wywh.revista  
t @wywh\_ok



San Miguel de Tucumán | Desde 2001

Papel y digital | Temáticas: Literatura, Artes Escénicas, Música, Ambiente,  
Artes Visuales, Audiovisual

*Revista con 20 años de trayectoria en Tucumán, que habla de cultura y turismo, y busca difundir las tradiciones y los valores belgranianos. Recibió dos premios: “Iris Marga” y “Artea”. Ahora también explora al audiovisual con “Yucumanita TV”.*



[yucumanita.com.ar](http://yucumanita.com.ar)

✉ [layucumanita@gmail.com](mailto:layucumanita@gmail.com)  
📷 [/Yucumanita](#)  
🐦 [@Yucumanita](#)



**La Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (ARECIA) trabaja por el fortalecimiento de la edición cultural independiente, la defensa de sus derechos y la creación de políticas públicas que la reconozcan y respeten.**

**Esta Asociación ha sido creada en 2011 por un grupo de revistas que se comprometen a impulsar estos objetivos y a crear una red de información y recursos para todo el sector, abierta y de libre participación.**

Más información  
en [revistas culturales.org](http://revistas culturales.org)



ISBN 978-987-48954-0-0



9 789874 895400