

## ***ALTERUM: UNA REVISTA DE MÚSICA INDIE***

### **Nieves de Coca Torres**

**RESUMEN:** En este Trabajo de Fin de Grado se pretende crear una revista de música *indie* focalizada en la escena nacional. La revista está ideada para ser distribuida en un formato en papel y con una periodicidad trimestral. A lo largo de la memoria se detalla el proceso de preproducción, creación y maquetación de la revista exponiendo los problemas que se han ido encontrando, así como la manera de solventarlos.

**PALABRAS CLAVE:** música, *indie*, revista, papel y diseño

Trabajo de Fin de Grado - Curso 2023-2024

Convocatoria: Junio

Tutor: Jesús del Olmo

Grado: Periodismo

Campus de Vicálvaro

Universidad Rey Juan Carlos

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>2. OBJETIVOS</b>	<b>5</b>
<b>3. MARCO TEÓRICO</b>	<b>6</b>
<b>3.1 ¿Qué es el indie?</b>	<b>6</b>
3.1.1 Historia del indie: punk, noise, shoegaze y britpop	7
3.1.2 El indie en España: primeros pasos	8
<b>3.2 Los fanzines como herramienta para la difusión de la cultura marginal...</b>	<b>8</b>
<b>3.3 Revistas musicales internacionales: Billboard, Rolling Stone y Pitchfork</b>	<b>9</b>
3.3.2 Rolling Stone	9
3.3.3 Revista Pitchfork	11
<b>3.4 Revistas nacionales: Spiral, Rockdelux, Mondo Sonoro y medios digitales</b>	<b>11</b>
3.4.1 Rockdelux: la revista que marcó en el mapa la música indie	12
3.4.2 Spiral: pequeña pero ensoñadora	14
3.4.3 Mondo Sonoro: el indie actual	15
3.4.5 Medios digitales	15
<b>4. DISEÑO DEL PROYECTO ALTERUM</b>	<b>17</b>
<b>4.1 Preproducción</b>	<b>18</b>
<b>4.2 Características generales de la revista</b>	<b>19</b>
4.2.1. Tamaño de la revista	19
4.2.2. Maquetación: márgenes y número de columnas	20
4.2.3. Encuadernación y tipo de papel	20
4.2.4. Periodicidad	21
4.2.5. Portadas	21
4.2.6. Tipografías, tamaño de texto e interlineado	23
4.2.7. Colores	26
4.2.8. Audiencia	27
4.2.9. Competencia	28
4.2.10. Publicidad	28
<b>4.3 Páginas específicas</b>	<b>28</b>
4.3.1. Los Planetas: 30 aniversario del Super 8	29
4.3.2. Festivales	30
4.3.3. Las Dianas	32
4.3.4. Elefant Records	34
4.3.6. Crónica Carolina Durante	35
4.3.7. Playlist y Conciertos	36
<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>38</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>39</b>

<b>7. ANEXOS .....</b>	<b>42</b>
Anexo 1: Tipografía del primer diseño de la portada: 3D Liquid Chrome.....	42
Anexo 2: Entrevista completa Triángulo de Amor Bizarro: comunicación por correo electrónico. ....	42

## 1. INTRODUCCIÓN

El ámbito mediático tiene un papel fundamental en el mundo musical, ya que, si la música no estuviera intervenida por los medios de comunicación, su existencia sería prácticamente nula. La Movida y su gran presencia televisiva, el fenómeno de Operación Triunfo en la televisión pública, la lista de los 40 principales en la radio o Eurovisión son algunos ejemplos de lo que supone la relación entre la música y los medios de comunicación.

En los medios escritos ha habido un fenómeno musical que ha ocupado mayor parte de sus páginas: el *indie*. El punk y sus fanzines eran la antesala de lo que luego fueron las revistas especializadas en música y lo que se denominó *indie*. Un género que apela a las vías secundarias de la producción artística, y que contrae su propia paradoja con el uso de los medios de comunicación masivos para su difusión y a la dependencia que tiene a las críticas de la prensa musical y de los consumidores para ganar popularidad.

A pesar de que las redes sociales e Internet configuran y dominan el nuevo régimen mediático, las revistas musicales se han adaptado a esta nueva realidad. No obstante, algunas de ellas mantienen sus papeles en circulación de forma mensual como el caso de *Mundo Sonoro*.

Con este TFG se crea una revista musical especializada en el *indie* nacional. *Alterum*, nombre de la revista, quiere ofrecer a los consumidores de este género musical un producto en el que la calidad del contenido y el diseño vanguardista van de la mano. Siguiendo las líneas marcadas por la filosofía de lo independiente, *Alterum* estaría fuera de las grandes empresas que representan la industria periodística, tratando de llegar al público por su contenido y no por grandes publicidades.

Se presenta una revista ideada para un formato físico con el que se desea dar un impulso a los artistas de la escena independiente, a la revista en papel y a la cultura española. Se detalla el proceso que se ha seguido para la preparación, producción y maquetación del proyecto, así como las problemáticas que se han encontrado y cómo se han solventado.



## **2. OBJETIVOS**

El propósito principal de la creación de *Alterum* es la producción de una revista especializada en música independiente en el ámbito nacional. Además, de este objetivo, se encuentran algunos otros:

### **1. Crear una revista especializada en el ámbito musical**

Con la creación de esta revista se ocupará un espacio en el periodismo musical nacional que satisface las necesidades del consumidor, ya que el periodismo escrito especializado en la música no encuentra grandes cabeceras propias.

### **2. Ser un referente y competidor en el periodismo musical independiente**

*Alterum* al estar especializada en la música indie, competiría con las revistas de temática similar. Con su diseño innovador y moderno, junto a su contenido caracterizado por el rigor periodístico y la calidad, se pretende tener un hueco visible en la industria.

### **3. Dar visibilidad a artistas nacionales del panorama *indie***

La revista se centra en los artistas basados en España. Uno de sus objetivos principales es dar voz a aquellos pequeños artistas emergentes que están dando sus primeros pasos, al mismo tiempo que se cubren los artistas más veteranos de la escena.

### **4. Promover la cultura y el ocio nacional**

A través de la publicación de la revista, el lector podrá acceder a información como conciertos, festivales, salas y eventos. Con esto, se quiere invitar al usuario a que acuda en un futuro a esos eventos.

### 3. MARCO TEÓRICO

#### 3.1 ¿Qué es el *indie*?

El *indie* es un término utilizado para numerosos ámbitos culturales: la música, el cine, la literatura...Cualquier producción artística puede llevar consigo esta etiqueta, pero donde se puede encontrar con mayor frecuencia es en la música. El concepto y definición de música *indie* es discutido habitualmente por los estudiosos, pues para autores como Barrera-Ramírez, la música *indie* no es un género musical (tal y como señalan Fernán del Val y Héctor Fouce), sino que es un entramado social. Para Agúndez Vargas (2013), la música *indie* tampoco es un género musical específico y atado a unas características, sino que es «tipo de oferta musical flexible, cosmopolita, procedente de la hibridación de distintos géneros musicales, provenientes principalmente del rock, pop y música electrónica».

Etimológicamente, la palabra *indie* proviene del término anglosajón *independent*, en español independiente. En España, este término se utiliza como un anglicismo («empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas». Real Academia Española, s.f., definición 3), ya que el *indie* no viene recogido en la Real Academia Española. Por ello, muchas veces también se le da el nombre de música independiente como si fueran sinónimos. Con esto último, Cornejo señala que no es lo mismo la música independiente que la música *indie*. Para él, la música independiente es aquella que se produce fuera de las grandes discográficas sin importar el género musical que se esté tratando, es decir, puede ser rock, heavy metal, folklore...En cambio, la música *indie* ocupa una gran variedad de estilos musicales que se pueden encontrar mezclados formando así un producto híbrido, y que tiene una gran peculiaridad: la actitud (2008, pág. 16). Con esto coincide Eric Jiménez, batería de Los Planetas:

En los 80 empezó la gente a olvidarse del virtuosismo y utilizar la imaginación. Aunque no supieras tocar, pues lanzarte a un escenario. Eso fue lo que más admiramos, la actitud (...) El *indie* es un invento de la prensa, es una actitud, es una actitud ante todo. Luego llegan los medios de comunicación y te lo venden como el *indie*. (Jiménez, 2012, 12 min, 30 s).

Por otro lado, Luis Calvo, fundador del sello discográfico Elephant Records, la revista *Spiral* y cofundador del Festival Internacional de Benicàssim, apuntó en una entrevista para este trabajo que simplemente lo que ha cambiado es la forma de denominarlo. Para él, en los años 80 se llamaba música independiente, y en los 90 música *indie*.

### 3.1.1 Historia del indie: punk, noise, shoegaze y britpop

El *indie* ha ido evolucionando, así como los términos utilizados para referirse a este género musical. En los años 1950 ya se vio en el mundo del jazz y *R&B* (*rhythm and blues*) el uso de este término de la mano del sello discográfico Atlantic Records (Barrera-Ramírez, 2018). Esto llegó hasta el rock y, más tarde, al punk.

El movimiento punki presente en la década de los 70, cambió los valores de la industria musical. Su música no era únicamente una actitud en el escenario, sino que desde la periferia de la industria y con unas autoproducciones consiguieron una gran presencia en la sociedad. Así, se popularizó el *Do It Yourself* (*DIY*), en español Hazlo Tú Mismo, que extendió la idea de autogestión y crear producciones de cualquier tipo con tus propias manos (Agúndez Vargas, 2013). Esto quedó reflejado en la música, en los fanzines, en la moda, entre otros.

Este modelo de autosuficiencia característico del punk arrastró a otros estilos musicales como fue el *noise-pop*, que su base rítmica proviene directamente del punk, al *shoegaze*, que a su vez proviene del *noise-pop*, y más tarde derivó en el *britpop*. Grupos como The Velvet Underground, The Jesus & Mary Chain, Pixies o Sonic Youth fueron claves para el desarrollo del *noise-pop* y *shoegaze*. Estos grupos desarrollaron su actividad a partir de los años 80 y ya se catalogaban como rock alternativo. No obstante, el rock alternativo, denominado *indie* entre sus seguidores, no obtuvo una fama notable hasta los años 90 con la llegada del *britpop* de grupos como Pulp, Supergrass, Oasis o Blur.

El sonido del *indie* es un sonido híbrido, pues obtuvo y obtiene la influencia de muchos estilos musicales y se integran en las canciones. Punk, rock, *shoegaze*, *noise-pop*, *jangle pop* de grupos como R.E.M y The Smiths (Peake, 2013) conforman toda la esfera denominada *indie*.

### 3.1.2 El indie en España: primeros pasos

En España la escena *indie* llegó más tarde que en el resto del mundo. A partir de los años 90 es cuando se empiezan a tener indicios de un panorama musical diferente. La Movida en el año 1985 se preparaba para poner el punto final a su capítulo. En este mismo año coincidió el cierre del mítico bar Rock-Ola donde se movía toda la escena, el programa de televisión de Paloma Chamorro *La edad de oro* y el fin de la revista *La Luna de Madrid*. El cierre de estos tres pilares fundamentales de La Movida hizo que hubiera un hueco enorme en la industria musical.

Julio Ruiz, periodista musical, fue uno de los primeros en utilizar el término *indie*. En el año 1992, en su programa de radio *Disco Grande*, utilizaría por primera vez este término (Rueda, 2012, 0 min, 55 s). Coincidiría esto con la maqueta de Los Planetas *Mi Hermana Pequeña* que ganó el concurso de *Disco Grande* a mejor maqueta del año, y quedando en segundo lugar en el concurso de *Rockdelux*. Los Planetas dieron pie a la creación de canciones con base pop y guitarras propias del *shoegaze* y *noise-pop*. Así, comenzó a conformarse una estructura musical alejada de las *majors* y de los medios de comunicación principales del país. No obstante, el *indie* necesitó de medios como Radio 3 y programas como *Disco Grande* para su popularización.

### 3.2 Los fanzines como herramienta para la difusión de la cultura marginal

Como se ha indicado anteriormente, la música *indie* presenta una estrecha relación con el punk y, a su vez, con la ética del *DIY*. Esa ética de la autogestión llegó también a las publicaciones marginales dando lugar a los conocidos como fanzines (Algaba Pérez y Pérez Martínez, 2024). Estas revistas fueron creadas por los propios fanáticos de la música que buscaban difundir lo que a ellos mismos les gustaba.

Los jóvenes observaban la escena independiente que se gestaba en Inglaterra y Estados Unidos y trataban de acoger todo aquello que estaba sucediendo allí (Ruiz, 2012, 2 min, 30 seg). Por ello, el fanzine es una creación extranjera que, de hecho, no se ha traducido al español, pues la Real Academia Española ha recogido este término como: «Revista de escasa tirada y distribución, hecha con pocos medios por aficionados a temas como el cómic, la ciencia ficción, el cine, la música pop» (s.f.). Proviene de las palabras inglesas *fan* y *magazine*, es decir, revista de fanáticos.

A finales de la década de los 70 en la calle Augusto Figueroa empezaron a salir los primeros fanzines como *La Cochu* y *Kaka De Luxe*. A estos le siguieron en los años 80 cabeceras como *Banana Split* o *La Pluma Eléctrica*. No obstante, no fue hasta mediados de los años 80 y principios de los 90 cuando salieron los fanzines más destacados dentro del ámbito musical independiente: *Mondo Brutto*, *Stamp*, *Malsonando*, *Subterfuge*, *La Línea del Arco*, *Mis Lágrimas Pop* ... (Prieto, 2021)

Cuando la escena indie ya consiguió asentarse, los fanzines comenzaron a desaparecer y fueron reemplazados por revistas musicales profesionales como *Spiral* o *Factory de Rockdelux*.

### **3.3 Revistas musicales internacionales: *Billboard*, *Rolling Stone* y *Pitchfork***

El periodismo musical aparece en el siglo XVIII de la mano de la música clásica en la que se introducían comentarios sobre este género. No es hasta la década de 1960 cuando el periodismo musical se populariza, debido a la cobertura que empezaban a ofrecer de la música más escuchada en esos tiempos, como el rock y el pop tras los afamados The Beatles.

No obstante, el jazz estadounidense de finales de 1880 ya encontraba algunas cabeceras como *Metronome*, que fue una de las primeras revistas en incluir en sus páginas la lista de los mejores instrumentistas en las que los lectores votaban anualmente (Peacock, 2018).

Una de las primeras revistas musicales más influyentes fue la revista *Billboard* que se editó por primera vez en Cincinnati, Ohio en el año 1894.

Estados Unidos y Reino Unido son los dos países de referencia en cuanto a revistas musicales, y más concretamente, revistas musicales especializadas en música *indie*. Así, tanto su contenido como su estética influyeron en la creación de revistas en España.

#### **3.3.2 Rolling Stone**

La revista *Rolling Stone* nace en el año 1967 como una revista contra la cultura hippie. Desde sus inicios se alejó de las revistas *underground* ciñéndose a normas

periodísticas tradicionales. Su primera portada estuvo protagonizada por John Lennon disfrazado de soldado para la película *Cómo gané la guerra* y se vendieron 6.000 ejemplares. Desde entonces esta revista ha ido adquiriendo el prestigio del que hoy goza, logrando incluso la creación de ediciones extranjeras en Europa, Latinoamérica y Asia (Reñones Limorti, 2014).

Las primeras ediciones que se publicaron eran bastante parecidas a las de la prensa *underground*, con un «papel barato, fotos viradas a un rojo no deseado y notas larguísimas en letra muy pequeña» (Chiappussi, 1997). Pronto esta revista logró un éxito que permitió abrir dos oficinas, una en Londres y otra en Nueva York.

El contenido de esta revista no se limita al ámbito musical únicamente, pues sus coberturas políticas han ganado mucho éxito a lo largo de los años contando con periodistas como Tom Wolfe o Hunter Stockton Thompson.

A España llegaría en el año 1999 con Alejandro Sanz en portada. Perteneció al Grupo PRISA y es una de las principales revistas de música que se venden en el país. Desde entonces la revista en papel ha sufrido numerosas modificaciones, pero nunca se ha visto afectado su contenido y secciones. Su sección más importante 'Rock&Roll' siendo esta la de los reportajes y los protagonistas del mes. Las primeras páginas están destinadas a noticias sobre el propio medio, la playlist del mes o el editorial. También mantienen su apartado de 'Asuntos externos' en los que se trata la política internacional; y su 'Guía' en la que se incluyen críticas y reseñas de discos, libros y películas que se publican a lo largo del mes (Reñones Limorti, 2014).

Por otro lado, la revista inglesa presenta un formato de 23 centímetros de ancho por 27,5 centímetros de alto. Las secciones que contiene son 'Features' en donde se incluyen los reportajes, entrevistas y entrevistas reportajeadas; 'The Mix' en donde se pueden encontrar artículos de diferentes temas, pero todos relacionados con la música; 'Current Affairs' en los que se tratan temas de actualidad desde una mirada crítica; y, 'Reviews' donde se ofrecen críticas de música, productos televisivos y películas.

### 3.3.3 Revista Pitchfork

En cuanto a *Pitchfork* su historia es muy diferente y su contenido también. Nace como un blog musical en 1996 de la mano de Ryan Schreiber, influenciado por los fanzines y las propias publicaciones del rock alternativo. En sus inicios se trataba este género musical, pero poco a poco, se fueron añadiendo otros géneros musicales como el pop, aunque siempre el protagonista ha sido el *indie* rock.

Como los propios redactores de la revista explican, lo que más caracteriza a *Pitchfork* son sus críticas, que en 2021 registraron más de 28.000 (Pitchfork, 2021). En 2005, tanto los redactores como los fundadores de sellos discográficos ya eran conscientes del impacto que tenían en la industria musical:

A *Rolling Stone* review doesn't necessarily sell a single record for us. But with *Pitchfork*, you get a review, and you can see the impact on sales. (Rosenfeld, 2005). (Una reseña de *Rolling Stone* no necesariamente nos vende ni un solo disco. Pero con *Pitchfork*, obtienes una reseña y puedes ver el impacto en las ventas).

Por esta razón, es defendida y atacada por los artistas independientes; por un lado, esta revista ha animado a la formación de artistas y bandas teniendo incluso su propio *Pitchfork effect*. Por otro lado, también se ha criticado la gran influencia que tiene esta revista ya que una crítica negativa a algún álbum puede provocar la caída de ventas. Este fue el caso con el álbum *Travistan* de Travis Morrison al que le calificaron con un 0.0 y dejó al artista en una lista negra virtual.

Uno de los grandes beneficiados por el *Pitchfork effect* fue Arcade Fire en 2004 con su disco «*Funeral*». En el *Chicago Tribune*, Martin Hall de Merge Records, afirmó: «Después de la crítica de Pitchfork, Funeral se dejó de imprimir durante una semana porque recibimos muchos pedidos del disco» (Hall, 2005). En la actualidad, su top 5 de Spotify lo siguen protagonizando dos canciones que pertenecen a ese disco: *Wake Up* y *Rebellion (Lies)*.

### 3.4 Revistas nacionales: *Spiral*, *Rockdelux*, *Mundo Sonoro* y medios digitales

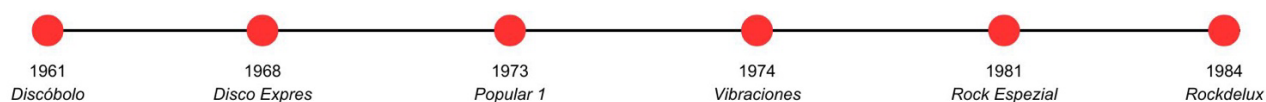
A nivel nacional encontramos revistas históricas como *Rockdelux* y *Mundo Sonoro*, y otras recientes que se han hecho un hueco en la industria periodística como

*Jenesaispop*, *Mindies*, *do* Magazine o *Muzikalia*. Todas ellas están dedicadas exclusivamente a la música *indie*, ya sea internacional como nacional, pero sí poniendo hincapié en la discografía española. La única excepción es «*Mundo Sonoro*» ya que, en los últimos años, debido al éxito obtenido, se está desligando del *indie* para extender los géneros musicales que abarca.

En España la primera revista musical que se creó fue *Discóbolo* en el año 1961 en el que se trataban los sonidos que estaban en boga como por ejemplo el sonido ye-yé, el jazz o el rock. En 1968 se publicó *Disco Expres* con el objetivo de completar la revista *Discóbolo* con criterios más periodísticos. En sus últimos años y con la aparición de *Rock Especial* en 1981, se convirtió en un suplemento de *Disco Expres*.

Unos años más tarde, en 1973, apareció *Popular 1*, revista que hoy en día sigue funcionando y fue la primera en tratar el rock internacional, el punk, el heavy metal y dar visibilidad a los grupos emergentes; esta última revista tuvo un gran impacto en el mundo *underground*. Por último, apareció *Vibraciones* en 1974 y sería la antesala de *Rockdelux*, pues 10 años más tarde le tomaría el relevo.

#### Línea de tiempo de las creaciones de las primeras revistas musicales



Elaboración propia

#### 3.4.1 Rockdelux: la revista que marcó en el mapa la música indie

En 1984 apareció en el mercado una revista que se convertiría en la pionera de la música alternativa. No obstante, años antes hubo dos revistas que marcarían los



primeros pasos de la prensa alternativa: *Vibraciones* y *Disco Expres* (Leoz Aizpuru, 2017). El objetivo de esta revista era promover un periodismo musical con mayor rigor y con una remuneración. En sus páginas se podían encontrar destacados los errores de otros medios de comunicación como *Mundo Sonoro*, RNE, la cadena SER o el periódico El País, con el que ha tenido especial confrontación a lo largo de su trayectoria.

Esta revista, al mismo tiempo que la explosión del *indie* se extendía por todo el país, tomó la decisión de dejar de utilizar prácticamente este término. *El País* con su suplemento *El País de las Tentaciones* publicó un artículo en el que avisaba a la población de la expansión de este género musical y se empezó a utilizar el término *indie* masivamente. *Rockdelux* contestó a ese artículo con otro llamado *La hoguera de las vanidades* una de las editoriales más duras de la revista. No fue hasta casi dos años más tarde cuando *Rockdelux* recuperó este término, ya que solo se encontraba algunas veces en la portada y en sus páginas (Leoz Aizpuru, 2017).

En octubre de 1985, apenas un año desde su 1ª edición, dos de sus redactores principales, Jaime Gonzalo e Ignacio Juliá, deciden abandonar la revista para crear la suya propia: *Ruta 66*. Esta sería la competidora y rival, y se centraba en el género rock. Los comentarios negativos de una revista a otra se mantuvieron durante años en sus páginas, hasta que en 2012 Juliá y Gonzalo volvieron a colaborar en «*Rockdelux*» debido a que la *Ruta 66* cada vez iba menguando más hasta quedar como una revista simbólica (Leoz Aizpuru, 2015).

Años más tarde y tras un asentamiento económico, *Rockdelux* estrenaría dos revistas suplemento que fueron *Factory* dedicada exclusivamente a la música *indie* española, y *Dancedelux* que se dedicaba a la música electrónica. *Factory* se dejó de editar en el año 2000 cuando dieron por finalizado el *boom* del *indie* y los parecidos que ya existían entre el suplemento y la cabecera principal eran notables:

En unos tiempos en los que independiente pisaba fuerte, *Factory* nació para documentar esa efervescencia que insinuaba unos modos y unas actitudes más acordes con las nuevas generaciones musicales [...] es evidente, la certeza de que aquel boom indie pasó a mejor vida [...] Asimismo, el contenido de *Factory*, en consonancia con los aires de renovación dados a la revista en sus últimos números, *Rockdelux* en la configuración de una escena musical indie en España (1990-2000)

ya no se diferenciaban excesivamente del que, en esencia, se puede leer en *Rockdelux* mensualmente (Carrillo, 2000, *Rockdelux* 174, mayo, pág.5).

En mayo de 2020 *Rockdelux* cerró definitivamente su formato en papel, y atravesó una temporada de negociaciones con la empresa que se encarga del Primavera Sound. La revista fue comprada por la organizadora y volvió en formato digital en diciembre del mismo año. Su contenido es de pago a través de una suscripción, aunque se pueden acceder a 3 artículos diarios de manera gratuita. Su seriedad y rigor periodístico siguen siendo una de sus principales características (Alayo Orbegozo, 2023).

#### 3.4.2 *Spiral: pequeña pero ensoñadora*

El antecesor de la revista *Spiral* se encuentra en el fanzine *La Línea del Arco* creado por Luis Calvo y Joako Ezpeleta. Luis Calvo, además de ser el creador del fanzine y la revista, también fundó el sello discográfico independiente Elefant Records y fue cofundador del Festival Internacional de Benicàssim (FIB).

El fanzine nació en el año 1985 junto al sello, pero solo se publicaron 3 ediciones; tomaron la decisión los dos amigos de profesionalizar el fanzine y crear una revista. La idea de Luis Calvo era «unir a toda esa gente para hacer algo un poco más profesional o serio» (Luis Calvo, comunicación propia, 2024).

*Spiral* se empezó a publicar en 1993 y sirvió de referente para otras revistas que se crearían más tarde como *Mundo Sonoro*. En 1995 terminaron por darle formato de revista y, su objetivo era tratar a los grupos que a ellos mismos le gustaban. En una entrevista para este trabajo, Luis Calvo confesó que todo era realmente muy amateur ya que ninguno de los que maquataba sabía realmente cómo hacerlo y tuvieron que aprender según se editaba: «La hacíamos nosotros, tuvimos que aprender a maquetar nosotros, tuvimos que aprender a hacer todo porque no teníamos dinero prácticamente y era mucho esfuerzo» (Luis Calvo, comunicación propia, 2024).

Esta revista se cerró en el año 1996 ya que no era sostenible económicamente, faltaba profesionalización en el equipo (Rodríguez Centeno, s.f.) y, además, con la llegada del *Factory* del *Rockdelux* perdieron muchos lectores:

Luego, también, la revista *Rockdelux* sacó *Factory*, justo cuando nosotros empezamos con *Spiral* pues ellos... Ahí sí que había un poco de competencia. Ellos tenían más poder, más dinero, más experiencia y más todo. Y, sacaron la revista esta que era un poco más de la línea de *Spiral*, como de grupos *underground*...” (Luis Calvo, comunicación propia, 2024).

### 3.4.3 Mondo Sonoro: *el indie actual*

La revista *Mondo Sonoro* nació en 1994 de la mano de José Macarro y Sergio Fernández. Fue la primera revista musical gratuita y tenía como objetivo dar voz a todos aquellos artistas que no tenían cabida en los grandes medios de comunicación. Sus influencias fueron la revista *AB* con sus ejemplares gratuitos, y la *Spiral* por su contenido. Además de ser la primera revista gratuita, es la primera en posicionarse en el mercado digital; en 1998 migraron a la web (Corredor Mateos, 2020).

Hoy en día es, posiblemente, la revista con mayor influencia en este género, pues ha conseguido crear una comunidad fiel. Su contenido se divide en secciones sencillas pero efectivas: noticias, entrevistas, especiales, críticas, listas, agenda, festivales y podcasts. Esta revista ha experimentado un crecimiento paulatino, pues su página web registra 50.000 usuarios únicos al mes (Corredor Mateos, 2020).

La revista en papel también se puede encontrar en su página web y cuenta con diferentes ediciones, teniendo una nacional y varias locales que se dividen en: Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, Madrid, Castilla y León, Galicia, Asturias y Cantabria y Zarata en el que se incluyen Euskadi, Navarra y La Rioja (mondosonoro.com).

### 3.4.5 Medios digitales

Los medios digitales ocupan la mayor parte del periodismo musical independiente; revistas en papel quedan pocas e Internet es la alternativa a ello. Algunos medios que podemos encontrar que traten de música indie son *Jenesaispop*, *Muzikalia* y *dod Magazine*.

*Jenesaispop* es uno de los medios con mayor repercusión recibiendo más de dos millones de visitas al mes y cuenta con 190.000 usuarios registrados (Castaño Berenguer, 2017). Nació en el año 2006 y en sus comienzos destacaba el uso del

sarcasmo en sus noticias, una característica propia de la prensa amarillista. No obstante, con los años ha tomado un tono más profesional.

Según cuentan sus propios creadores la clave de la revista es el género pop dentro de la escena independiente, pero sin rechazar a otros grandes artistas: «Nunca nos ha parecido que Madonna, Fangoria o Pet Shop Boys sean peores que Bruce Springsteen, Los Planetas o The Cure. Por ahí nos distinguimos y logramos diferenciarnos en el mercado» (Alonso, 2017). Beben de la influencia de la revista *Pitchfork* para su sección de críticas ya que utilizan el mismo sistema de valoración de álbumes del 0 al 10.

*Muzikalia* es una de las revistas en línea pioneras en España, pues nació en el año 2000 y desde entonces se ha actualizado a diario. Destacan sus críticas, aunque también se pueden encontrar entrevistas, reportajes, noticias, *podcast*, *playlist*, una sección a bandas emergentes, y desde 2019 también se ha convertido en una editorial de libros musicales.

Su actual propietario Manuel Pizón apuntó a unas 300.000 visitas mensuales en 2017 y siguen en la búsqueda por rentabilizar el producto (Castaño Berenguer, 2017). En 2010 la web fue premiada con el galardón Pop-Eye a la mejor web musical de España y la revista *Ruta 66* la elige mejor web en 2015, 2018, 2020 y 2023.

Por último, *dod Magazine* nació en 2010 y actualmente lo dirige Asier Lozano, que califica al medio digital como amateur debido a que trabaja en ello en sus «ratos libres». Su lema es «actualidad musical independiente, conciertos y festivales» y tiene secciones divididas en actualidad internacional y nacional. Además, se pueden encontrar críticas, entrevistas y crónicas, para las que cuenta con colaboradores en Madrid y Barcelona (Castaño Berenguer, 2017). Tal y como señala Lozano la web es difícil de rentabilizar, y apunta a que es difícil cuantificar su rentabilidad cuando se está hablando de su tiempo personal.

#### 4. DISEÑO DEL PROYECTO *ALTERUM*

*Alterum* es una revista especializada en música independiente de ámbito nacional. Esta revista está ideada para que se distribuya en papel y se pueda conseguir tanto en quioscos, como en salas de conciertos como la Sala Maravillas, tiendas de discos como discos Bora-Bora, discografías y bares en los que la escena independiente tiene lugar como el Tupper Ware, La Vía Láctea o Café La Palma. La revista sigue los carriles marcados por la música *indie* y su distanciamiento con grandes empresas que se hacen cargo de la producción. Por ello, el equipo de trabajo será pequeño.

El nombre de *Alterum* no debe pasar desapercibido, pues tiene una explicación. Etimológicamente el término *-alter* significa «el otro». Este término se utilizaba como sinónimo de alternativa, por lo que *Alterum* sería una forma de decir alternativa.

Tendría una periodicidad trimestral siendo publicadas en enero, abril, julio y octubre; así quedarían dos revistas en la temporada de primavera/verano y otras dos en otoño/invierno. La revista de primavera corresponde al Volumen I, y la de verano al Volumen II. Este mismo formato seguiría otoño (Volumen I) e invierno (Volumen II). La revista que se ha desarrollado pertenece al mes de abril, por tanto, se refiere al Volumen I de primavera/verano.

En cuanto al coste de la revista, se barajó la idea de que fuera una revista gratuita al alcance de todos, pero, finalmente, tendrá un coste de 4,99 €. No obstante, se ofrecen dos opciones más al consumidor, una sin coste y otra con una suscripción anual. La primera de ellas se trata de la publicación de la revista de manera digital en formato PDF en la que se incluirán algunos de los contenidos de la revista física; la omisión de algunos contenidos en el formato digital se debe a que se quiere fomentar la compra de la revista en papel. Por otro lado, existirá una suscripción anual de 15 € con la que el lector recibirá la revista en su casa el mismo día que se publica. Así, los suscritos ahorrarían al año unos 5 €, por lo que resulta atractiva la oferta.

En la revista se podrán encontrar diferentes secciones que se mantendrán en todos los volúmenes: entrevistas, reportajes, crónicas y la llamada Cara B. Esta última sección se ha creado para conocer la industria musical a través de personas que también protagonizan la escena sin ser necesariamente artistas. Habrá otras

secciones especiales que variarán según el volumen; en la revista presentada se encuentran secciones especiales: festivales, historia y fanzines.

Antes de comenzar a detallar el trabajo desarrollado, hay que recordar que se trata de un trabajo conjunto con Alba Ramos, por lo que pueden existir referencias a su trabajo. Las dos creemos necesario leer las dos memorias en conjunto para tener la información detallada al completo.

#### **4.1 Preproducción**

Antes de comenzar con la maquetación fue necesario un proceso de influencias de otras revistas musicales. Se observaron revistas físicas tanto nacionales como internacionales siendo las de mayor influencia la *Rolling Stone* y *Mondo Sonoro*. De la primera revista se sacaron mayormente aspectos visuales y estéticos, mientras que de la *Mondo Sonoro* fueron influencia sus contenidos.

A la hora de preparar los contenidos de la revista se tuvo en cuenta los acontecimientos más recientes a la maquetación y publicación de esta. Así, se hizo una *lluvia de ideas* sobre temas que se podían incluir y se fueron descartando aquellas que menos nos gustaban, o las que menos podían perdurar en el tiempo sin perder su novedad.

Para las entrevistas se decidieron contactar con La Casa Azul, Vetusta Morla, Zahara, Los Planetas, Pipiolas, Triángulo de Amor Bizarro y Cala Vento. Las razones por las que se eligieron estas bandas fueron:

- La Casa Azul: anuncia gira por España y festivales en 2024 sumado a su reciente publicación del sencillo «*Prometo No Olvidar*» en el que se incluyen 3 canciones nuevas.
- Vetusta Morla: próxima publicación de su álbum «*Figurantes*» de las que ya han sacado 4 canciones. Además, anunciaron su retirada tras la salida de este disco y finalizando su gira de 2024.
- Zahara: publicación de la colaboración con el grupo trashi «*Uno más*» y una de las referentes en el panorama nacional.

- Los Planetas: celebran este 2024 el 30 aniversario de su álbum debut «*Super 8*».
- Pipiolas: reciente publicación de su sencillo junto a Kiko Veneno «*Llorarme*».
- Triángulo de Amor Bizarro: cumplen 20 años como grupo y anuncian gira por España repasando todos sus discos. En Madrid anuncian 3 días consecutivos en La Riviera en el que se tocarán sus 6 discos íntegramente.
- Cala Vento: publicación de su último álbum «*Casa Linda*» y finalización de su gira por España y Latinoamérica.

Se recibió respuesta por parte de las discográficas de Los Planetas (Casa Maracas), Cala Vento (Montgrí) y Triángulo de Amor Bizarro (Mushroom Pillow). Casa Maracas rechazó la propuesta de Los Planetas, pero ofreció una entrevista con Las Dianas, un grupo que trabaja con la misma empresa de *management*. Se accedió a esa entrevista dado que Las Dianas están en proceso de publicar un álbum este mismo año y es un tema con bastante actualidad y novedad. Así, también cumplíamos el objetivo de dar voz a los artistas emergentes.

## **4.2 Características generales de la revista**

### *4.2.1. Tamaño de la revista*

Para determinar el tamaño de la revista se optó por medir una revista musical que se encontraba en la Biblioteca Regional de Madrid Joaquín Leguina. Las medidas que se tomaron fueron 32 centímetros por 24 centímetros. Dado que era un formato demasiado grande para una revista musical, se cambió y se decidió tomar como modelo la revista *Rolling Stone* ya que es un referente dentro del ámbito periodístico musical.

Finalmente, *Alterum* presenta un formato de 23 centímetros de ancho por 27,5 centímetros de alto. Con esto conseguimos que el papel sea un formato fácil de manejar, pero lo suficientemente grande para que las imágenes y el texto se vean adecuadamente sin dar sensación de pesado.

#### 4.2.2. Maquetación: márgenes y número de columnas

Al cambiar el formato de la revista y ajustar el tamaño, se decidió tomar como referencia de nuevo a la revista *Rolling Stone*. No obstante, se ajustaron esas medidas a las necesidades de la revista según el diseño que se quería. A excepción de algunas páginas, con el objetivo de priorizar el diseño, los márgenes establecidos finalmente han sido: 2,3 centímetros en el margen superior, 1,7 centímetros en el inferior y exterior y, 2 centímetros el interior. Como se explicará en el próximo apartado, el margen interior presenta una gran longitud debido a que la revista tendrá una encuadernación fresada.

En cuanto al número de columnas, se establece en líneas generales 3 columnas. Así, el lector percibe el texto de manera más dinámica y le genera menos cansancio visual. A lo largo de la revista existen algunas excepciones en las que se utilizan 1 o 2 columnas según el diseño. Se explicará el número de columnas utilizado en el apartado de páginas específicas que ha desarrollado cada alumna.

#### 4.2.3. Encuadernación y tipo de papel

La revista presentará una encuadernación de tipo rústica fresada, es decir, será encolada. Esto se debe a que la extensión será de entre 100 y 150 páginas, ya que se trata de una revista trimestral. Se considera que, como se dispone de 3 meses para elaborar contenidos y maquetación, el número de páginas debe ser más extenso que una revista semanal o mensual. Por tanto, la revista cuenta con un lomo de 7 milímetros en el que se observa el nombre de la revista con la tipografía representativa, el volumen y la temporada (primavera/verano u otoño/invierno).

Además, la revista no puede presentar una encuadernación de otro tipo, pues una grapada es imposible ya que lo propio para ese tipo de encuadernación la revista debe ser de entre 32 hasta 64 páginas.

Por otro lado, el tipo de papel que se desea utilizar para la impresión será de un papel estucado. Este papel es el más utilizado en las revistas para obtener una gran calidad de impresión y un tacto suave. Su gramaje será de 115 gramos.



#### 4.2.4. Periodicidad

Como se ha explicado anteriormente, la revista tiene una periodicidad trimestral. Se publicarían en los meses de enero, abril, julio y octubre editando dos revistas por cada temporada. Es decir, abril y julio serían la temporada de primavera/verano y cada sería volumen I y II; octubre y enero serían otoño/invierno y volumen I y II.

Se ha establecido esta periodicidad debido al deseo de crear contenido de calidad en una extensión bastante amplia en las páginas. Por ello, se prefiere que el contenido sea tratado cuidadosamente acompañado de un rigor periodístico que se consigue con la recogida de una amplia información. Además, debido a la larga extensión de la revista, que sea semanal, mensual o quincenal carece de sentido, ya que es demasiada información para publicarla en un período de tiempo tan corto.

Por lo que se refiere al formato en papel, es sabido que cada vez tiene menos presencia en la sociedad actual, por lo que una revista semanal es difícil que tenga un gran número de ventas. Se prefiere una publicación trimestral para que el lector no sienta que su coste es muy alto.

#### 4.2.5. Portadas

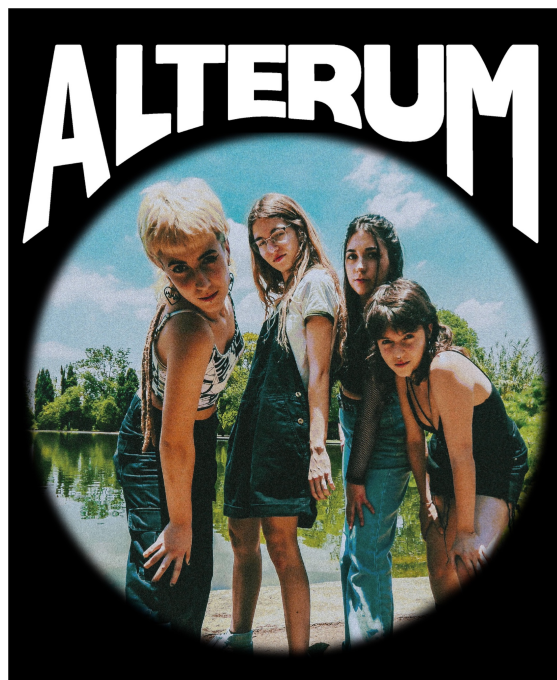
La revista en un principio estaba pensada para tener únicamente una portada que iban a protagonizar Las Dianas. No obstante, debido a que Alba (coautora del TFG) en sus prácticas ha aprendido que las revistas ahora publican varias portadas para rentabilizar el producto el máximo posible, se decidieron hacer tres portadas con las tres entrevistas que se incluyen en la revista: Cala Vento, Triángulo de Amor Bizarro y Las Dianas.

De esta manera los lectores podrán acceder al mismo contenido, pero podrán elegir la portada que más se adecue a sus gustos musicales y estéticos. Asimismo, se consigue un número mayor de ventas, debido a que muchos usuarios compran las revistas por su portada.

En cuanto al diseño de las portadas, se estuvo barajando varios diseños. El primero de todos fue que la foto de la portada ocupase toda la página, y en la parte superior poner en mayúsculas el nombre de *Alterum* con una tipografía tipo futurista que se

deformaba hasta conseguir el efecto deseado. Esta opción fue descartada debido a la tipografía ([Anexo 1](#)).

El segundo diseño presentaba una página en negro con un círculo grande que ocupaba tres cuartas partes de la página. La foto presentaba un efecto *vintage* y con un filtro de ojo de pez. En la parte superior se encontraría el nombre de *Alterum* con una tipografía sencilla, que también se deformaba para que las letras siguieran la forma del círculo. Se descartó también esta opción debido a que este formato obligaba a que todas las portadas siguieran esta misma plantilla, con la foto circular y un estilo envejecido que trasladaría al lector la sensación de que la revista está desfasada.



Por último, se probó con la idea de las tres portadas y diferentes fotos. Este diseño presenta la fotografía ocupando toda la página, el título en la parte superior y los artistas que aparecen en la revista en la parte inferior. Este diseño sería más sencillo para adecuarlo a cualquier grupo y permite mayor flexibilidad. Se diseñaron en Photoshop y, en un principio, se iban a colocar como una foto en InDesign. No obstante, se corrigió para que todo el diseño estuviera en InDesign, a excepción, de la portada de Cala Vento ya que la cabeza de uno de ellos ocupa parte del título. Además, la portada de Cala Vento presentaba un texto en vertical en la parte izquierda de la página en la que se leían los nombres de los grupos. Se cambió a un texto en

horizontal a la misma altura que el resto de las portadas para que el lector no tuviera que hacer esfuerzos en girar la cabeza o la revista para leer el contenido.

Todas las portadas presentan el mismo formato y a la misma altura. Los elementos son: foto, nombre de la revista, nombre de los grupos que aparecen, código de la revista, y nombre del grupo de la portada.



Los nombres de los grupos que aparecen en la parte inferior se les establecería el color que mejor se adecuara a la foto. En este caso el color blanco era el que mejor se veía en las tres portadas. No obstante, para evitar que no fuese del todo legible por los cambios de color de la foto, se le ha añadido un efecto de sombra paralela de color negro al texto para que no haya problemas de lectura.

#### 4.2.6. *Tipografías, tamaño de texto e interlineado*

Las tipografías también se han ido cambiando y adaptando al formato según se ha ido avanzando. El primer diseño de la revista incluía las siguientes tipografías:

- Interlineado: 12 pt
- Tamaño de texto: 11 pt
- Tipografía cuerpo: Bodoni
- Tipografía portada: 3D Liquid Chrome @saconie
- Tipografía títulos y sumarios: Arial Black Regular
- Tipografía subtítulos y entradillas: Tiro Devaganari Hindi Italic

Estas primeras tipografías fueron elegidas por gustos personales y de diseño, por lo que no se tuvo en cuenta puntos clave como la legibilidad, si la tipografía servía para formato digital o físico, o el tamaño de letra.

Al cambiar el tamaño de la revista también se cambió la rejilla base, márgenes, tamaño de texto e interlineado. Se estableció finalmente para el cuerpo un tamaño de texto de 10 pt con un interlineado de 11,5 pt. La tipografía que se ha elegido finalmente es una tipografía serifa para que el lector encuentre el texto legible y no le cree la sensación de fatiga. Se tuvieron en cuenta diferentes opciones como la Georgia, Baskerville, Utopia y Times New Roman. Finalmente, la que se ha utilizado para el cuerpo es la Utopia debido a que es una tipografía apta para la impresión y es la más moderna; presenta un estilo casual a la vez que intelectual.

Esta tipografía también se ha empleado en las entradillas de los artículos en un formato mayor (16 pt) y en negrita. Esto permite que las páginas presenten una cohesión entre ellas.

La tipografía Utopia también ha sido utilizada en los pies de página en donde se indica la temporada, el nombre de la revista y el número de página con un tamaño de 10 pt; los pies de foto y fuentes presentan un tamaño de 9 pt; también se ha utilizado para los nombres de las redactoras de cada artículo; y, en las portadas con un tamaño de 16 pt para los nombres de los grupos que aparecen en la revista.

Por otro lado, la tipografía que se ha seleccionado para el nombre de la revista ha sido Alinsa. Una tipografía simple *sans-serif* que permite una diferenciación dentro del mercado al tratarse de una tipografía desenfadada. Esta tipografía se puede encontrar en las portadas, contraportada y en la página de contenidos.

En los titulares, portadas de los artículos y los sumarios se ha querido establecer una tipografía que marque la diferencia con la tipografía Utopia. Se quería una tipografía recta y ancha. Debido a que la Arial Black no es adecuada para un formato físico, se optó por la Helvetica Neue. En toda la revista se presenta con un estilo Condensed Black y, en el caso de los sumarios, siempre se ha establecido de tamaño 14pt. En el caso de los titulares y las portadas de los artículos se han fijado los tamaños según las necesidades del diseño.

En las portadas las tipografías del título se han establecido según los grupos que aparecen, sus personalidades y las tipografías utilizadas en sus últimas publicaciones musicales. Así, en la portada de Cala Vento se ha eligió la tipografía Estrella que presenta un estilo divertido y decorativo, pero que puede ser utilizada en el género rock; a Triángulo de Amor Bizarro se le ha adjudicado la tipografía TF Sadistic que es puntiaguda y recuerda a la tipografía de su último álbum, esta tipografía también se va a encontrar en la portada del artículo correspondiente; y, a Las Dianas la tipografía Don Graffiti por la personalidad que ellas mismas transmitieron en su entrevista, de personas jóvenes y callejeras.

Por último, se presentan cuatro tipografías que únicamente se verán en una página. En Las Dianas para dar dinamismo y haciendo justicia a la personalidad de Las Dianas se decidió que la tipografía siguiera la línea marcada en la portada con el estilo graffiti. Por ello, la entradilla presenta una tipografía que simula un rotulador: Nanum Pen. La otra tipografía se encuentra en la página de los fanzines, en la que el título utiliza la tipografía Magazine Letter con el objetivo de maquetar las páginas como si de un fanzine se tratase. Las otras dos tipografías son Madrid Grunge y RockLess que se utilizarán en la sección de Conciertos con un objetivo decorativo.

#### Fuentes utilizadas en la revista

**ALINSA**

*Estrella*

**DON GRAFFITI**

*TF SADISTIC*

**MADRID GRUNGE**

**ROCKLESS**

Nanum Pen

**Magazine Letter**

Courier Regular

*Courier Oblique*

Utopia Regular

*Utopia Italic*

**Utopia Bold**

***Utopia Bold Italic***

**Helvetica Neue Condensed Black**

#### 4.2.7. Colores

*Alterum* no presenta una paleta de colores específica ya que la tipografía utilizada para el título es bastante identificativa. Para una cohesión entre los contenidos y los colores seleccionados en las páginas desarrolladas, se ha establecido el uso de un color según los grupos que aparecen.

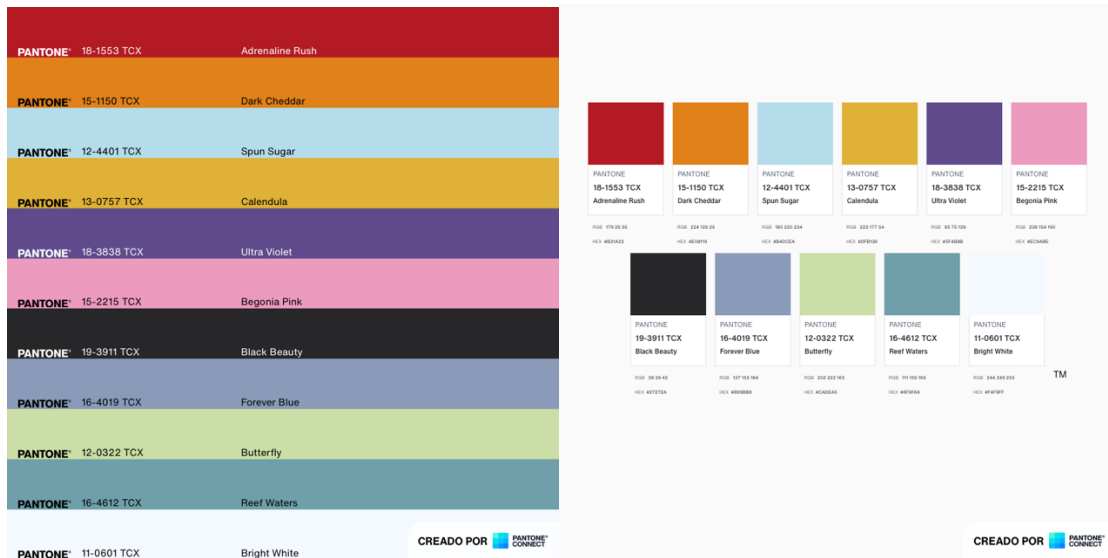
Yendo en el orden de aparición en la revista, *Cala Vento* representa el color rojo debido a que las fotos que nos enviaron predominaban y destacaba este color. Se podrá encontrar en la portada, en la parte superior de las páginas donde aparece la sección, en el título de la portada del artículo, en las palabras destacadas del sumario, el nombre de la redactora y algunas decoraciones.

Continuando por orden de aparición, la portada de *Triángulo de Amor Bizarro* utiliza un color blanco que no llega a ser puro. Esto es así para que destacase el título y fuese legible. Sin embargo, en las páginas de *Triángulo* se utiliza un negro ya que ellos tienden a usar mucho este color.

La portada de *Las Dianas* supuso unos cuantos problemas, ya que las fotos que nos enviaron desde *Casa Maracas* estaban muy saturadas y con mucho granulado. Estuvimos planteando eliminar esta portada, pero finalmente, utilizamos el color anaranjado de la zapatilla de una de las chicas. En las páginas interiores de *Las Dianas* se utiliza un color azul cielo, ya que, en la foto de la portada, que estaba en color, era el que predominaba.

*Los Planetas* tienen adjudicado un color naranja chillón, ya que es el color que caracteriza el disco del que se habla en el reportaje. En las páginas de los fanzines se decidió el uso del morado porque recordaba a una estética más punk. En cuanto a la *Cara B*, se usa un rosa claro ya que se habla de la discográfica *Elefant Records* y el rosa es el color que se utiliza en su logo. Por último, en las crónicas se usa un azul grisáceo debido a que en los conciertos siempre se observan colores oscuros y apagados.

## Paleta de colores utilizados en la revista



### 4.2.8. Audiencia

La revista *Alterum* está dirigida a un público interesado por la música. No necesariamente deben ser consumidores de música *indie*, ya que cualquier persona que tenga curiosidad por revistas especializadas en música, encontrará una publicación bastante amplia en cuanto a grupos musicales. Bien es cierto, que sí está enfocada a bandas nacionales con el objetivo de dar protagonismo y presencia en la sociedad.

El rango de edad que pretende abarcar la revista es bastante amplio. Por un lado, un grupo social adulto acostumbrado a la compra de revistas y periódicos, y que pueda encontrar los grupos más veteranos como es el caso de Los Planetas. Por otro lado, buscar la atención de un público más joven con contenidos como Cala Vento y Carolina Durante. Hay que destacar que el público joven será mayor de los 20 años ya que se entiende que la compra de la revista requiere de un recibo mensual económico.

Con contenidos como los de Cara B y fanzines se pretende enriquecer al lector con materias no tan usuales en revistas. Así, se establece un rango de edad entre los 20 y los 60 años.

#### 4.2.9. Competencia

*Alterum* tendría una competencia por contenido en cabeceras como *Mundo Sonoro*, *Rockdelux*, *Mindies*, *dodMagazine* o *Muzikalia*. Todas estas publicaciones, físicas y/o digitales, tienen como temática principal la música independiente dando cobertura a grupos nacionales, y en menor medida, a grupos internacionales. Debido a que la revista física encontraría dificultades para conseguir la audiencia deseada, y que los usuarios podrían pensar que se puede encontrar todo en internet, se añade esa versión digital de la revista en formato PDF para hacer frente a ello.

La principal competidora sería la revista *Mundo Sonoro* debido a que tiene una larga trayectoria dentro del ámbito musical, y goza de gran prestigio. Además, es una revista gratuita por lo que los lectores se hacen con ella fácilmente. No obstante, *Alterum* presenta un diseño más atractivo para los lectores y un contenido mucho más extenso que la *Mundo Sonoro*, por lo que se podría hacer competencia con estas dos claves.

Más allá de la competencia con otros medios escritos, también se encuentra competencia en la radio con la emisora Radio 3 que está especializada en música independiente y tiene una audiencia muy fiel. Pero también, en televisión, tanto pública como privada, con programas como *Cachitos de Hierro* y *Cromo* y el canal de música de Movistar + en los que se encuentran las *Sesiones Movistar*.

#### 4.2.10. Publicidad

En un principio no se iban a añadir páginas de publicidad, pero finalmente se ha optado por añadirlas para que la revista parezca lo más real posible y era necesario añadir una publicidad en la contra portada. La publicidad está relacionada con la música *indie*, los festivales y se añadirían también publicidades de ciclos de conciertos, salas, tiendas de música, bares... Se encuentran en la contra portada, portada y contra portada interior, y en algunas otras páginas para que el diseño y contenido cuadre.

### 4. 3 Páginas específicas

Se explican a continuación las páginas que he elaborado que son: Los Planetas: 30 aniversario del Super 8, Triángulo de Amor Bizarro y la crónica de Carolina Durante.



Conjuntamente, Alba Ramos y yo hemos hecho Festivales, Las Dianas, Elefant Records, Playlist y Conciertos. En las páginas que se han desarrollado conjuntamente, se pasará a hablar en primera persona para describir lo que se ha hecho de manera individual.

Para la explicación de cada artículo, en primer lugar, se justificará la elección del tema, el modo de trabajo, dificultades encontradas y resultados finales.

#### 4.3.1. Los Planetas: 30 aniversario del Super 8

El reportaje que se presenta tiene una clara justificación, pues Los Planetas fueron una de las bandas que hicieron que el indie en España empezase a tener una existencia real. Con su disco Super 8 llegaron a muchos jóvenes que 30 años después siguen escuchando este disco.

En primer lugar, se hizo una recopilación de información acerca del grupo y del disco. Se investigó sobre la historia de la banda y se escuchó el disco al completo para escribir el artículo. A continuación, se escribió el reportaje teniendo en cuenta que ocuparía 3 hojas el texto.

Para la maquetación, se quiso incluir las imágenes más icónicas del disco como es el 8 que se presenta en la página número 9, el *playmobil* de la portada del disco que aparece en la página 11, y los colores del disco siendo predominante el naranja. La portada tenía que ser algo sencilla, ya que el 8 y el *playmobil* llamaban bastante la atención; por ello, y también tomando la influencia de su segundo disco *Una Semana en el Motor de un Autobús* se dispuso un marco en la que



se incluyó una foto de la banda cuando sacaron el primer disco, rodeado del título del reportaje. La tipografía de la portada es Helvetica Neue Condensed Black, y se jugó con la disposición de las palabras y el número 30 para un mayor dinamismo.

En la página 10 lo primero que se encuentra es una fotografía de la banda acompañado de un pie de foto en el que se especifica quién es cada uno y la fuente. A continuación, en la página 11, en un principio el playmobil iba a estar en primer plano y el texto se iba a ceñir a la imagen. No obstante, como era un elemento que se había utilizado en la página 9 y, el texto quedaba muy desorganizado se optó por bajarle la opacidad a la imagen para que el texto fuese completamente legible. También, se puede encontrar una lista con las canciones del disco. Este marco en el que se

[illegible][illegible]

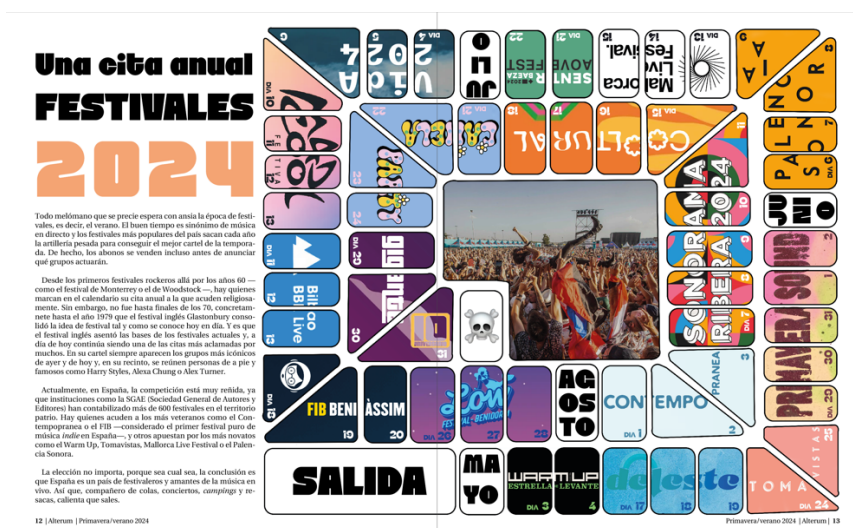
### 4.3.2. Festivales

30

Esta página en un principio tenía otro diseño, en el que se incluían algunos carteles de festivales y un pequeño texto acompañando a las imágenes. No obstante, no se estuvo muy de acuerdo con el diseño, y se optó por crear uno nuevo.

Estuve pensando en cómo añadir los carteles de los festivales sin que las diferencias de color y tipografía fuesen tan extravagantes. Se me ocurrió hacer un tablero simulando el juego de la oca en la que cada casilla fuese un festival; debido a que cada festival tiene una duración diferente, se optó por poner en cada casilla un día del festival.

Para desarrollar esta idea fue necesario el uso de Photoshop. Creé el tablero yo misma a partir de un tablero de oca de verdad, y cada casilla se convirtió en un marco para añadir la imagen. Para cada festival se agrupaban las casillas necesarias para ese festival, es decir, si duraba 3 días se agrupaban 3 casillas, se colocaba la imagen y, a continuación, se eliminaban las partes que quedaban entre cada casilla. Para que el lector no tuviera que buscar en internet las fechas del festival, se añadieron en la parte inferior de la casilla simulando el número de un tablero de oca.



En la casilla penúltima se añadió una imagen del emoticono de una calavera dando a entender que después de toda la temporada de festivales el asistente queda absolutamente cansado. En la casilla final se añadió una foto del festival Sonorama que representa perfectamente estos eventos.

En las casillas donde se pueden encontrar los nombres de los meses y salida, el texto fue añadido en InDesign. Acompañando al tablero se encuentra el título del artículo

que utiliza la tipografía representativa de la revista, la tipografía Alinsa. Esto se decidió así porque es una página de poco valor informativo, en donde el objetivo es invitar al lector a los festivales y se utiliza una tipografía más divertida. Se destaca el año con otro color y se le baja la opacidad, ya que la atención del lector se tiene que ir al tablero. El texto como siempre en Utopía, pero esta vez en una única columna.

#### 4.3.3. *Las Dianas*

Como se ha explicado anteriormente, se contactó con Casa Maracas para pedir una entrevista con Los Planetas, pero no fue posible. Sin embargo, se ofreció una entrevista con Las Dianas y se aceptó debido a que son un grupo emergente de chicas jóvenes y con ello, se cubre el objetivo de dar voz a las bandas emergentes.

La entrevista tuvo lugar en la sala Barceló en el evento *La Demoscópica de Mondo Sonoro*. En un principio, las fotografías iban a ser propias, pero debido a la mala iluminación y el poco tiempo, las fotografías no se podían incluir en la revista. Por ello, y como una solución ofertada por Casa Maracas, ellos nos mandarían fotografías.

El reportaje de Las Dianas presentó desde el principio bastantes problemas, debido a que las fotografías que enviaron Casa Maracas estaban muy saturadas y tenían mucho granulado. Para la portada se escogió la foto que está dispuesta en la revista, pero a color. Se escogió con la herramienta cuentagotas el color azul que predominaba en la fotografía. En un principio, el nombre Las Dianas se presentaba en color blanco y se duplicó esa capa por debajo con una opacidad más baja. Estas capas se duplicaron para que el nombre del grupo estuviese en la parte superior e inferior de la página.

En mi caso, quise probar con alguna cosa nueva ya que la portada no nos convencía a ninguna de las dos. Aprovechando que la foto de la página 19 estaba en blanco y negro, decidí cambiar la fotografía a monocolor y añadir unos dibujos con el color anaranjado de la portada y el azul que se había obtenido con el cuentagotas. Los dibujos se justifican por la propia personalidad divertida de ellas, y por su juventud.



Además, al ser 4 y para facilitar al lector a saber quién es quién añadí los nombres de cada una. Esto lo hice con Photoshop y luego lo añadí a InDesign. Cambié la portada y decidí añadir un cuadro azul para la parte en la que ya no habría foto e incluir ahí el título y el subtítulo en la parte inferior, y la fuente de las fotografías y las redactoras en la parte superior. El título y subtítulo presenta una tipografía Helvetica Neue Condensed Black a dos colores: negro y naranja. Las fuentes y las redactoras utilizan la tipografía Utopia.

Para la maquetación de la entrevista, en la página 16 se dispuso la página en dos columnas y la entradilla ocupaba una, y la entrevista otra. La entradilla utiliza la tipografía Nanum Pen que simula un rotulador y esto se justifica por el uso de dibujos hechos a mano en la portada;

además, se dispone de manera vertical para ofrecer cierta originalidad a las páginas.

En la página 18 se pueden encontrar dos sumarios en Helvetica Neue Condensed Black con las palabras «mujeres» y «vender» resaltadas con el color azul, y en la página 19 se decidió poner el fondo de color azul para remarcar que sigue siendo parte del reportaje de Las Dianas.



Tener una esencia propia es un factor muy importante para destacar. Las Dianas, una girl band granadina, tienen muy claro su estilo y piensan defenderlo ante todo

[illegible]

#### 4.3.4. Elefant Records

En la primera idea que se tuvo para el contenido de la revista, en estas páginas se iban a incluir dos secciones: New Radar en el que se hablarían de grupos nuevos de la escena, y *reviews* en donde se haría una crítica de un lanzamiento. No obstante, se tuvo la oportunidad de hablar con Luis Calvo, creador del fanzine *La Línea del Arco* y del sello discográfico Elefant Records, por lo que se cambió el contenido. Al decidir añadir esta sección, se vio que esto podía suponer una novedad para el lector para conocer la industria musical más detalladamente sin necesidad de que fuera un artista.

Para la maquetación, se quiso dar prioridad al texto y contenido por lo que los detalles decorativos han sido pocos. Hice un degradado radial con el color rosa perteneciente al logo del sello discográfico, y lo puse en el medio de las dos páginas. Además del degradado, añadí una imagen al final del artículo que representa a Luis Calvo y Montse Santalla (ambos fundadores del sello). Más tarde, se añadieron el logo de la discográfica y la imagen del fanzine.



En estas páginas no se observa ninguna novedad en el diseño, ya que todo el texto y tipografías corresponden a las establecidas en las características generales de la revista.

#### 4.3.5. XX Aniversario Triángulo de Amor Bizarro

Triángulo de Amor Bizarro este 2024 cumple 20 años como grupo y, por esta razón se quiso añadir un repaso de sus 6 discos. Para ello, se diseñó una entrevista, que se hizo por correo, en la que se hacía un recorrido a lo largo de sus discos.

En la portada se dispuso una fotografía de un banco gratuito de imágenes que representa la suciedad y la oscuridad del grupo en sus canciones. Por encima, se escribió el título y entrada del artículo. Para el título se utilizó el acrónimo utilizado por la propia banda para acortar su nombre: TAB. Para estas letras se utilizó la misma tipografía que en la portada. Para el subtítulo se utilizó la tipografía Helvetica Neue Condensed Black. Además, se incluyó en la portada el nombre de la redactora.

Se eligió el color negro debido a la oscuridad de la banda, y por su último álbum en el que se puede ver que el nombre tiene una tipografía parecida a la TF Sadistic en negro.

Para hacer el repaso de los álbumes se decidió coger la pregunta y respuesta que mejor describiría al disco ([Anexo 2](#)). Se dispusieron las fotos de los álbumes en un formato redondeado a la izquierda de la hoja, y a la derecha en una única columna el nombre y fecha del álbum, y la pregunta y respuesta. En la última página se puso una foto de los integrantes del grupo para que el lector conozca quiénes son ya que a lo largo de la entrevista no hay fotos de ellos.



#### 4.3.6. Crónica Carolina Durante

Las crónicas de conciertos es un contenido muy habitual en las revistas de música y muy solicitado por los usuarios. Se decidió incluir dos crónicas a la revista para que aquellas personas que no pudieron acudir a los conciertos pudieran saber qué pasó y, aquellas que pudieron asistir, rememorar esos momentos.



Para la maquetación de las crónicas se quería conseguir un equilibrio entre el texto y las fotografías. Los dos elementos son fundamentales para la descripción del evento y se le quería dar el mismo protagonismo. Por ello, en la primera página se dispuso una fotografía en grande que pudiera ofrecer una visibilidad general del evento, y a continuación el texto. El texto y la fotografía ocupan aproximadamente el mismo espacio, por lo que queda bastante igualado. En la página siguiente, se dio mayor protagonismo a las fotografías, pero dejando una columna entera para la crónica.



En el caso de Carolina Durante, en las fotografías de la página de la derecha aparece cada uno de los integrantes para que el lector pueda obtener el mayor detalle posible de la banda y el concierto. Se escogió un azul grisáceo ya que en los conciertos predominan las tonalidades frías y oscuras.

#### 4.3.7. Playlist y Conciertos

Para cerrar la revista se ha querido incluir dos secciones lúdicas: *Playlist* y *Conciertos*. En primer lugar, la sección *Playlist* presenta una serie de canciones relacionadas a los grupos que han aparecido en la revista. Bajo la *playlist* se encuentra un código QR que invita al lector a escanearlo para poder acceder fácilmente a la *playlist*. En la parte derecha de la página se puede encontrar un Top 10 de las canciones de la temporada, y bajo esa selección un cuadro en el que se ofrece información de la canción número 1.

Al tratarse de una sección en la que la información no es importante, se sigue la línea establecida con el título de festivales y presenta la tipografía Alinsa. El resto del



cuerpo seguirá siendo Utopía. En cuanto al color, se quiso usar un verde, en referencia a Spotify, pero un poco más claro para que no fuese exactamente el mismo color.



En cuanto a la página de Conciertos, presenta un diseño ligero con una fotografía en la parte inferior, un título, un subtítulo y algunos conciertos programados. Para esta sección se han usado dos tipografías diferentes al resto. El título presenta la tipografía Madrid Grunge, y el subtítulo RockLess. El objetivo es simplemente decorativo.

La fotografía es de un banco gratuito de imágenes, pero la retoqué en Photoshop ya que quería conseguir un efecto granulado y parecido a la de un póster musical antiguo. Como se ha explicado anteriormente, en los conciertos destacan los colores fríos y oscuros, y por ello, se presenta un color azulado como en las crónicas, pero más claro.



## 5. CONCLUSIONES

Tras varios meses de trabajo para la creación de la revista se han podido llegar a numerosas conclusiones. Con relación a los objetivos fijados en un primer momento, se concluye que la creación de una revista musical y especializada en el panorama *indie* es posible y, además, en el caso de España existe un hueco en el mercado que puede ser ocupado. Este nicho de mercado está muy condicionado a patrocinadores y publicidad, pues no es del todo factible económicamente subsistir por «amor al arte». Requiere de tiempo, dinero y dedicación, y la mayoría de los medios digitales que existen en este ámbito son llevados por personas que en sus tiempos libres lo dedican a ello.

Por otro lado, la cobertura que se darían a los artistas independientes nacionales sería amplia y, como se ha observado en el desarrollo del trabajo con grupos como Las Dianas, los artistas emergentes también tendrían cabida en la revista. Una problemática expuesta es el fin de la existencia de nuevos grupos y la repetición de los grupos más veteranos; no obstante, al tratarse de una revista trimestral y con la gran cantidad de productos que se lanzan semanalmente, el contenido no se vería afectado por esta clave.

A lo largo del desarrollo del proyecto se ha observado las dificultades que existen para que los grupos accedan a ser entrevistados y fotografiados. La mayor parte de los artistas entrevistados han sido a través del correo electrónico o por llamada telefónica. Presencialmente solo accedieron Las Dianas, por lo que las fotografías y la experiencia de obtener unas respuestas espontáneas han sido imposibles.

Con artículos como el de los festivales en el que se ofrecen los festivales de música *indie* en España y las crónicas de los conciertos consiguen el objetivo de promover la cultura y ocio nacional. Asimismo, las revistas al venderse en establecimientos en donde la escena independiente tiene lugar invitan al lector a acudir a esos locales.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Agúndez Vargas, J.R. (2013, octubre). Música, juventud e identidad indie. *Universidad de Tijuana*.  
<https://altamira.cut.edu.mx/assets/archivos/articulos/58e2dd4d10998-MU%CC%81SICA%20JUVENTUD%20E%20IDENTIDAD%20INDIE.pdf>
- Alayo Orbegozo, F. (2023). Prensa musical en línea. El impacto de las suscripciones digitales y los muros de pago en la cobertura periodística sobre música: el caso *Rockdelux* (2020-2021). *Desde el Sur*, 15(1), e0004.
- Algaba Pérez, B. y Pérez Martínez, J.E (2024, 15 febrero) Comunicación alternativa y escenas musicales underground en España: de la radio libre y el fanzine al entorno web (1980-2022). *Historia Actual Online*, 63.  
<https://doi.org/10.36132/vat43j09>
- Ato Calderón, O. (2018). *Análisis y modelos de gestión de medios digitales musicales en España*.  
[http://dspace.umh.es/bitstream/11000/7081/1/ATO\\_CALDERON\\_OSCAR.pdf](http://dspace.umh.es/bitstream/11000/7081/1/ATO_CALDERON_OSCAR.pdf)
- Barrera-Ramírez, F. (2018). Un ejemplo de oxímoron en música: el indie en España, una escena comercial. *Cuadernos de Música Iberoamericana, Universidad de Granada*. 30. <https://doi.org/10.5209/CMIB.58567>
- Carrillo, Santi (2000). "Adiós, Factory". *Rockdelux* nº 174, mayo de 2000, pág. 5
- Cornejo Hernández, F. (2008, abril) Ensamblajes sónicos, flexibles y mutantes. Estilos de vida en la escena de la música indie. *Instituto tecnológico y de estudios superiores de occidente*.  
<https://rei.iteso.mx/server/api/core/bitstreams/aafb0ee3-88c7-4e14-be2e-28d74a0a7989/content>
- Corredor Mateos, C. (2020, 18 mayo) *El periodismo musical: análisis de las revistas musicales Mondo Sonoro y Rockzone*.  
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42317/TFG-N.%201363.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cuevas, A., Moreno, M. y Prieto, C. (2021) Papeles subterráneos: Fanzines musicales en España desde la transición al siglo XXI. *Libros Walden*.
- Dombal, R., Gaca, A., Greene, J., Herrera, I., Hogan, M., Larson, J. D., Patel, P., Pelly, J., Phillips, A., Richardson, M., & Sherburne, P. (2021, 25 mayo). The History of Pitchfork's Reviews Section in 38 Important Reviews. *Pitchfork*. <https://pitchfork.com/features/lists-and-guides/the-history-of-the-pitchfork-reviews-section-in-38-important-reviews/>
- Juanma. (2023, 9 marzo). *La era dorada de las revistas musicales en España* t.blog. <https://www.thomann.de/blog/es/la-era-dorada-de-las-revistas-musicales-en-espana/#:~:text=La%20primera%20revista%20musical%20de,jazz%2C%20los%20crooners%2C%20etc.>
- Leoz Aizpuru, A. (s.f.) *Rockdelux en la configuración de una escena musical indie en España (1990-2000)*. <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=q1ySa0XhAgl%3D>
- Leoz Aizpuru, A. (2017). Periodismo musical: el concepto indie en la prensa musical especializada. Estudio de la revista Rockdelux. *Cuadernos de Etnomusicología*. N°10. [https://www.sibetrans.com/etno/public/docs/20-asier\\_1.pdf](https://www.sibetrans.com/etno/public/docs/20-asier_1.pdf)
- Lopa, A. P. (2024, enero). “QUIERO QUE ESTO SEA UN HIT”. ANÁLISIS DEL DISCURSO INDIE ESPAÑOL. *Signa, Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 33. <https://doi.org/10.5944/signa.vol33.2024.38825>
- Nast, C. (2004, 27 septiembre). *Travis Morrison: Travistan*. Pitchfork. <https://pitchfork.com/reviews/albums/5607-travistan/>
- Orbegozo, F. A. (2023). Prensa musical en línea. El impacto de las suscripciones digitales y los muros de pago en la cobertura periodística sobre música: el caso Rockdelux (2020-2021). *Desde el Sur*, 15(1), e0004. <https://doi.org/10.21142/des-1501-2023-0004>

- Peacock, T. (2020, 18 septiembre). *Cover Stars: A history of music magazines*. uDiscover Music. <https://www.udiscovermusic.com/stories/music-magazines-cover-stars/#:~:text=Arguably%20remaining%20the%20music%20trade,motion%2Dpicture%20industry%20from%201907>.
- *Pitchfork e-zine tells indie fans what's hot and not* | *The Honolulu Advertiser* | *Hawaii's Newspaper*. (s. f.). <http://the.honoluluadvertiser.com/article/2005/May/08/il/il22p.html>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.7 en línea]. <https://dle.rae.es/anglicismo#>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.7 en línea]. <https://dle.rae.es/fanzine?m=form>
- Reñones Limorti, M. (2014). *La dualidad de soporte en las publicaciones especializadas: el caso de Rolling Stone España*. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5756/TFG\\_F\\_2014\\_12.pdf;jsessionid=4371616A6EAB52E77FFD02188C41607F?sequence=1](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5756/TFG_F_2014_12.pdf;jsessionid=4371616A6EAB52E77FFD02188C41607F?sequence=1)
- Rodríguez Centeno, M.I. (s.f.) *La creación de un género: surgimiento del indie en España*. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/25281/TFM\\_F\\_2017\\_40.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/25281/TFM_F_2017_40.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rueda, J.A. (2012, 30 noviembre). *INDEPENDIENTES (documental, HDV)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mW2d4xG-nUs>
- Thomas, L. (2015, 3 junio). *The pitchfork effect*. City Pages. <https://web.archive.org/web/20160111015856/http://www.citypages.com/news/the-pitchfork-effect-6690578>
- Uribe, M. (2015, 17 enero). *Vibraciones, la revista rock de los 70, el orgullo de Ángel Casas*. *heraldo.es*. <https://www.heraldo.es/noticias/blog/2015/01/16/vibraciones-revista-rock-los-el-orgullo-angel-casas-1253882-2261124.html>

- Val, F. del, & Fouce, H. (2016). De la apatía a la indignación. Narrativas del rock independiente español en época de crisis. *methaodos. Revista De Ciencias Sociales*, 4 (1). <https://doi.org/10.17502/m.rcs.v4i1.105>

## 7. ANEXOS

Anexo 1: Tipografía del primer diseño de la portada: 3D Liquid Chrome



Anexo 2: Entrevista completa Triángulo de Amor Bizarro: comunicación por correo electrónico.

**En 2007 lanzáis vuestro primer disco ‘Triángulo de Amor Bizarro’. Un disco lleno de bajos distorsionados, ruido, susurros y gritos en las canciones...Vosotros teníais claro lo que os gustaba, pero ¿creéis que el público español estaba preparado para un álbum con esas características? ¿Creéis que con ese disco el público se abrió a escuchar cosas que normalmente escuchaba únicamente en inglés?**

La verdad es que no teníamos nada claro lo que nos gustaba, teníamos muy claro lo que no nos gustaba. Tampoco nos planteamos lo que quiere el público. El grupo

empezó como una forma de hacer, por una vez, solo lo que queríamos, lejos de las obligaciones del mundo.

**El segundo disco 'Año Santo' contiene la canción más escuchada, De La Monarquía a la Criptocracia. 14 años después ¿qué pensáis de esta canción? ¿Os esperabais que a día de hoy tuviera 3 millones y medio de escuchas?**

Sin querer caer en el nihilismo, lo de las escuchas es algo bastante arbitrario y que escapa al control de una banda, en cambio sí puedes controlar que las canciones estén bien hechas dentro de lo que intentas transmitir, y tratar al público con el respeto que se merece. Los números son en cierta medida falsos y accesorios, si la gente viene a verte a los conciertos haciendo por ejemplo la música que hacemos nosotros, eso sí es una relación sincera. Con todo eso, sí, "De la Monarquía" es una de nuestras canciones más populares y la que nos salvó comercialmente en la época de Año Santo.

**'Año Santo' no tuvo la mejor acogida por parte del público, al principio hubo muchas críticas negativas que parecieron cambiar poco a poco con vuestros directos, ¿creéis que TAB y sus discos conectan mejor con el público en el directo? ¿Os dio vértigo ver que el disco en un principio no funcionaba? De hecho ahora el público siente respeto por ese disco ¿qué creéis que pasó?**

Año Santo fue una liberación ya que veníamos de un éxito desmedido con el primer disco, y se esperaba que repitiéramos lo mismo, pero más suave, pero es que no somos capaces de hacer eso. Fue un disco que parte del público y medios tardaron en pillar, aunque en América funcionó muy bien desde el principio. Desde hace años es de nuestros discos más celebrados. A lo que voy, es que lo importante es estar contento uno mismo con lo que intentas hacer, volviendo a lo de antes, tener más o menos éxito inmediato con un disco, o un libro o cualquier obra está bien, claro, pero no es tan importante como parece. Lo importante es saber que has llegado a hacer lo que pretendías con esa obra, mirar atrás x años después y ver que hiciste lo correcto. Y si no, siempre puedes hacer otro disco e intentarlo otra vez.

**Vosotros habéis comentado en numerosas ocasiones que el gran salto de TAB fue del primer al segundo disco. ¿A qué os referís con esto? ¿Es a nivel musical, personal, del grupo...?**

Con el primer disco nos vino todo muy grande, ya que éramos una banda en formación, cuando salen las cosas sin pensarlas demasiado y no sabes si podrás repetirlas, y cuando realmente empezamos a ser una banda siendo conscientes de ello y con todas las consecuencias, fue con el hecho de ser capaces de terminar el segundo disco.

**Cuando sacáis Victoria Mística abris el disco con un bofetón al oyente con la canción ‘Robo tu tiempo’. Esto lo volveremos a ver en discos siguientes como ‘ολλεζιqlowæəpohnbueiɹɿ’ con Ruptura. ¿Cómo de importante es para vosotros la elección del orden de las canciones? ¿Cuando grabáis vais en orden o vais sacando las canciones y luego pensáis cuál será la primera, la última...?**

¡Sí! Es muy importante el orden de las canciones claro Y muy complicado a veces, es cuando ves si existe un disco o no. No es lo mismo tener 10 canciones que tener un disco. El disco aparece a veces entre una colección de canciones que vas acumulando, hay que tener un poco de suerte también.

**En una entrevista cuando lanzáis Victoria Mística, Rodrigo comentó “Realmente siempre hemos usado mucha cacharrada analógica. No me interesa el ordenador como instrumento musical”. Años más tarde se utiliza el ordenador en Fukushima y en vuestro último disco casi que se huye del ordenador, ¿habéis abandonado la idea del ordenador como instrumento? ¿Creéis que en algún momento retomaréis este camino o mejor hacer música “a la vieja usanza”?**

El ordenador lo hemos usado siempre como sistema de grabación y mezcla, pero como instrumento no me gusta nada. Me aburre un montón, y lo he utilizado mucho. Mis primeras canciones las hice así. Fukushima la hicimos con sintes y teclados y con el ordenador de secuenciador y grabadora, nada más. ¡Para eso es perfecto! Lo que no me interesa es tener simulaciones de todos los instrumentos hechos por la humanidad, que es lo que prácticamente te proporciona el ordenador, y pasarte horas pintando líneas de midi. Pienso que lo que produce esto es un poco el síndrome de



sonido de banda sonora de serie de netflix, en lo que todo suena grandilocuente, perfecto e irreal. No hay discurso en el sonido. En las limitaciones de los instrumentos reales y lo que puedes llegar a exprimirlos, en el proceso de aprendizaje y decisión para sacar todo lo que puedas de algo limitado, en esa interacción de ponerlos cacharros un poco fuera de sus límites, está el alma de nuestra música. Es la forma en la que acabamos descubriendo lo que quieres hacer en realidad. Eso no quita que hay mucha gente que le saca mucho provecho y hace casi todo con el ordenador y hace música genial, y que pueda disfrutar escuchándola, simplemente hacer música así todo el rato no va conmigo.

**Llegamos a vuestro cuarto álbum ‘Salve Discordia’, volvéis con Carlos Hernández como productor, el público parece encantado y las críticas musicales son positivas. En cuanto a esas críticas, por lo que he visto, dieron bastante importancia a las letras de las canciones, ¿por qué creéis que los “periodistas” pusieron el foco en las letras? Vuestras letras seguían el camino de los anteriores discos con esas reivindicaciones sociales a través del sarcasmo, ¿algo cambió con este disco?**

Pienso que con ese disco definimos mucho de lo que llevábamos haciendo con los tres discos anteriores. Seguramente el enfoque en las letras viene de que están algo más claras en la mezcla que en Victoria Mística, por ejemplo, aunque también creo que empecé a cambiar el método: desde entonces no escribo canciones rellenando un papel en blanco, si no escribiendo mucho y recortando hasta que tenga forma de canción. Eso para nosotros fue un cambio radical de como enfocar las canciones.

**Con ‘ολλεζιρωεεπολνδουεηλ’ nos encontramos en el Covid-19 y se presenta como un disco que rompe con la línea de los 3 discos anteriores. Se vuelve un disco que se desvía hacia un rock tecnológico, que suena espacial y nuevo en vosotros, ¿qué os hizo tomar este camino? ¿Nuevas influencias, el deseo de probar cosas nuevas...?**

Lo que pasó entre Salve Discordia y este disco fue que hubo un cambio generacional: Llegaron nuevas tendencias y la música de bandas pasó a un segundo plano. Ahora estamos como en un reinicio, que por un lado está bien que vuelva la música grupal, pero a su vez da cierta pereza la vuelta a lo básico otra vez. Creo que cuando alguna

gente se empieza a aburrir de la parte más vista es cuando se empiezan a hacer cosas más interesantes. Nosotros somos un grupo que surgimos en una época en que la música popular estaba hecha de estilos retorcidos sobre sí mismos, y eso a mí me encanta. No necesito volver a escuchar otra vez el indie empezando de cero.

Aunque me voy por las ramas, *ομτζιϋowεəpolnδueι* es un disco bastante agri dulce para nosotros, por la pandemia: Creo que es nuestro mejor disco, pero también el que menos disfrutamos.

**En los conciertos parece que se colocan las canciones por bloques. Se tocan seguidas las más parecidas a una balada como pueden ser ‘Seguidores’ o ‘Cura mi corazón’ y, de repente, se tocan las más ruidosas como ‘Robo tu tiempo’ y ‘Canción de la fama’. A la hora de enfrentaros a un directo, entendemos que la importancia de las canciones que se tocan y su orden tienen un especial cuidado, ¿cómo pensáis las canciones que vais a tocar y por consiguiente el orden? ¿Os gustaría hacer algo diferente a lo que ya hacéis? Es decir, tocar aquellas canciones que por lo general ya no tocáis.**

Si, el orden de los conciertos es casi tan importante como el de los discos. La diferencia es que al día siguiente puedes cambiarlo con lo que siempre puedes ir probando cosas. Nos gusta recuperar canciones de otros discos, es algo que hacemos más a menudo en conciertos en salas, ya que puedes tocar más tiempo. Siempre estamos intentando introducir canciones nuevas y acabar de hacerlas en directo, eso sería verdaderamente la forma ideal de hacer las canciones, pero normalmente no nos atrevemos, a ver si en estos conciertos que vienen lo intentamos.

**Llegamos a vuestro último álbum que parece que vuelve a ese sonido más tradicional y mezcláis elementos de otros discos con elementos nuevos, ¿seguís buscando nuevas fórmulas para la creación de vuestras canciones?**

Sed fue un disco más crudo justo porque veníamos de un disco muy elaborado. Además, montamos nuestro propio estudio y nos apetecía hacer un disco un poco más directo, más garajero pero que tuviese un contrapunto en algunas canciones, como Estrella Solitaria. Yo le encuentro similitudes con El Gatopardo, el ep que sacamos justo después de Salve Discordia con las mismas intenciones.

**Por terminar, ¿tenéis algo preparado para la celebración de estos 20 años? Ya adelantabais algo por Instagram...**

Pues si, en otoño haremos unos conciertos especiales donde tocaremos toda nuestra discografía, en breve publicaremos los detalles.