

# RUTA DEL ROCK

-  CATEGORÍA 1
-  CAMPAÑA GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
-  ARGENTINA - GENERAL
-  MUNICIPALIDAD DE TRES DE FEBRERO
-  SUBSECRETARÍA DE PRENSA Y COMUNICACIÓN
-  LUCAS RODRÍGUEZ - GERMÁN FELICES - ALEJANDRO MARKMAN



PREMIOS  
EIKON



Municipalidad de  
Tres de Febrero



## UN ADN BÉLICO Y UNA BÚSQUEDA

Cuando comenzamos a diagramar la Ruta del Rock nunca imaginamos hasta dónde podíamos llegar. Pero para contar esa parte de la historia, primero tenemos que detallar el contexto donde se generó esta idea y cuál fue la necesidad de llevarla a la práctica. Tres de Febrero es un municipio al oeste del Conurbano bonaerense, semi-industrial, con casi 400 mil habitantes y pobladísimo por donde se lo mire (el segundo en densidad de la provincia). Si revisamos el mapa, tiene 45 km<sup>2</sup> de superficie compuestos por 15 localidades, entre ellas, Caseros, que es cabecera del partido. Es lindero a los municipios de San Miguel, San Martín, Morón, La Matanza y la Ciudad de Buenos Aires, con la que intercambia miles de viajes por día entre vecinos que van y vienen de trabajar, estudiar, atenderse en centros de salud o para esparcimiento.

Hay una historia que cualquier tresfebrerense de ley conoce. O la aprendió en la escuela, se la contó algún vecino de años o simplemente la escuchó. Es un suceso que marcó a fuego la zona y le selló su nombre en la piel: la Batalla de Caseros, el 3 de febrero de 1852. Es que en estos campos, en lo que hoy son las localidades de Martín Coronado y Ciudad Jardín Lomas del Palomar, se desarrolló uno de los combates más épicos y reveladores de la historia argentina que tuvieron como protagonistas por un lado a Juan Manuel de Rosas y por el otro a Justo José de Urquiza con su Ejército Grande, vencedor de la contienda. En las filas del triunfador, también, participó como boletínero un joven Domingo Faustino Sarmiento. Esta batalla significó nada más y nada menos que la unión del país y el origen de nuestra Constitución Nacional. El único testigo de aquella conquista es el Palomar, una pintoresca construcción circular que hoy sigue en pie y que está dentro del Colegio Militar -mismo predio donde se desarrolló la batalla-, propiedad de Diego Casero, quien luego le dio el nombre a la localidad más importante del municipio.

Sabíamos que este acontecimiento era un sinónimo de identidad en Tres de Febrero, un hito histórico para nuestra nación. Pero había quedado en el tiempo, en los manuales de historia Santillana. No dejaba su huella en los barrios, en el vecino de a pie, no podía apelarse al sentido de los lazos con el lugar que el vecino había elegido para vivir y era inasequible traer un sonido, una imagen, un testimonio, alguien que haya vivido ese momento para contarlo en primera persona

y revivirlo. Mucho menos vincularlo a las nuevas generaciones. Había que tropezarnos con un gen identitario para nuestro partido, algo que no se estanque solamente en la obra o en un nombre propio, sino en una nueva experiencia, en una historia que todavía no esté escrita y que sea un flechazo directo al corazón de la comunidad. Que sorprenda al más desprevenido y al más intelectual, que cotice sentimentalmente su barrio. El reto era audaz y también porfiado.

Entre los tres integrantes que nos habíamos propuesto ese norte había un fuerte valor en común: la música -el rock, específicamente- y la comunicación. Es que en nuestro inconsciente, desde nuestra juventud, conviven leyendas locales sobre esa temática con las que habíamos crecido y ya habíamos naturalizado; eran parte de nuestro ADN, pero nunca las había ido a buscar, nunca nos preguntamos qué es lo que tenían estos lugares para que se de esa particularidad. Habían sucedido una cerca de otra, especialmente en una zona concentrada del partido, como si fuera un campo magnético musical. Pero nadie, ningún especialista en la materia, se había tomado el trabajo de certificarlas, de hacerlas visibles y tangibles. Eso era lo que más nos perturbaba y nos alejaba de la idea. Comenzamos a hacerlas carne entre nosotros, a contarnos lo que sabía cada uno, lo que habíamos escuchado en el barrio, en alguna estrofa de una canción, en aquel párrafo que recordábamos de alguna revista rockera de la adolescencia, o más acá, en algún video de YouTube. Y sucedió la magia. De repente habíamos recabado un sinfín de leyendas urbanas de esta zona sobre artistas y bandas emblemáticas de nuestro Rock Nacional que habían sucedido ahí, en esos famosos 45 km<sup>2</sup> de tierra bonaerense. Habíamos encontrado una pista, una oportunidad.



El origen de la Ruta del Rock nació en un equipo de Prensa y Comunicación que se formó a partir de la victoria en las elecciones locales de 2015 por parte de Diego Valenzuela. Desde los primeros tiempos de gestión sentíamos que teníamos la necesidad de generar esa historia, ese dato que le otorgue un sello identitario y turístico al municipio para siempre. Por un lado, nos enfrentamos a la complejidad de generar una idea superadora y distinguida en un mar de municipios linderos, similares al nuestro y con muchas cosas en común. Por el otro, limitar con la Ciudad de Buenos Aires con sus luces, sus paseos históricos, sus recorridos culturales y sus eventos y espectáculos podía representarnos una gran referencia para un distrito con nuestras características, pero también un gran obstáculo

por la migración turística y cultural como la que se da actualmente. En resumidas cuentas, no iba a ser tan simple y fugaz instalar un paseo cultural histórico al aire libre en el oeste del Conurbano y tematizado en el Rock Nacional, una maquinaria artística que a priori había narrado su razón de ser de la General Paz al río.

El plan iba tomando forma y la confianza ganaba territorio. También sabíamos que probablemente el rock no era un producto que interpelaba a una comunidad entera, pero sí era un movimiento cultural que atravesó en algún momento de sus vidas a muchísimos jóvenes y grandes por igual. “En el oeste está el agite”, predica Ricardo Mollo en uno de los himnos de Divididos. Y descubrimos que hay mucho de eso. Que hay un sinfín de letras de grandes artistas que se forjaron en esta porción del Conurbano y que se inspiraron para escribir sus obras en estos barrios, sobre nuestra idiosincrasia y costumbres. Partíamos de una premisa sólida: la casa de Tanguito. Es que el primer mito del Rock Nacional nació en Caseros, lo que justificaba fuertemente cada paso en este proyecto. Sin esa “Caseros City”, como le decía Tango cariñosamente a su cuna barrial, no sabemos qué hubiese sido de aquellos primeros pasos de nuestro rock en unos tempranos 60’. Dicen aquellos pocos que lo conocieron que Caseros para él era un lugar de inspiración clave para su poesía. Un barrio de casas bajas, con muchas fábricas y un tanto gris era el argumento musical ideal para este primer poeta rockero, que entre sus máximas creaciones tiene a La Balsa, canción fundacional del Rock Nacional.

Nos propusimos, también, investigar la situación en otras grandes ciudades del mundo para conocer otras iniciativas similares. Encontramos ejemplos de recorridos culturales en Estados Unidos y Reino Unido -países célebremente famosos por su universo cultural- que llevaron a la práctica pequeñas comunidades, vecinos, fanáticos y, de forma aislada, el estado; suponemos para ordenar a las personas que se amontonan en puntos turísticos referenciales. En su mayoría se relacionan con locaciones donde se rodaron películas populares, lugares donde dieron discursos reconocidos políticos o casas donde viven estrellas de Hollywood. Pero ninguna iniciativa planteada desde lo temático y en particular, con historias conectadas entre sí y con la oportunidad de realizar un recorrido autoguiado.

### **¿CÓMO EL ROCK NO IBA A SER UN FACTOR IDENTITARIO PARA TRES DE FEBRERO?**

Queríamos lograr un proyecto que desemboque en una experiencia turística, que tenga atractivo, que referencie a Tres de Febrero como un municipio bisagra para el nacimiento del Rock Nacional. ¿La clave? Investigar y confirmar la veracidad

de cada historia con especialistas de rock, vecinos que fueron protagonistas de esas leyendas y, por último, lo más importante: documentarlas para que sean fuente de consulta. A partir de este punto, se planteó generar un paseo cultural al aire libre que se transforme en un recorrido autoguiado y emblemático para el turismo en el Conurbano. Las redes sociales, un sitio web y las nuevas tecnologías van a jugar aquí un rol fundamental, además de la diagramación de un evento apertura con música en vivo entre las elecciones PASO y Generales de 2019, pleno termómetro electoral, lo que nos estimulaba aún más. Al ser un proyecto ambicioso que dependía enormemente de la confianza que el mundo musical nos depositaba y de la maduración de una minuciosa e inédita investigación, el tiempo era nuestro peor enemigo. Luego de años de análisis, comenzamos a materializar la idea a principios de 2018 cuando diseñamos un cronograma interno para las etapas del proyecto con los plazos de ejecución de cada tarea e hito, y el 29 de septiembre de 2019 lanzamos el programa a la cancha.

Estos eran los condimentos de la receta que habíamos preparado para generar un plan identitario innovador, acorde a los tiempos, dedicado a reforzar el vínculo con el lugar en el mundo de cada vecino, con pizcas de nostalgia y, sobre todo, interpelando desde el estado a las nuevas generaciones, un segmento en principio hostil para con iniciativas frescas que provengan de la gestión pública. Para transmitir la propuesta generamos una estrategia centrada en canales tradicionales como revistas gráficas y radios (especialmente lo radiofónico por su poderío asociado a lo musical), redes sociales y un sitio web que sea útil para almacenar información y vincularlo de forma inteligente a las gráficas urbanas.



Con la estrategia lista, estábamos preparados para la acción. El primer paso para analizar lo viable del plan fue el recabado de datos. Desde ahí partimos hacia la reconstrucción de leyendas para que se transformen en historias para por último legitimarlas y documentarlas. Fue la etapa más pesada pero a la vez la más desafiante del proyecto. Al comienzo, la información sobre los artistas y las bandas y su relación con el municipio era escasa: la mayor parte estaba en viejas revistas o en algún antiguo reportaje en tecnología VHS que habíamos podido recuperar. Poco en internet. Pero faltaba otra arista: la calle, donde nacieron los relatos. Había que ir a esos lugares, respirar esos aires y confiar. Así es cómo tocamos timbres de casas de familia con el dato en mano, recorrimos viejos bares de estación

de tren, clubes de barrio, caminamos calles con algún contador de historias, visitamos plazas para descubrir la inspiración de alguna letra y comercios que en el pasado fueron antros donde se tocaba clandestinamente. En esos lugares descubrimos realmente el potencial del proyecto. Ahora la información era abundante pero estaba desparramada y muchas veces renga. Le faltaban partes y el reto era enlazarlas para que tome forma.

## **PREJUICIOS Y SUSPICIAS**

Las dificultades que se nos presentaron estaban relacionadas entre sí: la política y los tiempos. A priori, el mundo de los artistas musicales era un espacio que, si lo abordábamos desde el estado, lo esperábamos adverso; un poco por información, otro poco por prejuicio. Y el hecho de que el partido político al que pertenecemos se lo vincule a un posicionamiento de centroderecha también podía ser incómodo. Sabíamos que muchos de los artistas que queríamos entrevistar se identificaban ideológicamente con las antípodas de ese espacio político. Básicamente temíamos que nos cierren las puertas. Pero decidimos no diagramar una estrategia con ese planteo, sino relatar naturalmente cuál era la idea, sin ocultar nada. Lo cierto es que nunca percibimos oposición en los protagonistas. Eso fue una gran señal, la luz verde que nos permitió derribar prejuicios en nuestra contra y cualquier suspicacia política.

## **EL CLIMA ELECTORAL**

Otros inconvenientes que se presentaron vinieron de la mano de los tiempos para lanzar el programa. Nuestro gantt original y los procesos eran claros: el evento apertura y la presentación de la Ruta del Rock tenían que suceder el sábado 7 de diciembre de 2019. Hasta que llegó el día de las elecciones PASO y ya nada fue igual: la fórmula del intendente de Tres de Febrero Diego Valenzuela fue la más votada, pero perdió por 13 puntos contra la suma de los votos que cosecharon los cinco candidatos del espacio Frente de Todos. Sabíamos que con la gestión nacional había un votante joven incómodo, especialmente por las turbulencias económicas de aquellos momentos. Un votante muy interesado en la cultura joven y que miraba con buenos ojos a los gobernantes que se interesaban por ella. Según encuestas, había una alta valoración de los vecinos por la gestión local, pero había electores confundidos entre cuáles eran las responsabilidades de cada nivel del estado. Era una oportunidad de entrar en acción y hacer valer lo local más que nunca, de poner en juego la identidad y el amor por el barrio. El gantt sufría un volantazo: la presentación se adelantaba al 29 de septiembre, días antes de las elecciones Generales, las que iban a ser determinantes para el rumbo de la gestión.

## A ROCKEARLA

Con lo “teórico”, los permisos y la cuestión política cerrada, el último paso que nos debíamos, antes de la difusión, era la instalación de cartelería en cada lugar que sucedieron los hechos, la puesta en funcionamiento del sitio web y las redes sociales. Comenzamos con 11 estaciones (carteles) que señalizan 11 historias distintas en diferentes puntos de Tres de Febrero. Queríamos marcar a fuego cada cartel, que puedan identificarse a distancia y la imagen municipal y su estética rockera leerse en cada vistazo desde un vehículo o simplemente caminando. Probamos varios diseños hasta dar con una púa de guitarra gigante que tiene textura de asfalto -específicamente de ruta- y bajo ella una señalética como apartado donde puede verse una pequeña referencia del artista/banda y una imagen. Si hablamos de la cultura de estos tiempos, de música y de jóvenes, no podíamos generar una experiencia “desconectada”. Por eso trabajamos un código QR en cada señalética para desde un smartphone poder vincular al sitio web y obtener así más detalles de esa estación y el mapa para visitar otras estaciones próximas según GPS. Entre las 11 estaciones hay artistas como Los Piojos, Sumo, la casa de Tanguito, el origen de V8, la casa de Gustavo Santaolalla, la iglesia donde se conocieron los Arco Iris, entre otros.

En el anexo “Anexo Ruta del Rock” se adjuntan referencias de las historias.



Cuando miramos en retrospectiva y analizamos todo lo que nos propusimos y logramos con la Ruta del Rock realmente llena el alma de los que alguna vez la soñamos. Al programa lo han comentado los más grandes periodistas de rock de la Argentina como Alfredo Rosso o Dany Jiménez, se ha publicado en grandes medios como Clarín, Infobae o Rolling Stone y se han hecho notas y entrevistas en programas de radio especializadas como Vorterix, Rock and Pop, Nacional Rock o Metro. La cobertura de prensa superó ampliamente nuestras expectativas. Nada de esto hubiese sido posible sin una estrategia planteada y enfocada en los medios que apuntamos, aquellos que funcionaron como multiplicadores y que interpelaron directamente a un potencial público de la RDR. Todo fue a pulmón, transmitiendo esto que para nosotros planta una semilla en el turismo del Conurbano y genera historias, muchas de ellas hasta ahora desconocidas en el mundo del Rock Nacional y en Argentina.

En lo electoral, no nos pudo ir mejor. Dimos vuelta una elección de trece puntos

abajo y ganamos por dos. Un batacazo que no estaba en los libros de campañas electorales pero sí en nuestros corazones. Hubo fe y trabajo duro. Esto sucedió poco más de un mes luego de la presentación de la RDR. Como anécdota, nos queda que ganamos la elección municipal por 6 mil votos, igual al número de asistentes al evento apertura del programa en la plaza principal de Ciudad Jardín, junto a bandas que tributaron a los grandes músicos de las estaciones y Leo García que culminó la noche con sus hits y un increíble repertorio de covers de Tanguito. Días antes, junto a él, hicimos un flashmob en la casa del mismo Tanguito y junto a sus familiares y al Intendente inauguramos su estación en la puerta. Leo tocó con su guitarra dentro de lo que era la habitación de la leyenda y luego, en la calle, ante la sorpresa de los vecinos que no podían creer un mini concierto en la cuadra de su casa.

## **LA PANDEMIA COMO IMPULSO**

Apenas lanzamos la Ruta del Rock, en el segundo semestre de 2019, los corredores por donde están las historias comenzaron a poblarse de personas con ganas de saber de qué se trataba este museo al aire libre. Cada fin de semana notamos un incremento en las calles y que el proyecto iba tomando forma. Pero la pandemia del COVID-19 claramente limitó al programa; se suspendieron grandes eventos musicales, muestras de bandas locales, ferias de memorabilia del rock, tours en buses y demás iniciativas que estaban pensadas para que esto fuera aún más grande. Pero también creemos que la misma pandemia lo potenció: en tiempos de un confinamiento más blando y menos restrictivo nunca hubiésemos imaginado tanta gente recorriéndola día y noche a pie, en bicicleta, en auto, con hijos o amigos. Este contexto sanitario también trajo hambre y necesidad de revalorizar el barrio, lo más cercano. Y al no permitirse durante mucho tiempo el acceso a espacios culturales cerrados como cines o teatros, muchas personas se inclinaron por recorrer un museo a cielo abierto como es la RDR: con cultura, con historia y adaptado a las nuevas tecnologías. Y ya no sólo llegaron vecinos locales, sino de municipios aledaños y hasta porteños que se cruzaron la General Paz para experimentar ese tan misterioso y enigmático “turismo del Conurbano” que habían escuchado en radio o leído por ahí. El plan no podía ser más perfecto en estos momentos donde más que nunca se necesita aire libre y una linda historia para atesorar.

## **LA SEMILLA DEL ROCK**

En estos días estamos presentando en YouTube nuestro primer capítulo documental que refleja el trabajo de investigación. También hay un proyecto audiovisual pendiente para plataformas de streaming de series y películas. En los últimos

tiempos, a propósito del lanzamiento, muchas personas se acercaron con historias de bandas o artistas de rock que sucedieron en sus barrios. Y esto fue lo que también nos propusimos; que la RDR no tenga un fin, sino que siga alimentándose de leyendas que se puedan documentar y que pasen a formar parte de esto. De hecho, actualmente estamos armando el rompecabezas de más historias para próximas estaciones. Asimismo no nos convence que el proyecto tenga fronteras, de manera que si en el futuro surge la oportunidad de ampliarlo a otros municipios lo veremos con muy buenos ojos porque ese es el objetivo: compartir y ampliar el conocimiento sobre nuestra cultura popular, en este caso, el rock.



PREMIOS  
EIKON



Municipalidad de  
Tres de Febrero