

MANUAL DE INSTRUCCIONES

OPERATIVAS



TAMBIÉN LLAMADO:
GUÍA ESTÉTICA Y DISCURSIVA DEL HELECHO SOCIAL
EN LA CÚAL SE DESCRIBEN, DEFINEN Y DETALLAN SUS
LINEAMIENTOS, DOCTRINAS, FORMAS, MÉTODOS,
Y OTRAS CATEGORÍAS DE DIFÍCIL O IMPOSIBLE DEFINICIÓN

LINEAMIENTOS ÉTICOS

1 - La verdad existe

2 - Respecto a los Hechos y los Helechos:

2.1 - En *Las reglas del método sociológico* Durkheim define a los hechos sociales como *modos de pensar, sentir y actuar*. Son generales a una sociedad y tienen carácter coercitivo, por ende, son exteriores a los individuos y se imponen sobre ellos.

2.1.1 - “*Todo hecho social debe ser explicado por otro hecho social que lo anteceda en sus causas*”

2.2 - Un helecho según la Real Academia Española es una *clase de plantas vasculares herbáceas sin flores que poseen raíces verdaderas, tallos y hojas complejas, y que se reproducen por esporas*.

2.2.1 - Los helechos constituyen una antigua división de plantas vasculares, algunas de ellas aparecidas hace 358,9 millones de años terrestres.

2.2.2 - Los helechos viven de los nutrientes terrestres pero se reproducen a través del aire. Tal como la sociedad.

2.2.3 - Los helechos desempeñan un papel en la sucesión ecológica, creciendo en las grietas de los afloramientos de roca desnuda y en ciénagas y pantanos abiertos antes de la aparición de la vegetación forestal.

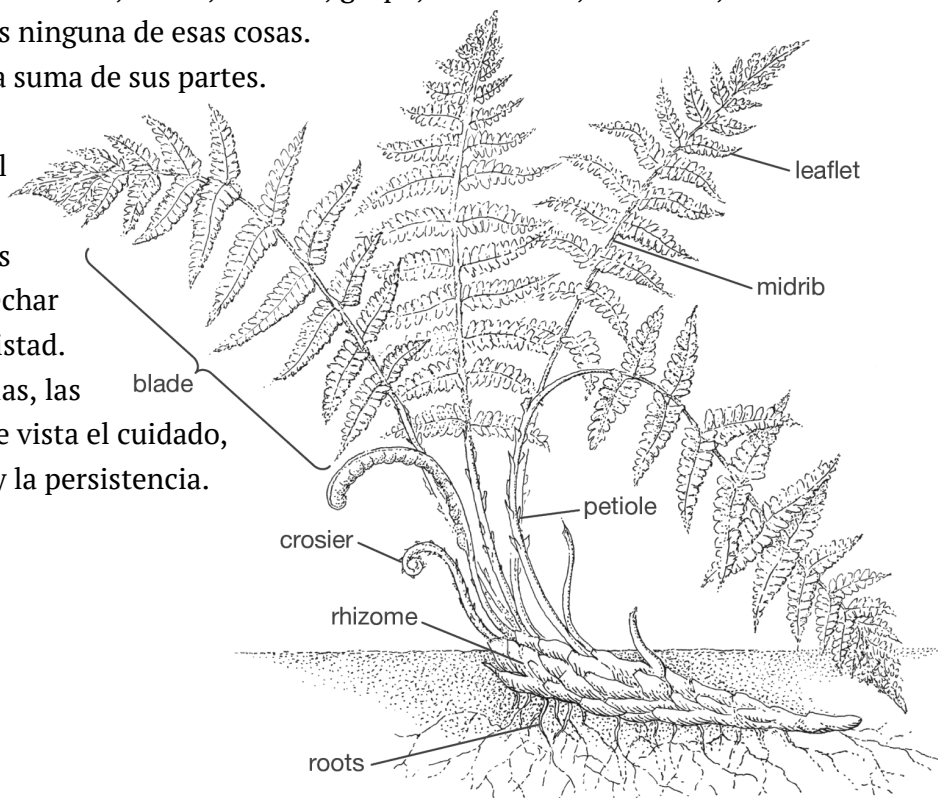
2.3 - Un Helecho Social es una conexión clara entre dos hechos (sociales) a primera vista inconexos, unidos por la picardía, el absurdo, la banalidad, la provocación o las pasiones, a través de la teoría y la argumentación.

3 - Helecho Social, cómo revista, editorial, forma, estética, grupo, comunidad, escenario, plataforma, soporte o secta, no es ninguna de esas cosas.

3.1 - Helecho Social es más que la suma de sus partes.

4 - La finalidad de Helecho Social es cultivar el jardín del mundo.

4.1 - Cultivar es poner los medios necesarios para conservar y estrechar el conocimiento, el trato o la amistad. Ejercitarse en las artes, las ciencias, las lenguas. Embellecer sin perder de vista el cuidado, la atención, el cariño, el trabajo y la persistencia. Es crear y también mantener.



4.2 - Para esto Helecho Social cultivará su comunidad que cultivará a la comunidad. La comunidad cultivará a la comunidad que cultivará a Helecho Social.

4.3 - El crecimiento de la comunidad y el crecimiento de Helecho Social no solo deben ir, sino que inexorablemente irán a la par. No hay una causa primera. No existe una sin la otra.

4.4 - No somos lo que quería Voltaire. No somos “*un hombre*” ni cultivamos “*nuestro propio jardín*”.

5 - Helecho Social no se subsume a las reglas del mercado.

5.1 - No tiene una racionalidad que persigue la maximización de las ganancias.

5.2 - No puede obtener ayuda monetaria de una entidad externa que interfiera en sus capacidades creativas, imaginarias, o comprometa su búsqueda de la verdad.

6 - Helecho Social es radicalmente moderno.

7 - Helecho Social es la verdadera aristocracia intelectual.

7.1 - Como tal, prescinde de las reglas APA y alienta la soberanía creativa.

7.2 - Los intelectuales se han dedicado a criticar todo. Cómo buena aristocracia intelectual también somos críticos de la crítica, sabemos que no solo tenemos las capacidades y herramientas para modificar el mundo, sino que hacerlo es una obligación (4).

8 - Cómo su composición botánica-social se lo exige, Helecho Social se adapta al mundo y a las subjetividades contemporáneas para lograr un mayor dispersión (4.3). No reniega de los medios y las formas más populares del presente, y tiene cómo obligación buscar adelantarse a las tendencias (2.2.3)

9 - La risa es nuestro instrumento revolucionario predilecto.

9.1 - El elemento revolucionario de la risa reside en dos elementos constitutivos.

9.1.1 - La risa es un mecanismo de defensa ante la evidencia de fragilidad de la vida. Dice Bataille “*la conciencia de la escasez de estabilidad, incluso de la profunda falta de toda verdadera estabilidad, libera los encantos de la risa*” y Freud “*Nos reímos de lo que deberíamos llorar*”

9.1.2 - La risa es contagiosa y, por lo tanto, integradora.

9.2 - Reírnos de algo nos muestra que realmente no importa. Llegados a un punto, si todos reímos, puede ser que comencemos a darnos cuenta de que nada es importante y todo es aparente. Si reímos tomamos conciencia de que las cosas podrían ser de otra manera.

10- Ante todo: Colabore, no insista.

1.1- La “*verdad*” es una palabra que existe

11 - O todo lo contrario

LINEAMIENTOS ESTÉTICOS

12- Helecho Social no puede ser, bajo ningún punto de vista, Revista Sudestada

12.1 - Con ser Revista Sudestada entiéndase tomar como identidad y posición político-ideológica el solo hecho de estar a favor de todo lo bueno y en contra de todo lo malo.

12.1.1 - No todo lo bueno es bueno, y no todo lo malo es malo. Todo es mucho más complejo y todo es mucho más simple.

13 - Cómo principal estilo discursivo Helecho Social es *la disrupción de la disrupción*.

13.1 - Al igual que “*Sí la tiranía es ley la revolución es orden*” debemos ser el orden en el caos y el caos en el orden, para poder ser así el orden del orden y el caos del caos.

El 20 de septiembre de 2024 organizamos una performance en el foyer de Fsoc. La misma consistió en un desfile de moda seguido de un casamiento. El evento fue auspiciado como un casamiento legítimo, y muchos aún creen que lo fué.

En ese sentido la disrupción del evento anunciado como un casamiento sufrió la disrupción de un desfile de moda, el cual fue seguido por una disruptiva reanudación de la ceremonia matrimonial en la que el profesor Lucas Rubinich ofició de cura. Cada parte fue entonces alterada por el significante que le precedió.

La institución tradicional del matrimonio se vió trastocada por el desfile; pero a su vez la institución vanguardista del desfile se vió trastocada porque quienes desfilaron luego se transformaron en las damas de honor del casamiento.



14 - Helecho Social en sus manifestaciones físicas prioriza la austeridad estética para lograr la mayor reproductibilidad técnica posible y, por ende, su mayor accesibilidad.

14.1 - Por esta razón se intenta usar una mínima cantidad de colores buscando los contrastes entre luces y sombras, facilitando así la edición, la creación de stencils y la impresión en blanco y negro.

Esto se logra con la herramienta de edición “*Buscar color*” presente en la mayoría de editores.



15 - Helecho Social toma inspiración en los fanzines punks y anarquistas de los 80s y 90s, no sólo por sutiles afinidades ideológicas, sino por la afinidad estética con la austeridad mencionada en el punto 3. Las fuentes usadas para la revista y publicaciones intentan emular los stencils, graffitis y la imperfección de los diseños hechos a mano.

DISKORMAN

Diskorman
Títulos

KELSI FILL

Kelsy Fill
Subtítulos

STAATLICHES

Staatliches
Cuerpos de texto, genérico

EDITOR

Editor
Historias de Instagram

16 - En procesión con lo que el punto 8 indica, en el presente toda la producción de Helecho Social es interpelada por la forma de comunicación hegemónica de nuestra época, la cual denominamos como “*Formato Tik-Tok*”, es decir, priorizando el contenido corto y cambiante para retener la atención, así como el lenguaje descontracturado.

16.1 - Ningún artículo publicado en la revista puede exceder las 3 hojas, y debe priorizarse una distribución equitativa entre artículos cortos y largos para así lograr contrastes y aliviar la pesadez de la lectura.

16.2 - Esto encuentra su balance con el formato revista física y PDF, puesto que obliga a practicar ciertos rituales de lectura, obligando a pasar por todos los artículos y leer al menos cierta parte de ellos.

17 - Las comunicaciones oficiales deben mantener una retórica formal que decanta en la ironía, ya sea por su exceso o por su repentina ruptura.

17.1 - Tal como este manual

18 - Siguiendo lo dicho anteriormente, Helecho Social no se guarda para sí la capacidad de ser Helecho Social. Cualquier Ser que siga las instrucciones aquí detalladas puede detentar del título.



CAJA DE HERRAMIENTAS

Para materializar lo anteriormente resuelto utilizamos una serie de herramientas digitales buenas, bonitas y gratuitas.

[LibreOffice](#) - Un paquete de programas similares al paquete Office (Excel, Word, Power Point), pero de código libre y uso gratuito. Utilizado para la edición de la revista.

[ILovePDF](#) - Página web que permite modificar archivos PDF. Utilizado para ordenar el PDF de la revista para impresión

[Pixlr](#) y [Photopea](#) - Dos programas online de edición de imagen. El primero es más sencillo de usar pero tiene un límite de hasta 3 descargas por día. El segundo, un poco más tosco para quienes no estamos acostumbrados a la complejidad, es totalmente gratuito y no contiene restricciones.

[Google Drive](#) - Una plataforma de una compañía diabólica. La utilizamos para colgar nuestras producciones, desde revistas hasta diseños de carteles, con el fin de que sean de libre acceso.

Casa de impresión / Fotocopiadora - La mejor amiga del fanzinerx.