

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

La Ventolera

un proyecto de comunicación popular en Villa María

Año
2017

Autor
Batiston, Victoria

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Batiston, V; [et al.](2017). *La Ventolera: un proyecto de comunicación popular en Villa María*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María

La Ventolera: Un proyecto de comunicación popular en Villa María

Mesa 6 Comunicación y cultura

Batiston, Victoria; estudiante de Lic. en Comunicación Social, I.A.P.S. Universidad Nacional de Villa María, avenida Arturo Jauretche 1555, código postal 5900.
batistonvictoriaa@gmail.com

Borgiani, Damián damian.borgiani1@gmail.com

Morre, María Luisina luisinamorre@gmail.com

Peirone, María Ailin ailin.sj.28@hotmail.com

Resumen

Entendiendo a la comunicación no sólo como un derecho sino como un elemento fundamental para el fortalecimiento social y político, que sólo puede ser garantizada con pluralidad y participación de los sujetos en el campo simbólico de los medios; fueron tomando fuerza los medios comunitarios o alternativos.

La dimensión cultural es trascendental aquí, ya que se pretende una transformación social vinculada a la inclusión y el abordaje de experiencias de los sectores populares. En la actualidad, éstos y sus realidades no estaban siendo interpelados por los medios de comunicación “tradicionales” de Villa María, o sólo en situaciones particulares (muchas veces construyendo realidades opuestas a las vivenciadas, o tergiversando la información).

En cuanto a la idea de comunicación popular / alternativa, y basándonos en los aportes de Lamas y Villamayor, concebimos a esta como “espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia” (1998).

La Ventolera pretende abordar las experiencias de lo cotidiano, las formas de hacer y de interpretar de la cultura popular, así, las fuentes de información a las que se recurre no serán las utilizadas tradicionalmente.

Al incluir a los sectores que hasta el momento “no tenían voz” en el espacio público, se intentará brindar las condiciones para que éstos puedan expresarse en relación a experiencias culturales de los barrios, propuestas vinculadas a la educación, problemáticas sociales, personajes barriales. Es decir, la construcción de sentido será desde una mirada popular basada en la participación comunitaria.

El proyecto apunta a descentralizar los procesos de producción simbólica, los consumos mediáticos y la generación de contenidos pensada tradicionalmente desde el “centro” de la ciudad; generando una “agenda” de temas más inclusiva y que así, realmente se conozca lo que sucede en toda la ciudad y no sólo en la parte céntrica o en relación a los actores e instituciones políticas y sus decisiones.

De esta forma, se fomenta la integración y aceptación de diversas construcciones de sentido que devienen de procesos de apropiación cultural. Se genera una “grieta” en el sistema de medios que naturaliza producciones generadas en la cultura dominante y confina a las demás expresiones al silencio.

Se entiende el rol del periodista como trabajador social, en sentido de agente fundamental en el análisis del contexto y de los cambios culturales que establecen a su vez, diversos usos y prácticas cotidianas de apropiación simbólica. El periodista debe asumir su rol de fomento a la democratización de la información. Así, se tratará de generar nuevas rutas de producción de contenidos, que instalen nuevos sentidos en la sociedad.

En *Pedagogía de la Comunicación*, Mario Kaplún (2002) sostiene que los sectores populares no quieren “seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchado. Pasar a ser interlocutores”. El autor propone que, entendiendo a la comunicación de los grandes medios, concentrada en unos pocos grupos de poder, se abre paso a una comunicación de base, con intenciones democráticas.

Palabras clave: construcciones de sentido, comunicación popular, participación comunitaria.

Introducción

Durante las últimas décadas, los medios de comunicación adoptaron lógicas de producción propias del sistema capitalista en el que nos vemos inmersos socialmente. En este sentido, la comunicación es percibida desde las premisas del mercado, y no como un derecho humano que no puede ser vulnerado. Lo trascendental es que, guiados por estas lógicas comerciales, ejercen procesos de producción simbólica que exceden el simple hecho de “informar”, o, mejor dicho, no implican sólo esto; se traducen en construcciones de la realidad que inciden directamente en la concepción del mundo y de los acontecimientos, y así en la formación de la opinión pública. Es por este motivo, que el rol de los medios de comunicación es fundamental para la articulación del sistema democrático.

En estos términos, el rol de los medios en la construcción de ciudadanía y en el fomento de la participación social es trascendental, teniendo en cuenta el derecho a la comunicación que tenemos todos los sujetos de buscar, recibir y difundir información que hace al desarrollo de sujetos- ciudadanos. Así, fueron consolidándose experiencias alternativas a las constituidas en el marco de la comunicación como una arista más del mercado, es decir, a la de los medios considerados “tradicionales”. De esta forma, los medios alternativos o comunitarios buscan romper con los paradigmas estipulados, no sólo entendiendo a la comunicación como un derecho, sino también como una cuestión de “interés público y social” lo cual implica que es el Estado quien debe garantizar el acceso y la participación de los distintos actores sociales en el campo de lo simbólico. El fortalecimiento social y político de las comunidades se encuentra estrechamente vinculado con el rol de los medios.

Retomando lo planteado por Washington Uranga: “Para que la comunicación sea vehículo y sostén de la transformación necesitamos pensarla en la tensión permanente entre la producción de sentidos en el espacio de lo micro, de lo próximo y lo cercano”, y también enfatiza en el desafío de “hacer una comunicación con perspectiva de transformación” (2012).

Entender la comunicación desde una mirada cultural e inclusiva, es lo que pretende La Ventolera, pensándola como herramienta fundamental para la transformación social; reconociendo su vínculo intrínseco con los procesos democráticos.

Dice Roberto Von Sprecher: “Sólo comprendiendo nuestras prácticas sociales podemos modificarlas reflexiva y conscientemente”. Y es precisamente en este sentido, en que se articula el rol social del periodista y su compromiso con el fomento de la participación

ciudadana, analizando las características y circunstancias del contexto social en el que nos vemos inversos.

En este marco, La Ventolera cree y construye incorporando en sus producciones a los sectores que los medios de comunicación comerciales no han sabido incorporar -o lo hicieron alejándose de la realidad de las clases populares, tergiversando información. Este proyecto pretende propiciar un espacio para las expresiones de la cultura popular, esto influirá indudablemente en la producción simbólica que nos interpela cotidianamente, generar una herramienta para la participación comunitaria. Es decir, no sólo quienes hasta ahora “no tenían voz” en los medios de comunicación, podrán tener su medio de expresión; por otra parte, abrirá la posibilidad a todos los sectores de la sociedad de Villa María y Villa Nueva, de conocer la totalidad de las manifestaciones culturales y no sólo lo que ocurre en el “centro” del territorio.

De esta forma, La Ventolera apunta a descentralizar los procesos de producción simbólica y sobretodo su difusión, generando una transformación en el sistema que naturaliza las producciones generadas en la cultura dominante y desde los medios hegemónicos. Y que, a su vez, siguiendo estas lógicas, disminuye las posibilidades de acceso a otros contenidos, diversos y pertenecientes a otros sectores que no por esto, deben resultar inaceptables. Sino que, por el contrario, ayudan a fortalecer el desarrollo sociocultural de la población.

Se entiende al rol del periodista como “trabajador social” concibiéndolo como un agente fundamental en el análisis del contexto y de los cambios culturales, de las problemáticas sociales y sus manifestaciones. A su vez, desde esta propuesta, el “estar en el territorio” es una tarea transversal a la práctica periodística, para la construcción de un contenido adecuado a las vivencias y no desarticulado de las apropiaciones reales del espacio. Así, el periodista debe asumir su rol de fomento a la democratización de la información, instalando nuevos sentidos y “ampliando” las agendas de medios locales.

Desarrollo

Este proyecto pretende trazar nuevos horizontes en los discursos, dándole voz y palabras a los sectores populares, por eso, lo consideramos una práctica comunicacional

alternativa, en donde todos los actores/ sujetos sociales puedan expresarse y reflejar sus realidades, revalorizando todas las expresiones locales. Es decir, serán los barrios de nuestra ciudad, la fuente de información “protagonista” de esta iniciativa. Esto advierte por otra parte, que se utilizarán y difundirán “fuentes de información” que no son las “oficiales”. La cultura popular será nuestra “voz autorizada” para las construcciones de sentido.

En el libro *Contrainformación, medios alternativos para la acción política*, Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón sostienen que “Las prácticas alternativas que se enmarcan en un proyecto de cambio social, definen su agenda”. (2004; 15)

Los contenidos generados desde producciones alternativas no sólo fortalecen las producciones simbólicas, sino que también influyen en la opinión pública, redefiniendo los sentidos y prácticas sociales.

Particularmente son estas prácticas sociales las que ponen en evidencia el vínculo entre ciudadanía y medios de comunicación. En este sentido es que se pretende ampliar la agenda de medios actual y que realmente se conozca todo lo que sucede.

Asimismo, nos apoyamos en las palabras de Fernando Checa Montúfar, editor de la Revista Latinoamericana de Comunicación, “Chasqui”, cuando dice que “Las prácticas sociales constituyen un escenario donde la efectividad de las versiones mediáticas hegemónicas de la realidad se relativiza, los perceptores aceptan, negocian o rechazan esas versiones”.

El proyecto entiende la tarea del periodista, como un agente que articule el análisis de las controversias y cambios culturales y la práctica periodística, fijando usos y prácticas cotidianas de apropiación simbólica. Es el periodista quien debe indagar en los territorios, en las problemáticas, en los talleres barriales, en las celebraciones de la cultura popular. Indagar allí, donde se producen estas experiencias. Uranga define el derecho a la comunicación como un “vertebrador del diálogo social en democracia, porque permite acceder a la totalidad de los derechos, porque hace posible el intercambio en la

diferencia, porque admite nuevos caminos para el procesamiento de los conflictos y la búsqueda de alternativas. Sin comunicación no hay vivencia en democracia.” (2012)

Algunos conceptos claves en el proyecto

Entendemos por **cultura**: conjunto de prácticas, creencias, costumbres, producciones de sentido y significados, formas de actuar y pensar de un grupo de personas que se desarrollan en un tiempo histórico determinado; y por lo tanto deben estudiarse teniendo en cuenta los procesos de cambio y conflictos que se suceden en la construcción del poder. El estudio de la cultura siempre tendrá relación con las luchas por la hegemonía, que se disputan en el espacio del sentido común. Además, se considera a los sujetos como sujetos históricos “sentipensantes” en cuanto a sus relaciones y prácticas de vida. Así, la **cultura popular** deviene de ese proceso de lucha y se construye como una alternativa, una forma distinta y aceptable de pensar y hacer; una forma de resistir a los imperativos del poder y sus batallas. Distintas expresiones en el plano de lo simbólico, y por ende en el material, que alteran el orden “dominante”.

Ana María Zubieta, en *Cultura Popular y Cultura de Masas: conceptos, recorridos y polémicas* expresa que

“En el sentido expresado, hegemonía es una categoría que resulta muy productiva para pensar la cultura popular. Porque si por un lado se puede cuestionar que la cultura dominante (mediante la hegemonía) produce y limita sus propias formas de contrahegemonías culturales, por otro, la importancia de prácticas de la cultura popular, aunque afectadas por los límites y presiones hegemónicas, constituyen- aunque sea en partes- rupturas significativas; y si bien pueden ser neutralizadas, reducidas, reapropiadas e incorporadas, elementos activos de ellas se manifiestan, no obstante, independientes y originales”. (2000; 40)

Además, la autora interpreta que, en el análisis de las prácticas barriales debe tenerse en cuenta el discurso sobre la ciudad moderna. “Esta es vista como espacio geométrico y geográfico poblado de construcciones visuales panóptico, resultado de diseño urbanista”. (2000; 91).

En estos términos, La Ventolera reconoce sus expresiones desde la comunicación barrial, desde allí, donde suceden las apropiaciones del espacio público más próximo a los actores sociales. La vida cotidiana se desarrolla en el barrio, en sus calles llenas de pibes simplemente “siendo”, habitando y construyendo una realidad particular.

La autora propone que el barrio se constituye como el espacio central que permite visualizar los procesos de apropiación del espacio urbano que la cultura popular realiza. El barrio es la marca de pertenencia, es el espacio que constituye a los actores populares. “El individuo se vuelve parte de un acuerdo colectivo que es necesario preservar con el fin de que la vida cotidiana sea posible y en el cual se funda la coexistencia barrial y sus códigos (...) éstos surgen por acuerdo tácito”. (Ibíd.)

Los **medios alternativos, comunitarios, populares** intentan una respuesta “contrainformacional”, es decir, pueden funcionar como respuesta a la manipulación informativa que realizan los medios masivos. Estos, convierten a la comunicación en una arena de lucha; cuentan y abordan temáticas y problemáticas que otros medios no abordan, desnaturalizan las construcciones de sentido hegemónicas.

Por otra parte, la concepción de comunicación como derecho humano, es articulada por estos medios tanto para la generación de contenidos, como para el funcionamiento interno propio. Así, se piensan a través de la organización colectiva, la articulación de fuerzas para la autogestión.

En *Pedagogía de la Comunicación*, Mario Kaplún sostiene que en América Latina los sujetos se niegan a seguir siendo receptores pasivos y ejecutores de órdenes. Así, exigen el derecho a ser partícipes. “Los sectores populares no quieren seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados. Pasar a ser <interlocutores>”. A su vez, distingue que “junto a la comunicación de los grandes medios, concentrada en manos de unos pocos grupos de poder, comienza a abrirse paso a una comunicación de base; una comunicación comunitaria, democrática”. (2002; 56-57).

La Ventolera, no sólo pretende la articulación y difusión de temáticas y prácticas territoriales de los distintos barrios de Villa María, sino también el abordaje y la difusión de situaciones, problemáticas y conquistas referidas a “lo popular”, a la “voz de los oprimidos”, a distintas luchas sociales que son transversales al sistema democrático y que, más allá de que no se presenten en el plano local – sino que, a nivel provincial, nacional, latinoamericano- inciden en los derechos que pertenecen y constituyen al pueblo.

¿Quiénes somos?

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, consideramos que somos estudiantes, pero antes que eso, somos personas que creemos en la comunicación como una herramienta para el empoderamiento y la pluralidad de voces. Creemos que el conocimiento y la difusión de todo tipo de realidades es clave en la sociedad para generar compromiso y tolerancia en nuestra ciudad. Creemos en un medio de comunicación popular donde quepan todas las voces. Para creemos también en la autogestión. Así, apostamos a los proyectos colectivos, esos que requieren de muchos para concretarse, que se crean con diferentes manos y miradas.

Buscamos ponernos en el lugar de los jóvenes que son estigmatizados por el sistema policial por sus vestimentas, por sus lenguajes, por su posición social y tratamos de ocuparnos de difundir y apoyar a estos adolescentes cuando sufren este tipo de prácticas. También, tratamos de publicar experiencias de mujeres que luchan por defender sus derechos y hacerse valer en este sistema patriarcal. Desde La Ventolera defendemos a los trabajadores que luchan y colaboramos produciendo información y difundiendo el valor que posee la protección del medio ambiente, en particular el bosque nativo de nuestra ciudad que lo pretenden lotear y con ello provocar su destrucción.

Para cumplir con estos propósitos caminamos los barrios de la ciudad y contamos las historias que los medios de comunicación hegemónicos no te cuentan. Procuramos hacer oír a aquellos, mujeres, trabajadores, adolescentes y jóvenes que, así como vos y como yo, tienen mucho para decir, para contar, para enseñar.

Lo que pretendemos es completar “la agenda” villamariense para que los ciudadanos conozcan que existen otras realidades y que se involucren para visibilizar estas luchas y apostar con ello a que exista una igualdad real.

La Ventolera nos pertenece a todos, buscamos conformar un medio popular en el que todos los que quieran puedan participar, el carnicero de la esquina, el estudiante que milita, el trabajador de todos los días, y cualquiera que sienta que tiene algo que aportar, una experiencia que contar, una nueva mirada para dar.

Para nosotros es importante en cualquier instancia aprovechar para invitarlos, como vecinos, profesores, estudiantes, trabajadores, a colaborar con la revista difundiendo experiencias, problemáticas, preocupaciones y con ello ayudarnos a continuar construyendo colectivamente una cultura, donde quepa la diversidad y se construya democracia y la igualdad.

Nuestro origen

La Ventolera nace como un proyecto de estudiantes de comunicación social, apoyados económicamente por el Instituto de Extensión de la Universidad Nacional de Villa María, ya que nos presentamos en la Convocatoria de Proyectos de Extensión 2016 y logramos obtener un monto de dinero que nos sirvió para empezar este recorrido.

En un comienzo, nos propusimos la lógica de un medio gráfico desafiando el contexto actual donde el papel va quedando relegado para dar lugar a las noticias y la lectura online. El papel era el medio que nos permitiría vehicular nuestras ideas, nuestra construcción de la realidad.

En tanto como comentamos nos guía la idea de apostar a una comunicación que se escape de las lógicas establecidas por los grandes medios de comunicación, desde los inicios apostamos a trabajar con fuentes no reconocidas por estos medios, o, en otras palabras, nuestras fuentes no son las “tradicionales” u “oficiales” a las que recurren los medios masivos de comunicación. Respecto a las pautas de escritura de las publicaciones resolvimos que tuviese un estilo coloquial y no académico. Y nos propusimos la aventura de apostar a un proyecto horizontal y sin fines de lucro.

Teniendo en cuenta lo que plantearon Lamas y Villamayor (1998) en *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*, en relación a la comunicación comunitaria, ésta se enmarca dentro del Tercer Sector, entendiéndolo como el ámbito no lucrativo de la sociedad civil, de esta forma, las organizaciones que lo integran están localizadas fuera del aparato formal del Estado que “no tienen como razón última la acumulación de beneficios económicos, sino que ponen los recursos económicos obtenidos al servicio del logro de sus objetivos político- culturales y sociales”.

“No se puede pensar en una sociedad verdaderamente democrática sin una participación activa del Tercer Sector, sin la organización de los ciudadanos en instituciones que los conviertan en actores sociales activos con capacidad de negociación y de toma de decisiones” (Íd.)

Podría parecer rara esta opción en tiempos de lógicas capitalistas e individualistas. Sin embargo, asumimos que de esta manera todos los que quisieran podrían participar, sin distinción alguna. Como se planteó vemos a la comunicación como un derecho del pueblo y al conocimiento como una base necesaria para nuestra sociedad. Por todo esto apostamos a difundir nuestra revista de manera gratuita, para que tener o no tener un ingreso económico estable no sea un impedimento, como venimos acostumbrados, para estar informados.

Para sostener La Ventolera, y habiendo agotado los recursos económicos que nos brindó la Beca, comenzamos a buscar suscriptores y publicidad con el objetivo de llegar al monto presupuestario que nos demandaba materializarla y poder difundirla de manera gratuita siguiendo con nuestros objetivos planteados en un comienzo.

Sin embargo, se nos complicó continuar con la difusión gratuita e impresa de la revista por falta de presupuesto. En parte, esta dificultad radicó en la situación que estamos atravesando como país. En un contexto de despidos, aumentos de precios, vulneración de derechos de los trabajadores, represión y violencia policial, criminalización de la protesta, se complicó y se complica conseguir ese presupuesto por la vía de publicidad o suscriptores.

Esta modalidad de subsidiarse también nos fue compleja en tanto aun contando con recursos económicos, muchos comercios, personas, organizaciones, evitan ser identificados con sus logos o nombres, en un medio que expone realidades complejas, que denuncia injusticias sociales y evitar con ello su propia exposición; también por no estar de acuerdo con la línea editorial de la revista.

La búsqueda de recursos económicos fue insistente, pero nos vimos afectados por este contexto. De esta manera, La Ventolera decidió un nuevo rumbo. Esta decisión es más externa que interna, es decir, nos encantaría que existan marcos regulatorios y/o políticas públicas de comunicación que garanticen la pluralidad de voces y la igualdad en el derecho a la comunicación con financiamiento. Pero no. Nos gustaría que se escuchen todas las voces del pueblo que gritan desde cada lugar por luchas transversales. Pero no. Nos gustaría poder seguir imprimiendo nuestros ejemplares, salir a repartirlos por los barrios. Pero no. Por esto, es el contexto que decide por nosotros.

La Ventolera decidió continuar de forma digital y en este proceso estamos tomando decisiones sobre el diseño de la página web y su articulación con las redes sociales para optimizar su distribución. Este cambio de plataforma no apagó nuestras ganas de hacer comunicación alternativa, sino que nos volvió más fuerte. Apostamos más aun a la cultura popular como la fuente de nuestras construcciones y expresiones. Hoy queremos más que nunca meternos en esos recovecos que nadie se mete y contar eso que molesta pero que existe.

Los contenidos de este proyecto buscan contar las historias de los barrios, dar a conocer aquellas leyendas que marcaron un antes y un después en sus tierras y que no todos sus habitantes conocen. También tratamos temas como la baja de edad de punibilidad, abusos policiales, y entrevistamos a organizaciones populares. A su vez, abordamos temas de género y defendemos nuestro bosque nativo. Para localizar estas experiencias y sus actores caminamos los barrios, registramos experiencias y concertamos entrevistas grabadas con audio a quienes tienen la voluntad de formar parte y contar lo que les preocupa, sus logros o su vida cotidiana. Fotografiamos con la anuencia de los actores sociales entrevistados, sus ámbitos de trabajo, de recreación, de estudio, sus viviendas. Además, hemos creado una sección denominada “Paredes que hablan” en la que registramos los murales, grafitis, dibujos, frases que encontramos en las paredes de los barrios y que suponen otros modos de expresión de deseos, expectativas, esperanzas, protestas, enojos sociales, a los que nos interesa especialmente darle visibilidad.

También hemos conformado otra sección llamada “la memoria como bandera”. En ella recordamos las injusticias de épocas pasadas y le decimos ¡NUNCA MAS!

En cuanto a lo referido a cuestiones técnicas- operativas de la producción gráfica, retomamos lo propuesto por Santiago Druetta y Daniel Saur en su *Manual de producción para medios gráficos* (2003), quienes definen a la producción gráfica como “el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con la finalidad de realizar productos destinados a satisfacer o mejorar comunicaciones”. Y agregan que la función del productor gráfico es la de “transmitir mensajes específicos a grupos determinados”.

Para lograr el abordaje completo de un soporte gráfico, los autores plantean una serie de etapas a seguir, que guiarán dicho proceso.

En cuanto a la etapa de “elaboración del diagnóstico”, consideramos que el surgimiento de nuestra idea presenta originalidad: “el productor detenta condiciones para la realización de algún producto con posible receptividad de parte de algún público y por

lo tanto lo considera plausible de éxito” (Ibíd.). Tras un relevamiento de medios de Villa María, encontramos que actualmente no hay difusión de producciones generadas en barrios “populares”, y esto se traduce en que, el común de la sociedad (su gran mayoría), desconoce lo que ocurre en dichos sectores. Como ocurre con los mismos actores protagonistas de éstos (barrios), no cuentan con la posibilidad de leer o enterarse de los acontecimientos, festividades, modos de intercambio y participación que suceden en los mismos lugares donde residen.

En la misma etapa se determina la recolección de información y seis áreas a indagar. Para nuestro proyecto, consideramos:

-El público: grupos de personas que viven en barrios populares de la ciudad de Villa María, voluntariados de la UNVM, estudiantes de UNVM, miembros de los entes municipales, vecinales, barriales. También: otros medios de comunicación de la ciudad, la sociedad en general, gremios de trabajadores y partidos políticos.

-El comitente: es por iniciativa propia.

-El financiamiento: según los autores “es la previsión más importante, la variable económica está presente en el marco de cada previsión y cada decisión. El financiamiento supone alcanzar equilibrio entre lo que necesitamos, lo que deseamos y lo que podemos”. Actualmente contamos con algunas publicidades locales que sirven de sustento para lograr tener un dominio web propio y también para poder dar mayor difusión a través de la publicidad de nuestras publicaciones en las redes sociales.

- Productos similares y en competencia: en la actualidad ningún otro proyecto tiene bases iguales o similares a las que abordará nuestra idea en la ciudad.

- Colegas experimentados

- El producto en sí: aquí se da la toma de decisiones en cuanto a las características del producto comunicacional, su configuración, contenido, alcances. Surge de la combinación entre lo que queremos y lo que realmente podemos llevar a cabo. Aquí, los aspectos determinados en los dos números impresos fueron:

Formato: Revista. Cantidad de hojas: 16 aprox. Tamaño: A4. Papel: Obra/ Ilustración. Periodicidad: trimestral.

- Tentativas en relación a la estructura de contenidos, ya que nuestro proyecto se verá condicionado por los acontecimientos de la cotidianeidad de los barrios. Por este motivo, resulta difícil consolidar una estructura formal.

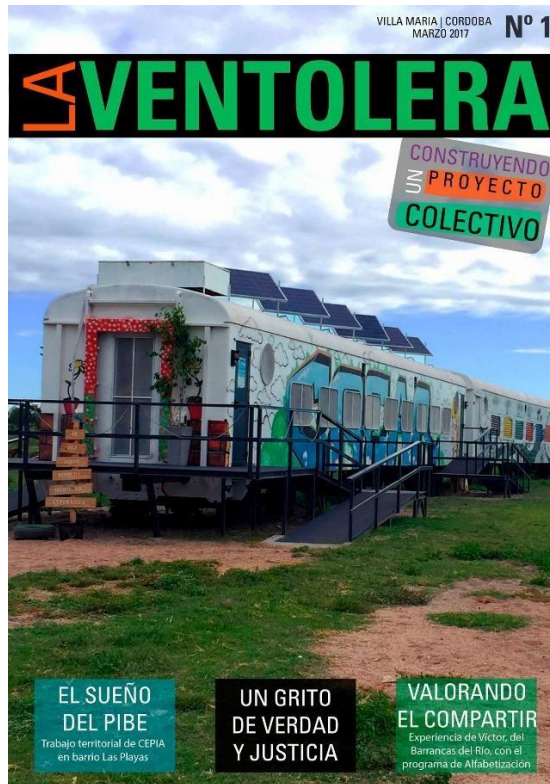
- Contenido: apuntado a: historias particulares de los barrios, actividades de: centros vecinales, comedores, talleres culturales, clubes deportivos, voluntariados

universitarios, así como también festividades y acontecimientos relevantes de cada barrio, u otras agrupaciones no partidarias que trabajen en territorio o bien con consignas populares (ejemplo: ambiente, diversidad de género, etc). Otra cuestión contemplada, son los casos de manifestaciones sociales, autoconvocadas, como por ejemplo la lucha “ni una menos”, marcha de la gorra, marchas por reclamos en cuanto a políticas públicas y poderes políticos.

Los autores sugieren una segunda etapa de “evaluación”, donde se aconseja generar una especie de “número cero” del proyecto, a modo de sometimiento para una evaluación previa, antes de salir realmente a las calles.

Por último, la etapa de distribución: nuestros números impresos fueron repartidos en librerías, kioscos, carnicerías y panaderías de los barrios, espacios públicos como las independencias de la Universidad Nacional de Villa María, el Centro Cultural Comunitario Leonardo Favio, MVM y en otros medios de comunicación. Este punto hoy en día nos resulta más difícil de “controlar” ya que, al salir de forma digital, no se cuenta con la posibilidad de saber específicamente cuantas personas leen nuestros contenidos (más allá de poder medir la interacción en las redes).

Imágenes de las tapas de los dos números impresos



Conclusión

La Ventolera es mucho más que un medio de comunicación es un proyecto que surgió tras interpretar la necesidad de que la ciudad de Villa María pueda informarse de todo lo que sucede, escuchar realmente todas las voces. Y, además, que todas estas voces puedan tener la misma relevancia en el espacio público.

Por otra parte, es preciso resaltar que este proyecto es la demostración de que se necesitan políticas públicas que garanticen la igualdad en el acceso y la participación en los medios de comunicación. Esto es, no sólo implementar decisiones que generen el marco regulatorio para la “aparición” de medios alternativos en las distintas ciudades, sino también que contemplen la duración de los mismos en el tiempo. Es decir, que no sólo tengamos la posibilidad de imprimir uno o dos ejemplares, sino que tengamos la garantía de poder sustentar económicamente nuestros proyectos, como es La Ventolera, en este caso.

A su vez, esta propuesta de comunicación alternativa que busca desligarse de las concepciones de la comunicación como mercancía, permite visibilizar y abordar “otras voces”, las de la cultura popular; permite interpelar las distintas realidades sociales y problemáticas. En términos generales, advierte de la necesidad de la participación ciudadana en el espacio público, de la recuperación y valorización de fuentes ciudadanas, protagonistas de sus problemas y proyecciones. Así como también, nos mostró que existen muchas organizaciones, ciudadanos, vecinos, que ven en La Ventolera un espacio de expresión, de crítica, de reflexión; y, además, nos permitió articular fuerzas con distintos proyectos locales que se guían por las mismas premisas que este proyecto.

Es preciso seguir construyendo desde el paradigma de la comunicación como herramienta para la transformación, las disputas por el sentido en el plano de lo simbólico son las que configuran las distintas relaciones de poder. La Ventolera cree y pretende construir una realidad en la que realmente quepamos todos, en la que podamos expresarnos. Un medio de expresión para la cultura popular. Una realidad en la que, como periodistas, nos vemos obligados a asumir la responsabilidad de complejizar nuestras “lecturas sociales” en sus múltiples dimensiones. Quizás muchos consideren que nuestras ideas resultan utópicas, pero siempre sostenemos que eso es lo que nos hace caminar.

Bibliografía

Druetta, S. y Suar, D. (2003). Manual de producción de medios gráficos. Córdoba: Editorial Comunicarte.

Kaplún, M. (2002). Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular). La Habana: Editorial Caminos.

Rodriguez Esperon, C. y Vinelli, N. (2004). Contrainformación: medios alternativos para la acción política. Buenos aires: Continente.

Uranga, W. (2016) Conocer, transformar, comunicar. (1a ed). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Patria Grande.

Villamayor, C., y Lamas, E. (1998). Gestion de la radio comunitaria y ciudadana. Ed.: FES/ AMARC.

Von Sprecher, R. y Boito, M. E. (2011) Comunicación y trabajo social. Córdoba: Editorial Brujas.

Zubieta, A. M. (2000). Cultura popular y cultura de masas: conceptos, recorridos y polémicas. Buenos Aires: Paidós.