

**Sostenibilidad de medios de
comunicación alternativos y digitales.
La persistencia de la resistencia. Una
sistematización del caso de La Ventolera
en Villa María**

Año
2018

Autor
Batiston, Victoria y Peirone, María Ailin

Director de tesis
Corradini, Mariana

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. y Peirone, M. A. (2018). *Sostenibilidad de medios de comunicación alternativos y digitales. La persistencia de la resistencia. Una sistematización del caso de La Ventolera en Villa María*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María





**Universidad
Nacional
Villa María**

Instituto Académico
Pedagógico de Ciencias
Sociales

Sostenibilidad de medios de comunicación
alternativos y digitales. La persistencia de la
resistencia. Una sistematización del caso de La
Ventolera en Villa María.

Trabajo Final de Grado
Licenciatura en Comunicación Social

Batiston, Victoria
Peirone, María Ailin

2018

Sostenibilidad de medios de comunicación alternativos y digitales. La persistencia de la resistencia. Una sistematización del caso de La Ventolera en Villa María.



Universidad Nacional de Villa María

Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación Social

Sostenibilidad de medios de comunicación alternativos y digitales. La persistencia de la resistencia. Una sistematización del caso de La Ventolera en Villa María.

Autoras: Batiston, Victoria

Peirone, María Ailin

Directora: Dra. Mariana Corradini

2018

Agradecimientos

Agradecemos a nuestras familias por acompañarnos en este proceso.

*A Mariana Corradini que desde que iniciamos la carrera nos contagió el amor
por la profesión.*

A la universidad pública que nos permitió aprender, construir y deconstruirnos.

*A los medios de comunicación alternativos, comunitarios, populares,
cooperativos, autogestivos*

que luchan fomentando el derecho a la comunicación.

*Y a todas las compañeras y compañeros que se animan a la aventura del
trabajo colectivo y que nos motivaron para que La Ventolera sea lo que es hoy.*

Índice de siglas y abreviaturas

AFSCA	Asociación Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual
ALER	Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica
AMARC ALC	Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe
APDH	Asamblea Permanente por los Derechos Humanos
AP	Associated Press (agencia internacional de noticias)
CADH	Convención Americana sobre Derechos Humanos
CEPIA	Centro de Educación Popular para la Infancia y la Adolescencia
CIDH	Convención Interamericana de Derechos Humanos
CLACSO	Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
CMSI	Cumbre Mundial de la Sociedad sobre la Información
CNCA	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes del gobierno de Chile
Co.De.Bo.Na	Coordinadora en Defensa del Bosque Nativo
CONICET	Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
CORREPI	Coordinadora Contra la Represión Policial e Institucional
EAS	Espacio Audiovisual de Sociales
INESCER	Instituto de Educación Superior del Centro de la República
LGTBIQ+	Lesbianas, gays, transexuales, bisexuales, intersexuales, queers
LSCA	Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual
MPNA	Movimiento de Países No Alineados
NOMIC	Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación
OEA	Organización de los Estados Americanos
PPC	Proyecto Político de Comunicación
REDCOM	Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina
RNMA	Red Nacional de Medios Alternativos
SinCa	Sistema de Información Cultural de la Argentina
TFG	Trabajo Final de Grado
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
UAC	Universidad Autónoma del Caribe
UBA	Universidad de Buenos Aires
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (en inglés United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization).

UNPA	Universidad Nacional de la Patagonia Austral
UTN	Universidad Tecnológica Nacional
UNVM	Universidad Nacional de Villa Mar
UPI	United Press International (agencia internacional de noticias)

Índice

Introducción al Trabajo Final de Grado.....	10
Primera parte: problema de indagación y metodología de estudio	
Capítulo 1: ¿Que nos interesa en nuestro TFG? ¿Cómo construimos esta línea de indagación? ¿Cómo la llevamos a cabo?.....	12
I.1) ¿Por qué usar el lenguaje inclusivo en el presente trabajo final de grado?.....	13
I.2) El interrogante central. Breve relato de historia.....	15
I.3) Objetivos.....	18
I.4) Acerca del interés por el tema y el caso analizado.....	19
I.5) Metodología utilizada.....	22
Segunda parte: Reflexiones en torno a lo conceptual y estado de la cuestión	
Capítulo II: ¿Qué implica pensar los medios de comunicación alternativos, comunitarios, populares y autogestivos? ¿Qué diferencia existe entre ellos?.....	24
II.1) Consideraciones preliminares sobre los medios de comunicación comunitarios, alternativos, populares y autogestivos.....	25
II.2) ¿Que implica abordar los Medios Sociales?.....	30
II.3) Medios sociales para la resistencia cultural.....	32
II.4) Democratización y participación. Avances desde el ámbito legal hacia el derecho a la comunicación.....	33
II.4.1) Declaración Universal de los Derechos Humanos	
II.4.2) Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación	
II.4.3) Informe Mc Bride	
II.4.4) Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información	
II.4.5) Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual	
II.5) Medios alternativos: una propuesta de contrainformación.....	38
Capítulo III: ¿De qué hablamos cuando hablamos de sostenibilidad de medios? ¿Qué cuestiones entran en juego a la hora de desarrollar y sostener un medio de comunicación?.....	41
Capítulo IV: ¿Por qué nos interesa lo digital para abordar la sostenibilidad?.....	48
IV.1) Consumo digital: Algunos datos para tener en cuenta.....	53
Tercera parte: La Ventolera una propuesta de comunicación alternativa en Villa María	
Capítulo V. ¿Cuál es la génesis del proyecto de La Ventolera? ¿Qué transformaciones tuvieron lugar desde su origen y hasta la actualidad?.....	55
V.1) ¿Quiénes somos?.....	56
V.2) ¿Por qué “La Ventolera”?.....	56
V.3) ¿Qué pretende ser La Ventolera?.....	57

V.4) ¿Cómo fue el origen de La Ventolera?.....	57
V.4.a) La Ventolera en formato papel: una sistematización del contenido	
V.5) Pensarnos en transformación	65
V.6) ¿De qué hablamos cuando afirmamos que “las fuentes de información somos nosotras y nosotros”?.....	67
V.7) El público.....	69
Capítulo VI: ¿Cómo se sostiene La Ventolera? ¿Qué estrategias de sostenibilidad desarrolla este proyecto?.....	70
VI.1) Dimensión económica.....	71
VI.1.A) Fuentes de ingreso	
VI.1.B) Destino de los fondos	
VI.1.C) Obstáculos y facilitadores para obtener recursos	
VI.1.D) Equipamiento	
VI.1.E) Toma de decisiones sobre la gestión económica	
VI.1.F) Tareas de gestión económica	
VI.1.G) Noción de la dimensión económica desde el medio	
VI.2) Dimensión institucional.....	75
VI.2.A) Reconocimiento legal	
VI.2.B) Fuerza de trabajo	
VI.2.C) Vinculación del medio de comunicación con la comunidad	
VI.3) Dimensión social.....	78
VI.3.A) Vínculo con públicos	
VI.3.B) Vínculo con organizaciones- grupos organizados	
VI.3.C) Otras participaciones y articulaciones	
VI.4) Dimensión de producción.....	84
VI.4.A) Público al que se dirige o busca	
VI.4.B) Percepción del público real	
VI.4.C) Estrategias para comunicar	
VI.4. D) Lógicas de producción	
VI.4.E) Modo de transmisión	
Capítulo VII: ¿Qué otros ejemplos de casos existen en relación a medios alternativos y digitales? ¿Qué estrategias de sostenibilidad se pueden identificar en ellos?.....	90
VII.1) La Tinta.....	91
VII.2) Cosecha Roja.....	93
VIII.3) Socompa.....	96
VIII.4) Semejanzas y diferencias con La Ventolera.....	98
Reflexiones del proceso de TFG: ¿Qué podemos aportar desde nuestra formación? ¿Qué temas nos interesaría abordar luego de esta propuesta? ¿Qué incidencia podría tener el presente TFG en la comunicación alternativa de Villa María?.....	99
Bibliografía.....	106
Anexos.....	112

Introducción al Trabajo Final de Grado

El presente trabajo final de grado trata de identificar y sistematizar las características y estrategias de sostenimiento que desarrolla el medio de comunicación La Ventolera, que posibilitan su persistencia en el tiempo.

El trabajo se organizará a través de tres apartados. El primer apartado compuesto por el capítulo I plantea el problema de indagación y la metodología de estudio; aquí se hace referencia a la temática que interesa abordar y por qué resulta pertinente hacerlo, siendo que las autoras del presente somos trabajadoras del medio de comunicación digital alternativo La Ventolera, es decir, se trata de un abordaje de una experiencia en primera persona. Se incorpora a su vez un breve relato que sintetiza la manera en que se llegó a determinar el interrogante central.

La segunda parte, compuesta por el capítulo II, III y IV, da cuenta de qué se dijo hasta el momento sobre el tema que nos interesa abordar y de qué manera se construyó información al respecto. Se propone un recorrido bibliográfico y búsqueda de antecedentes de aquellas investigaciones, artículos académicos, sistematización de prácticas aplicadas, que hayan incursionado en el desarrollo de temas que abarquen la comunicación autogestiva, y, por otra parte, que refieran a la sostenibilidad de medios, temática central en esta propuesta. A su vez, se indagó acerca del formato digital que estos utilizan en la construcción de contenidos.

En este apartado se retoman diversas definiciones en relación a medios alternativos, comunitarios, populares y autogestivos, las diferencias que existen entre ellos y las implicancias que poseen. Esta reflexión conceptual también plantea cuestiones vinculadas a la democratización y participación social, entendiendo a éstos desde el paradigma del derecho humano a la comunicación. Asimismo, se explica la utilización de la categoría de “medios sociales”, para definir a este tipo de medios de comunicación que no poseen objetivos comerciales. Se presentan, además, propuestas en torno a la categoría de “contrainformación” y “resistencia cultural” por considerar que estos proyectos presentan intenciones de transformación social y que se enfrentan a los discursos oficiales, fomentando otras formas de gestionar propuestas comunicacionales.

Asimismo, se abordan los conceptos de sostenibilidad de medios y referencias a la característica del formato digital que presenta La Ventolera y otros casos mencionados en el capítulo VII.

Por último, la tercera parte del presente TFG reúne los capítulos V, VI y VII. En el V se aborda en el caso del medio de comunicación local, digital, alternativo y autogestivo, La Ventolera. Se detalla la génesis y el origen de este proyecto, y también las transformaciones que fueron surgiendo. Aquí se incluye un apartado que da cuenta del antecedente de este medio digital, que fueron dos versiones de revistas impresas.

A continuación, el capítulo VI propone la descripción detallada de las características y estrategias de sostenibilidad implementadas por el caso descrito, organizando la información a través del abordaje de cuatro dimensiones: económica, institucional, social y de producción.

Se sistematizaron sus canales de comunicación con el público como son las redes sociales, página web, material audiovisual, publicaciones. A su vez, se describe la trayectoria del medio, sus intencionalidades, componentes identitarios, el estilo en el abordaje, desarrollo de sus contenidos y las tareas y roles de las integrantes del medio.

Las líneas de indagación que especialmente se contemplarán son: época en la que comenzó a existir el medio, intereses, formas de organización, cómo se financió en sus inicios, cuáles fueron las inquietudes que hicieron que se comience a gestar un medio con estas características. En este marco y en relación a los contenidos, se indagó quiénes fueron las primeras fuentes entrevistadas y por qué; qué temas se abordaron y cuáles se abordan en la actualidad; cómo se construyó la línea editorial y de qué trata; cómo se constituye la identidad de grupo y cómo se han ido sorteando las diversas problemáticas que se presentaron durante el trayecto del proyecto de comunicación. Un punto crucial en la indagación es el énfasis en los contextos sociales en los que se ha ido desempeñando el medio, es decir, cómo ese contexto político, económico, cultural ha ido produciendo efectos que inciden en él.

El capítulo VII contempla la mención a otros ejemplos de medios de comunicación sociales que también generan sus contenidos desde el formato digital, realizando una descripción de toda la información relevada sobre éstos desde sus canales de difusión oficiales (páginas web y redes sociales) en cuanto a la estética, organización en secciones, utilización de lenguaje inclusivo, temáticas abordadas y la difusión de las estrategias de financiamiento que implementan. Se trata de los medios de comunicación digitales La Tinta, Cosecha Roja y Socompa.

Por último, en las reflexiones finales se genera una propuesta para describir el accionar, las decisiones y estrategias articuladas por La Ventolera, con la intención de que puedan ser aparecer nuevos medios para que la pluralidad de voces y la generación de proyectos de comunicación autogestivos y colectivos se repliquen en cada territorio.

Primera parte: Problema de indagación y metodología de estudio

Capítulo I - ¿Qué nos interesa indagar en nuestro trabajo final de grado?
¿Cómo construimos esta línea de indagación? ¿Cómo la llevamos a cabo?



I.1) ¿Por qué usar el lenguaje inclusivo en el presente trabajo final de grado?

En el presente trabajo optamos por utilizar lenguaje inclusivo o no sexista, que da cuenta de una lucha que se viene gestando hace años con el objetivo de generar una manera de nombrar en la que todas las personas estén y se sientan identificadas. Se trata de una manera de democratizar el lenguaje y de una adaptación a las transformaciones que vivimos como sociedad.

En este sentido, entendemos que la lengua está viva, es maleable como la cultura y que “si se busca un mundo más igualitario, la lengua no es una clave mágica para conseguirlo, pero tampoco se lo puede negar como espacio de disputa” (Minoldo y Balián, 2018).

De esta manera, consultamos con diferentes personas referentes en el tema, en especial a la Mg María José Leno, especialista en Género y Niñez Trans que integra la Comisión Asesora en cuestiones de Género de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral (UNPA). Es pertinente destacar la articulación con Leno, quien ha realizado contribuciones a La Ventolera, por ejemplo, una nota referida a infancias trans¹.

Por otro lado, se consultó a la Licenciada Cynthia Luján Ottaviano actualmente (2018) asesora del Programa de Actualización en Comunicación, Géneros y Sexualidades de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA).

Leno y Ottaviano recomendaron material acerca de la utilización de lenguaje inclusivo en textos académicos y nos aconsejaron el modo de redacción en tal perspectiva para este TFG. El interés por esta forma de escritura radica en que creíamos contradictorio hacer referencia a un medio de comunicación alternativo, el cual se propone como objetivo incluir a todas las personas y que, a su vez, en sus producciones opta por este tipo de lenguaje, y escribir de un modo que excluye y discrimina a parte de las personas.

A su vez, creemos que el ámbito académico tiene que dar estas discusiones y por eso es que afrontamos este desafío. “Una institución pública de educación superior no puede, ni en su discurso cotidiano, ni en sus textos normativos, desplegar un lenguaje que discrimine o invisibilice a una parte de la sociedad, y en este caso, a un sector mayoritario de su comunidad, como lo son hace años las mujeres” (Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, 2014). En este sentido, creemos que la universidad tiene que ser inclusiva e integradora para que generaciones profesionales futuras también lo sean.

Asimismo, partimos de la idea que la negación de la otredad en la forma de comunicar implica violencia simbólica. Sobre este punto, es pertinente destacar que el sexismo no está en la lengua, sino que existe un uso sexista del lenguaje que es el uso de un lenguaje que niega una ciudadanía plena de las mujeres y de la comunidad trans. Es decir, se trata de un lenguaje que discrimina y excluye a parte de la comunidad.

Según la Real Academia Española el lenguaje es la facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido o de otros sistemas de signos. Estos signos son y serán establecidos por convención. De esa forma el lenguaje es subjetivo y se ve influido

¹ Ver nota en: <http://laventoleravm.com.ar/index.php/2017/09/21/identidad-de-genero-en-la-infancia-mama-yo-soy-libre-ahora/>

por la cultura y las practicas sociales. A su vez, el lenguaje tiene el poder de influenciar en la construcción y concepción del mundo y la realidad.

Para el presente Trabajo Final de Grado utilizaremos, como se dijo, un lenguaje inclusivo, para ello se escribirá con un lenguaje neutro o bien en algunas ocasiones utilizando el femenino y el masculino que dé cuenta de esta *“batalla cultural”*. Esta “batalla” según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes del gobierno de Chile (CNCA) (2016) tiene como objetivo la igualdad de Género, que es la “situación en que todos los seres humanos son libres de desarrollar sus capacidades personales y de tomar decisiones sin las limitaciones impuestas por los estrictos roles tradicionales”. A su vez, aunque la forma de escritura que adoptaremos es esta, creemos que esta manera de nombrar está en constante transformación y apostamos a que en algún momento acabemos en una forma de escribir y decir en donde no existan los términos binarios de género y en el que quepan realmente todas las formas de ser y autoperibirse.

A su vez, se podría pensar que estos debates actuales, en este caso, la decisión de realizar un TFG a través de la escritura con lenguaje inclusivo, podrían servir como “pasos o avances” para un proceso de construcción del lenguaje, que luego podría ser definitivo. Se trata de un proceso que carga con transformaciones y mutaciones, que se suma a todos los que se fueron dando en la sociedad por la consagración de más y mejores derechos humanos.

Por otro lado, cuando se trate de apartados que hablen particularmente de cuestiones relacionadas a “La Ventolera” se decide abordarlo desde un lenguaje referido al femenino, por ser nosotras mismas las ejecutoras del medio de comunicación alternativo y por autoperibirnos mujeres.

En los anexos del presente trabajo se agregan sugerencias a modo de aportes para la construcción de nuevas formas de escrituras en un Trabajo Final de Grado.

I.2) El interrogante central. Breve relato de historia

En un intento de explicar brevemente la construcción de los ejes de indagación en los que se enmarca este TFG se propone una descripción que advierte la manera en la que se llegó a determinar puntualmente el área de indagación y las distintas preguntas y reformulaciones que han ido surgiendo tras la lectura y la internalización de conceptos.

Retomando lo planteado en el anteproyecto, en una primera instancia la pregunta refería a las estrategias de financiación que desarrollaron los medios de comunicación autogestivos, populares, comunitarios y alternativos que posibilitaron su persistencia. El interrogante planteado era: ¿Cuáles son las estrategias de financiación que desarrollaron los medios de comunicación autogestivos, comunitarios y alternativos que posibilitaron su persistencia en el tiempo? ¿De qué forma lograron financiar sus proyectos?

En este sentido, se proponía un análisis de diversos medios de formato gráfico y radial, con el objetivo de generar una comparación entre ellos y dar cuenta de su sostenibilidad.

Una de las contradicciones identificadas en estos debates, fue por ejemplo cómo abordar o cómo lograr una comparación entre medios que no cuentan con el mismo formato. Es decir, cuál es el punto de inflexión que se puede rastrear entre una radio, revistas y una página web. Si bien son experiencias de comunicación que se alejan de las lógicas de la comunicación comercial hay diferencias sustanciales: desde la forma de construcción de sentidos (es decir, la manera de abordar los contenidos) hasta los marcos regulatorios o legales preexistentes.

Tras la observación de estos supuestos y luego de diferentes instancias de debate con la profesora con la que se articula este trabajo final de grado y referentes en el tema, se acuerda que, analizar y hacer hincapié en el caso de La Ventolera, resulta un aporte fundamental en cuanto a las distintas perspectivas que coexisten en el ámbito de la comunicación local. Este TFG sistematizaría la experiencia, trayectoria y sostenibilidad del medio alternativo nombrado y conformaría un antecedente formal de la comunicación alternativa en Villa María, pudiendo sentar las bases para la aparición de nuevos medios y discusiones.

Como se anticipó, el interés de este trabajo se origina en la misma experiencia de integrar La Ventolera y afrontar en primera persona la posibilidad de sistematizar la experiencia, analizarla y contribuir a planificar estrategias y acciones que favorezcan al crecimiento de este proyecto.

Indagando acerca de la “persistencia” de este tipo de medios, comenzamos a comprender que la posibilidad de seguir produciendo contenidos o la intención de estos medios de sostenerse en el tiempo excede las lógicas financieras. En otras palabras, existen y coexisten diversas dimensiones que es necesario abordar para lograr comprender por qué un proyecto de comunicación alcanza cierta vigencia y/o recorrido.

En torno a estos interrogantes que se iban sucediendo resultó una instancia de interés, el encuentro en la ciudad de Córdoba con Luciano Debanne, Licenciado en Comunicación Social, miembro del equipo de la Dirección de Capacitación y Promoción de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Al comentarle la idea, nos advirtió que, indagar sólo la dimensión financiera o económica de un medio para comprender su funcionamiento y persistencia, no era pertinente en tanto no existe un modelo o alguna estrategia de financiación establecida para comprender la dinámica en la que se desarrollan este tipo de medios. Y que, por otra parte, la posibilidad de seguir comunicando excede lo económico, allí confluyen intenciones, objetivos de quienes articulan los proyectos comunicacionales; a esto se suma el factor del contexto próximo en el que está inserto el medio, que varía y presenta particularidades.

Así, lo mencionado se vincula con el supuesto de que estos medios, precisamente al no ser comerciales, o al desentenderse de las lógicas del sistema de medios dominante o denominado tradicional, necesariamente deben articular estrategias que se ajusten a sus contextos de desarrollo y características.

A partir de este encuentro con Debanne, y como se puede ir advirtiendo, se fue desagregando el problema inicial, al mismo tiempo que comentábamos sobre diversas experiencias de medios de comunicación alternativos, comunitarios o populares y sus estrategias adoptadas. De esta manera, se debatió que no hay alguna estrategia “óptima” para adoptar y gestionar un medio de comunicación no comercial y, sin embargo, allí en donde no hay nada pactado, siguen desarrollándose y, mejor aún, se siguen generando medios de comunicación que se conciben desde el paradigma de la comunicación como derecho humano.

En un contexto sociopolítico en que son múltiples las complicaciones para conseguir subsidios, publicidad o alguna forma de financiación reconocida; a lo que se suma que el trabajo de quienes integran estos medios muchas veces no es pago, es decir, no genera un ingreso para quienes lo llevan adelante; *¿Por qué persisten y se desarrollan medios no comerciales? ¿Qué es lo que motiva a algunas personas a planificar y desarrollar un medio con esta perspectiva?* En otras palabras, si, de manera anticipada sabemos que será un desafío en términos económicos, en el “esfuerzo” que se traduce en tiempo de sus integrantes, en las complicaciones que devienen de la no regulación legal *¿Por qué se siguen creando medios de comunicación autogestionados por sus comunidades?*

Aquella conversación con Debanne también incluyó el debate sobre los consumos actuales de medios de comunicación o de información por parte de la sociedad a través de medios digitales y las interacciones que se configuran desde las redes sociales de los medios de comunicación y sus públicos. Así, sugirió que revisemos la publicación de Encuestas Nacional de Consumos Culturales 2017 del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SinCA) de la cual pudimos recuperar aportes para este TFG donde se explican las transformaciones de los últimos años de la mano de la digitalización e internet.

Otro suceso que influyó en las líneas de indagación de esta propuesta de trabajo final resultó de la participación durante el año pasado (2017) de una Jornada denominada “Política, subjetividad y prácticas culturales” en la Sede de Córdoba de la UNVM, en la que dos integrantes del medio de comunicación alternativo “La Tinta” comentaron sobre el funcionamiento y las intenciones que tienen como grupo.

Surge en el devenir de este proceso, la pregunta que nos moviliza finalmente a buscar líneas de indagación, a pensar objetivos concretos y también a generar material que se sume a las recientes discusiones sobre la emergencia de medios alternativos desde lo digital y pensados desde el fomento de la pluralidad de voces y la democratización de la comunicación.

Finalmente, el interrogante que despierta el interés y sobre el que se organiza el análisis que se propone aquí, es:

¿Qué características favorecen la sostenibilidad de los medios de comunicación autogestivos, comunitarios y alternativos? Una sistematización del caso del medio digital La Ventolera en Villa María.

En los capítulos V y VI se irá profundizando en los aspectos incluidos en el problema o cuestión que interesa analizar. Especialmente, referencias a los medios digitales que construyen comunicación alternativa y su sostenimiento; en este último caso, atendiendo a distintas dimensiones o aspectos: lo social, institucional, administrativo, estético, condiciones de legalidad o administrativas, el contexto social en el que están insertos.

I.3) Objetivos

Generales:

- Sistematizar la experiencia de La Ventolera, medio de comunicación alternativo local.
- Identificar las características y estrategias de sostenibilidad del proyecto comunicacional “La Ventolera”, que determinan su desarrollo.

Específicos:

- Caracterizar al proyecto de comunicación digital y autogestivo a partir de su dimensión identitaria, posicionamiento político/ ideológico, características materiales y vinculaciones.
- Reconstruir la trayectoria del objeto de abordaje: La Ventolera.
- Mencionar experiencias de medios de comunicación autogestivos, comunitarios, populares, que se desarrollan desde lo digital.

I.4) Acerca del interés por el tema y el caso analizado

Como se anticipó, en el presente trabajo se analizará el caso del medio de comunicación no comercial y local La Ventolera, entendiéndolo como ejemplo de lo que representa el paradigma de la comunicación como derecho humano. Aquí es preciso destacar que, como se dijo, el criterio por el cual se eligió abordar el caso es justamente por ser el medio de comunicación en el que las autoras de este mismo TFG desempeñamos nuestro trabajo y conocimientos en cuanto a la planificación y generación de contenidos periodísticos en distintos formatos y articulando una identidad y estilo particular como medio de comunicación alternativo en la ciudad de Villa María. Así, motiva su análisis, la oportunidad para sistematizar y pensar la experiencia propia en torno a la creación y sostén de La Ventolera.

Esta iniciativa se dio en el marco de algunos espacios curriculares² puntuales, aunque en gran medida se vio sustentada por intereses particulares y convicciones que concretaron la posibilidad de generar otros contenidos y otra comunicación en la ciudad de Villa María, que amplíen y diversifiquen las voces y la información que circulan en el plano local. De esta forma, se pretendió generar nuevas fuentes de información y ampliar la agenda³ de medios de la ciudad, en la que los criterios de noticiabilidad⁴ sean propios y autónomos con relación a la agenda de medios tradicionales.

Este proyecto nos dio la posibilidad de empezar a pensar la comunicación que queremos generar y qué tipo de profesionales queremos ser, poniendo en disputa los sentidos sociales locales ya que en la actualidad La Ventolera es el único medio de comunicación que se define como “alternativo” en su identidad, sus contenidos y formas de organización y gestión.

La Ventolera, comienza a pensarse en 2016 y sale al público en formato papel el 24 de marzo de 2017. En una primera instancia logró dos números impresos, a través de la inversión del monto de dinero adjudicado tras salir beneficiadas por la Convocatoria de proyectos de Extensión 2016⁵. El proyecto presentado en esta instancia se llamó “La Ventolera”, y fue dirigido por la Doctora Daniela Monje. Al finalizar la Beca, se decidió dar continuidad con una organización autogestiva y horizontal, entendiendo que cada integrante participa de la toma de decisiones sin ningún tipo de jerarquías.

Actualmente este medio de comunicación local difunde contenidos a través de su página web oficial laventoleravm.com.ar, replicándolos en sus redes sociales (Facebook; Instagram; Twitter; Telegram).

² Taller de Planificación de Contenidos Periodísticos y Taller de Generación de Contenidos Periodísticos, espacios curriculares optativos de profundización cursados durante todo el año 2016, a cargo de la Dra. Mariana Corradini, de la Licenciatura en Comunicación Social (2010) de la Universidad Nacional de Villa María.

³ McCombs, M y Shaw, D. (1972)

⁴ Martini, Stella. (2000)

⁵ Resolución Rectoral N° 824; 2016 de la UNVM.

En lo que sigue se enunciarán algunos de los supuestos conceptuales en los que se fundamenta el análisis de La Ventolera como medio de comunicación no comercial alternativo que informa desde el paradigma de la comunicación como derecho humano

Los medios de comunicación no comerciales, denominados generalmente populares, comunitarios, alternativos, autogestivos, y de manera general “sociales”, persiguen objetivos que se sustentan en la idea de empoderar a los sectores populares y a aquellas prácticas y experiencias sociales que, en términos generales, no son abordadas por los medios de comunicación denominados hegemónicos o tradicionales. O, en caso de ser incorporados en sus agendas, la información es tergiversada o configura estereotipos vinculados a la estigmatización o criminalización de las personas o grupos sociales a los que refieren. Asimismo, la lógica de estos medios implica el abordaje de distintas temáticas y problemáticas sociales que no se ven abordadas por la “agenda noticiosa” que se configura a partir de los intereses de los medios de comunicación comerciales.

La denominación “comerciales” apunta a referenciar a aquellos medios que persiguen fines de lucro y sobretodo a aquellos que conciben a la comunicación como mercancía intercambiable en el sistema por algún “valor”, que puede entenderse, por ejemplo, bajo intereses económicos o políticos del medio con algún partido político, personalidad pública, y claro, para su propio crecimiento como empresa mediática.

En términos de pertinencia social, la temática que aborda este TFG, se reconoce en el hecho de que en las últimas décadas han surgido múltiples y diversas experiencias que buscan generar una comunicación anclada en las sociedades y comunidades donde se asientan los proyectos de medios, abordando problemáticas territoriales, situaciones de conflicto y desigualdades sociales.

Respecto a la esencia de esta perspectiva de comunicación, en los comienzos de la comunicación popular en América Latina, los proyectos hicieron eje en un “silencio impuesto que debía ser roto” (Mata, 2011, p.3). Se aludía a “cuestionar el poder de quienes, en diferentes ámbitos establecían las reglas del juego del decir” (Mata, 2011, p.3). Se pretendía entonces, legitimar la palabra. De esta forma, hablar de comunicación popular es hablar de comunicación en dos sentidos: de las clases populares entre sí y de éstas en relación con la otra clase, “con aquella otra contra la cual se definen como subalternas, como dominadas”. (Martín Barbero, 1983, p.5).

Por otra parte, la consolidación de “alternativas” en materia de comunicación propicia la disputa de poder en el plano simbólico y también en lo real. Para el caso de La Ventolera la implementación de una estrategia de comunicación digital resultó la opción más factible para concretar el objetivo de que la información llegue a toda la sociedad, que no sea un producto que se vende, es decir sin que se conciba desde la mercantilización. En otros términos, que sea accesible a toda la sociedad sin impedimentos económicos.

Asimismo, se parte del antecedente que, en Argentina, sentó las bases para legitimar esta “otra comunicación” que desde hace tiempo venía articulando su propia agenda de temas, intereses y propiciando una pluralidad de voces. Se trata de la Ley de Servicios de

Comunicación Audiovisual N° 26.522 (LSCA) promulgada en 2009 que garantiza una reserva del 33% del espectro radioeléctrico para medios sin fines de lucro. Este proceso amplía las posibilidades legales de la comunicación no comercial para ejecutarse. Sin embargo, esta ley no genera las condiciones de sostenibilidad en el tiempo. Si bien se reconoce que la normativa les otorgó entidad y reconocimiento como actores capaces en la gestión de medios de comunicación a este tipo de medios, esto no fue reflejado en su total magnitud en lo empírico. Y, por otra parte, no se puede dejar de mencionar que las conquistas logradas en este período se vieron afectadas tras la sanción de distintos decretos de necesidad y urgencia en el año 2015.

En este punto es fundamental precisar que esta normativa, de cualquier manera, no tiene aplicación real en el caso de La Ventolera (medio digital) sino que responde a la regulación de contenidos radiofónicos y audiovisuales, pero se decide incorporar porque más allá de esto, la génesis o la esencia de estos medios comparten objetivos y la construcción de visiones de mundo particulares.

De esta manera, se permite el reconocimiento de medios de comunicación que abordan la comunicación en función del territorio en donde se emplazan. Aquellos que abordan sus acciones desde el paradigma del derecho humano, que, según nuestra perspectiva, implica pensar una comunicación libre de estereotipos, completa y crítica. Asimismo, se reconoce su existencia, su manera de organizarse, de planificar sus acciones comunicativas y el carácter participativo en la construcción de contenidos. Se trata de aquellos medios de comunicación que motivan a creer en otras formas de abordar e interpretar el rol del comunicador en tiempos en que la manipulación mediática (a través de los medios hegemónicos) es moneda corriente y persigue intereses funcionales al poder, la acumulación de capital y la “mayor rentabilidad” en términos económicos. La sistematización y análisis de la experiencia del medio de comunicación La Ventolera tiene el propósito de hacer saber que existe otra comunicación, que se concibe como herramienta para la transformación y emancipación social. En relación a la concepción de comunicación como derecho humano, es preciso mencionar que se sustenta en el artículo n° 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) que define:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

I.5) Metodología utilizada

La sistematización de información sobre el problema de indagación del TFG se basa en el estudio o análisis de caso. En relación a esto, Rut Vieytes (2004) explica que consiste en la recopilación e interpretación detallada de toda la información posible sobre un individuo, institución, empresa, movimiento social particular. El rol de quienes investigan, en estos casos, es indagar una entidad singular que está inmersa en una trama que comprende la construcción de los datos y las relaciones que se establecen entre esos datos.

En este sentido, es posible analizar un caso único o una multiplicidad de casos. Para este trabajo se propone el estudio, la indagación y la descripción de las distintas dimensiones que confluyen en la sostenibilidad del medio de comunicación local La Ventolera como caso único.

Complementariamente se mencionarán otros que comparten lógicas de funcionamiento y organización con La Ventolera, en un intento de visibilizar algunas dimensiones que hacen al desarrollo de este tipo de comunicación. Y sin la pretensión de un estudio de caso múltiple. Más bien, el recorte a la mención de otras experiencias con rasgos semejantes para aumentar la comprensión y sistematización de los rasgos de La Ventolera. En cuanto al estudio de caso único Vieytes (2004), define:

Se estudia en profundidad un solo caso, considerado ejemplar por sus peculiaridades. Son particularmente atractivos para los investigadores, porque permiten una concentración focalizada, en lugar de dispersar la atención. Además, son más manejables que los diseños de casos múltiples en cuanto a recursos, tiempo y esfuerzos requeridos y facilitan la construcción de modelos y teoría. (p.624)

Para su estudio, la autora propone el método etnográfico en tanto enfatiza la dimensión cultural de los objetos de estudio en lo que cada investigador e investigadora focalice. La autora sostiene que éste tiene como meta específica la reconstrucción de las categorías que cada participante del caso estudiado utiliza para conceptualizar sus experiencias y vivencias.

“Se procura describir sistemáticamente las características de los fenómenos, descubrir las asociaciones entre ellos, generar y refinar categorías conceptuales; todo lo cual hace necesario comparar constructos y postulados generados desde el mismo fenómeno, en el área concreta en la que fue estudiado”. (Vieytes, 2004, p.629)

Como se dijo, hemos sido las creadoras del caso único que aquí precisamos analizar. En tal sentido nos ha sido posible relevar y sistematizar documentación, antecedentes, procedimientos, estrategias que se fueron desplegando a lo largo de su conformación y desarrollo; es decir, desde el 2016.

A su vez, se realizó una indagación sobre estudios y análisis referidos a medios sociales y sostenibilidad para identificar dimensiones y categorías para el abordaje y organización de la información, para lograr describir y caracterizar La Ventolera y su sostenimiento. En este sentido, es que se hará referencia a otros medios de comunicación alternativos, no para su comparación, como se mencionó, sino para dar cuenta de otras experiencias de medios que

poseen lógicas de sostenimiento y reconocer sus semejanzas y diferencias con el caso analizado.

Este tipo de indagación se realizó a través de la búsqueda, localización y sistematización de investigaciones y antecedentes en bibliotecas digitales y a partir de participaciones en congresos y jornadas donde se abordaron temáticas semejantes. Complementariamente, se realizaron entrevistas ocasionales a Luciano Debanne, Daniela Monje y Lucrecia Sotelo, tales entrevistas ayudaron a orientar el acceso al debate sobre el estado de la cuestión en la temática objeto de este TFG.

Segunda parte: Reflexiones en torno a lo conceptual y estado de la cuestión

Capítulo II: ¿Qué implica pensar los medios de comunicación alternativos, comunitarios, populares y autogestivos? ¿Qué diferencia existe entre ellos?



II.1) Consideraciones preliminares sobre los medios de comunicación comunitarios, alternativos, populares y autogestivos

Los interrogantes del título de este capítulo orientaron la consulta bibliográfica respecto a los ejes temáticos del trabajo final de grado; esto es, los medios de comunicación comunitarios, alternativos, populares y autogestivos.

En este apartado se informan las conceptualizaciones que han sido posibles sintetizar hasta el momento respecto a cada uno de estos términos, y las lógicas y premisas que suponen para los medios de comunicación.

Respecto a las características de éstos nos interrogamos sobre los modos en que, en determinados contextos políticos y culturales, llevan a cabo su relación con las comunidades en que se encuentran.

Iniciamos con la mención de la *serie policy papers* sobre sostenibilidad de medios comunitarios redactados por UNESCO en 2017. “Allí se define a estos medios como “aquellos guiados por los principios de independencia, sin fines de lucro y gestionados por y para la comunidad a la que se deben” (Citado en Godinez Galay *et al.*, 2017, p.15)

Asimismo, UNESCO (2008) en su documento *Indicadores de desarrollo mediático* destaca la autonomía de este tipo de medios en la sociedad y en relación a los poderes de turno dejando en claro que los medios comunitarios “suponen independencia, por ser propiedad de las comunidades que los operan” (p.25). Además, reconocen que en algunos países no existen hasta el momento normas específicas ni reconocimiento legal del servicio que éstos prestan.

En este marco, proponen que los medios comunitarios impresos “constituyen una parte clave de una ecología mediática saludable, el Estado y las organizaciones de la sociedad civil pueden ayudarles a prosperar” (UNESCO, 2008, p. 26).

En el plano del derecho, también retomamos lo estipulado en la LSCA N° 26.522 del año 2009, en esta legislación se reconoce a este tipo de medios, además se generan herramientas para aportar al sostenimiento económico de los mismos, más allá de que no se haya logrado su aplicación real, siempre condicionada por las voluntades de los poderes políticos y gobiernos de turno y sobretodo, por la puja de las grandes empresas de medios. En este sentido, la definición de emisoras comunitarias pactada en este documento legal también resulta un antecedente para este trabajo, más allá de que el medio que se concreta como objeto de estudio no sea alcanzado por esta normativa por ser digital, contemplar este tipo de definiciones resulta clave para el reconocimiento de los medios con características vinculadas a la concepción de la comunicación como derecho y por la importancia de revalorizar la participación activa de la comunidad en su conformación y posterior funcionamiento.

Dicha normativa, en su capítulo II incluye entre las “Definiciones” que se contemplan en el cuerpo del texto:

Emisoras comunitarias: son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida. (LSCA, 2009, p.21)

Una definición que se aproxima a la dimensión económica y que también atañe a la administración de este tipo de medios, es la que proporcionó Amparo Cadavid al expresar que “las radios populares y comunitarias somos empresas, pero empresas sociales que buscamos recursos a través de la venta de servicios y de las estrategias de mercadeos” (Citado en ALER y AMARC, 2008, p. 18). Por otra parte, advierte la posibilidad de que este tipo de medios sean considerados también como fuentes laborales. Es decir, la capacidad de constituirse con el objetivo de la difusión, promoción y defensa de derechos sociales, y, además, puedan significar un ingreso económico para quienes los llevan adelante. Esto no desprestigiaría la fuerza y los esfuerzos militantes de las personas que ejecutan este tipo de proyectos, sino que se los entiende como individuos que necesitan trabajo y una fuente de ingresos económicos.

En este marco, en el informe A/HRC/11/4, Frank La Rue- Relator Especial de Naciones Unidas para la Promoción y Protección del Derecho a la Libertad de Opinión y Expresión (2009) (durante el período 2008/2014) define a la radiodifusión comunitaria como aquella que “proporciona un modelo socioeconómico alternativo para el desarrollo de los medios de comunicación, que puede ampliar el acceso a la información, la voz y la opinión” (Citado en Godínez Galay *et al.*, 2017 p. 19).

Por su parte, la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) propuso su definición de Medios comunitarios, alternativos y populares ante un documento enviado a AFSCA en septiembre de 2011 y publicado en su página web con el objetivo de ampliar o desarrollar lo pactado en el artículo 4 de la LSCA. De esta forma, entienden que su característica distintiva es la participación de la comunidad.

Deberá entenderse por “comunidad” descartando la consideración de lo que implicaría un radio geográfico o jurisdiccional, sino como una comunidad sea territorial, de intereses o identitaria, con lazos comunes históricos, sociales, económicos, culturales y/o organizativos. Puede tratarse de comunidades territoriales, rurales o urbanas, así como también sectores de trabajadores ocupados o desocupados, jóvenes, pueblos originarios, migrantes, estudiantes, la diversidad de identidades de géneros, etc.

La RNMA (2011) resalta el objetivo de este tipo de medios: la defensa del bien público en general y particularmente de los intereses de la comunidad en la que se constituyen. Los distinguen como medios que permiten avanzar en el ejercicio del derecho a la comunicación, principalmente por parte de sectores postergados en relación a distintos derechos sociales y humanos. Deciden valorar y otorgarle importancia a la premisa de construcción de una comunicación propia, teniendo en cuenta el anclaje en una comunidad de pertenencia o representación.

Entre sus características, la RNMA explica que estos medios:

Propician el acceso directo al derecho a la comunicación por parte de la comunidad que los constituye, como un espacio de participación (público no estatal). En este sentido es fundamental la pluralidad de voces, a través de una toma directa de la palabra y un proceso educativo de construcción y apropiación del conocimiento comunicativo. (...) Tienen una forma de organización participativa en la gestión y toma de decisiones. (...) No sólo no tienen fines de lucro, sino que

buscan mantenerse independientes de poderes financieros y políticos que vayan contra los intereses de sus propias comunidades (2011)⁶.

También la Red de Medios (2011) define una postura en relación a la administración de la pauta oficial, señalan que “el acceso a los recursos necesarios incluye una distribución igualitaria, accesible y transparente de los recursos utilizados para campañas de bien público”. Además, identifican como una necesidad prestar atención a las particularidades de cada comunidad y, por lo tanto, postulan que los medios deben poder participar en la conformación de dichas campañas, así como también en “el financiamiento de campañas propias y en el derecho a seleccionar las campañas que corresponden a la comunidad (lo que incluye también cuáles no difundir por ser contrarias a las particularidades de la comunidad)” (2011).

En referencia a esto, durante el año 2011 la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la Organización Estados Americanos publicó los *Principios sobre regulación de la publicidad oficial y la libertad de expresión*. En este documento se advierte que no se puede excluir de la distribución de la pauta oficial a los medios de comunicación por responder a otras lógicas o modelos de organización. Al respecto, sostienen que:

[...] la exclusión de los medios de difusión comunitarios o alternativos del reparto del presupuesto publicitario por el mero hecho de funcionar bajo criterios no comerciales resulta una discriminación inaceptable bajo los parámetros de la Convención Americana. Estos medios deberían ser incluidos en condiciones de igualdad en los procesos de asignación en consideración de su cobertura o audiencia (OEA, 2011, pp. 24-25).

Teniendo en cuenta las características del entorno o el contexto social en el que transiten los medios de comunicación la UNESCO (2008) propone que se fomenten las condiciones para que pueda prosperar la libertad de expresión, independencia y pluralismo de este tipo de proyectos.

La misma organización en conjunto con un grupo de profesionales dirá en 2014, que las condiciones económicas, sociales y políticas en términos locales “deben proporcionar un entorno favorable para el surgimiento, desarrollo y permanencia de los medios de comunicación, y las propias organizaciones deben comportarse de manera tal de fomentar su supervivencia” (Citado en Godinez Galay *et al.*, 2017; p. 29).

A su vez, es apropiado recuperar los aportes de María Cristina Mata (2011), en tanto propone pensar la comunicación popular, sus inicios en América Latina y en la actualidad. Plantea que “a pesar de disparidades, los recorridos de la comunicación popular latinoamericana hicieron eje en un silencio impuesto que debía ser roto” (p. 3). Es decir, una ruptura a un poder económico y político que acallaba, controlaba y establecía las voces que se escuchaban y lo que se decía. De esta forma, “pronunciar la palabra acallada era hacerla audible, reconocible como legítima, entre los iguales, en la convicción de que ese hablar era fuente de reconocimiento, posibilidad de interacción y de construcción de acuerdos y proyectos

⁶ “La RNMA presentó su definición de Medios Comunitarios, Alternativos y Populares ante la AFSCA”, en <https://rnma.org.ar/fr/documentos/documentosrnma/2365-la-rnma-presento-su-definicion-de-medios-comunitarios-alternativos-y-populares-ante-la-afsc>. Publicado el 20 de septiembre de 2011. Última visita: 30 de octubre de 2018.

comunes” (2011, p. 3). De esta manera, esa palabra acallada se pronunciaba como una forma de resistencia y de lucha.

Se consolidaron así, diversas experiencias de medios de comunicación gestionados por organizaciones populares que constituyeron a partir de la década de los '80 muestras de ese proceso de audibilidad de las voces.

Mata explica que fueron indiscutibles los avances conseguidos en el terreno de las comunicaciones y señala la visibilización de la marginación y también la inclusión en la agenda mediática de conflictividades hasta el momento silenciadas, así como “la irrupción en el sistema comunicativo de movimientos que como el de los campesinos sin tierra, el de las mujeres, el de los migrantes, multiplicaron polifónicamente la presencia de lo excluido del poder en diferentes ámbitos de la sociedad” (2011, p. 4).

A su vez, Mata (2011) explica que en las sociedades capitalistas se eliminó la posibilidad de compartir igualitariamente los bienes y recursos de todo tipo, excluyendo a gran parte de la población del disfrute de esos bienes y de las decisiones respecto de estos. Es por eso que retoma a Boaventura de Sousa Santos que, en 2008, en medio de la realización de “La Cumbre de los Pueblos” decía “No creo que podamos cambiar algo con el poder existente... debemos cambiar las lógicas del poder y para ello las luchas democráticas son cruciales”. Boaventura nos permite pensar la imposibilidad de construir sociedades más justas e inclusivas si no se transforman las formas de representación social y política, las prácticas que hacen la democracia una modalidad electoral y la imposibilidad de todas las personas de opinar y hacerse escuchar. En consonancia con estas proposiciones, Mata (2011) sostiene: “Las prácticas de comunicación popular constituyen uno de los tantos modos que distintos colectivos, instituciones, organizaciones y movimientos desarrollan para cambiar las lógicas del poder que son también las lógicas de la comunicación hegemónica” (p. 17).

En este sentido, la RNMA (2011) entiende a los medios alternativos, comunitarios y populares como aquellos que nacen de las comunidades y explican que “construyen formas de organización y agendas propias que incluyen aquellos temas que la comunidad necesita y que no son ajustables a las normas estéticas, burocráticas o periodísticas de los medios comerciales”.

A su vez, Segura en conjunto con un grupo de autores (2018), en el artículo “*Los públicos de medios comunitarios, populares y alternativos en América Latina. El caso argentino*” proponen que estos medios:

“Son proyectos comunicativos que se caracterizan por enfrentar tanto la agenda de los grandes conglomerados mediáticos” (Sel, 2009) como a los Estados que hacen posible ese sistema mediático (Kejval, 2009), y por su misión de empoderar a la ciudadanía y las organizaciones comunitarias para que puedan participar en el desarrollo sustentable de las comunidades locales (Villamayor & Lamas, 1998) (Citado en Segura *et al.*, p.10).

Al mismo tiempo, se explica que “generan una agenda alternativa, de contra información, que recupera reivindicaciones sociales y laborales, pensada para disputar espacios de la agenda marcada por medios comerciales y de mayor peso específico en el paisaje mediático” (Segura *et al.*, 2018, p. 22).

Según las autoras y autores, algunas de las características reconocidas en los medios comunitarios, populares y alternativos son “su adhesión explícita a demandas sociales concretas; su vínculo con organizaciones sociales y políticas como sindicatos, movimientos vecinales, campesinos o minorías; y su intervención directa en acciones de demanda social”. (Segura *et al.*, 2018, p. 25).

A lo largo de las diferentes lecturas efectuadas se llega a la conclusión de que no existe una definición acordada sobre qué implica pensar un medio alternativo, comunitario o popular y que estos medios se definen de acuerdo a sus prácticas, en un momento y contexto determinado que los caracteriza, los conforma y va configurando su trayectoria, así como la razón de ser de su comunicación.

En este mismo marco, Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón (2004) explican que “es ya casi un lugar común el plantear la falta de consenso en torno a una única definición que explique lo alternativo, hecho que ha derivado en una utilización demasiado flexible del término, capaz de contener en su seno practicas comunicacionales de los más diversos tipos, a veces incluso contradictorias entre sí” (p. 9). En este sentido, se aclara que las diferencias entre las posiciones obedecen a los distintos proyectos político-culturales que las practicas encarnan. “Lo contrainformativo, lo popular, lo comunitario, lo participativo, las concepciones instrumentales o aquellas basadas en la gestión del medio; en fin, las diferentes formas de entender lo alternativo están asociadas a un proyecto más amplio del cual la practica forma parte y sin el cual es imposible comprenderla” (Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004, p. 9).

A pesar de esta falta de consenso, tomando en consideración las palabras de Larisa Kejval (2009) “es posible reconocer algunos hilos conductores de estos tipos de medios de comunicación en las reflexiones realizadas por diversos autores y por personas involucradas directamente en la gestión de experiencias” (p. 8).

Según la autora, los conceptos de comunicación comunitaria, alternativa y popular nombran un conjunto de prácticas diversas. En segundo lugar, estas prácticas tienen en su horizonte la resistencia o la transformación de los procesos sociales hegemónicos. En tercer lugar, y como consecuencia de lo anterior, no es posible comprender estas prácticas al margen de los contextos en los que se desarrollan, contextos que están constituidos por procesos económicos, sociales culturales y comunicacionales hegemónicos y por las dinámicas de las organizaciones y movimientos sociales que luchan por su transformación. Por último, siguiendo con lo mencionado anteriormente y como sostienen Vinelli y Rodríguez Esperón (2004) “la comunicación alternativa no puede ser conceptualizada como un a priori de la experiencia” (p.17). Esta perspectiva relacional “supone que la comunicación comunitaria, alternativa, y popular se consolida como un proceso y no un estado” (Kejval, 2009, p.19)

De esta forma, da cuenta de que la diversidad de las experiencias muchas veces no corresponde con los adjetivos que los medios de comunicación eligen para nombrarse. Por este motivo, en el presente TFG resulta apropiado agrupar y reconocer a estos medios como “medios sociales”, concepción propuesta por Binder, Fisher y Godínez Galay (2017) rescatando y otorgando énfasis en los puntos en común que la diversidad y heterogeneidad de las

prácticas de estos medios configuran; prácticas que establecen una razón de ser y objetivos y que asumen el desafío de fomentar la pluralidad de voces y la participación activa de las comunidades donde se enmarcan.

II.2) ¿Que implica abordar los Medios Sociales?

La presente investigación retoma lo planteado por Binder, Fisher y Godinez Galay (2017) que decide nombrar a este tipo de medios alternativos, populares, comunitarios y autogestivos como “sociales”. El libro *“Como sea. Sostenibilidad económico-administrativa en radios comunitarias de Argentina”* aborda en particular el caso de radios sociales para referir a las comunitarias, alternativas o populares; así, se afirma que este término permite hablar de todas aquellas radios que no tienen fines de lucro. A las mencionadas anteriormente agrega las “libres, campesinas, vecinales, contrahegemónicas y barriales” (p. 16) como radios sociales, que, si bien presentan especificidades, “comparten visiones generales sobre la comunicación que son diametralmente opuestas a las de los grandes medios” (p. 38). Los autores argumentan esta idea entendiendo que las radios sociales tratan de difundir información, enfoques que no se encuentran en los medios hegemónicos; “cumplen un rol dentro de sus comunidades en tanto aglutinantes; ofrecen otras posibilidades de participación de los oyentes, otorgando espacios de debate” (p. 38). Estas radios, privilegian su rol social por sobre el fin de lucro.

En estos términos, se adopta el concepto de “social” para referir no sólo a las emisoras radiales sino también al objeto de estudio del presente trabajo, es decir, medios de comunicación gráficos digitales. Se entiende así, que lo que define a un medio de comunicación como social, no es su infraestructura, programación, secciones sino, y por sobre todo, sus objetivos y el carácter social que poseen, su vínculo con las comunidades y el territorio. En otras palabras, medios sociales, que no ven a la comunicación como un instrumento para obtener dinero, como una mercancía, sino como una herramienta para fomentar la participación democrática y la constitución de derechos sociales.

En este sentido, el medio de comunicación que se define como caso único para la sistematización de su trayectoria en el presente TFG, así como los diversos medios que se incluirán a modo complementario, proponen hacer efectivo el ejercicio del derecho a la comunicación y ven las acciones realizadas como un medio para la evolución social, la transformación y la resistencia. Es decir, se constituyen como proyectos para el cambio social.

En el planteamiento de este trabajo, creemos necesario pensar y cuestionarnos qué implica la comunicación alejada de las premisas comerciales, una comunicación interpelada desde el empoderamiento de los sujetos sociales como partícipes y protagonistas de los proyectos y de los mensajes. En este sentido, los medios de comunicación sociales buscan el diálogo, la

participación y el vínculo intrínseco con la comunidad para expresar sus vivencias, experiencias y problemas.

En el presente TFG haremos mención a aquellos medios sociales que poseen las siguientes características:

- No poseen fines de lucro
- Son de gestión colectiva y participativa
- Se organizan autogestivamente
- Funcionan por fuera del circuito de gestión estatal
- Abordan problemáticas sociales
- Determinan su propia agenda
- Generan productos comunicacionales en el formato digital
- Fomentan el ejercicio del derecho a la comunicación

II.3) Medios sociales para la resistencia cultural

Máximo Grinberg Simpson (1989) en *“Comunicación alternativa: Tendencias de la investigación en América Latina”* da cuenta de diferentes enfoques y puntos de vista desde los cuales se aborda el fenómeno de la comunicación alternativa, cuyos orígenes se remontan a la década de los 60. Este autor hace foco en la idea de que “suelen usarse expresiones diversas como comunicación popular, participativa, autóctona, autogestionaria, emancipadora, etc., expresiones que enfatizan algún aspecto de lo que globalmente constituye un fenómeno complejo cuyo denominador común radica en el hecho de constituir en todos los casos una opción frente al discurso del poder” (p.5).

En este sentido, la comunicación alternativa sería una respuesta a la comunicación de masas. Para el autor no siempre se trata de una acción tendiente a un cambio, de una respuesta a una situación de dominación ideológica y cultural, sino “simplemente de la persistencia de formas comunicacionales, de carácter participativo. Se trataría, en este y otros casos, de un fenómeno de resistencia cultural” (Simpson Grimberg, p. 6).

Al tratar de un fenómeno de resistencia cultural, existiría una relación entre este tipo de comunicación alternativa y el cambio social. Este cambio, explica Simpson Grimberg (1989) “trata de algo cuya vigencia apunta hacia el futuro: junto con las asociaciones campesinas, el movimiento cooperativo, las asociaciones de barrio, los sindicatos y las asociaciones eclesiales de base” (p. 17), “estos grupos y otros semejantes, son los que verdaderamente practican la democracia en nuestra sociedad y constituyen reductos de la comunicación democrática” (p. 17).

II.4) Democratización y participación. Avances desde el ámbito legal hacia el derecho a la comunicación.

En este apartado se precisa la búsqueda de antecedentes y documentos que proponen desde el ámbito legal la adopción e implementación de políticas públicas que reconozcan, que reafirmen o constituyan la comunicación como derecho.

En este sentido, se recupera el texto de Diego De Charras, Luis Lozano y Diego Rossi (2013) "*Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación*". Aquí se argumenta que en el siglo XX el modelo empresarista entra en crisis y "cobra fuerza el rol de los periodistas profesionales como actores centrales de la actividad informativa y se introduce una fuerte reflexión sobre el valor social y político de su práctica" (p. 20).

Asimismo, existieron según los autores, cambios en la época como son la creación de asociaciones de periodistas, consejos profesionales y otras instancias de evaluación ética de la actividad informativa que iniciaron una nueva fase en la que la información se consagra como un derecho. Los autores explican que "la etapa "universalista" tiene su inicio a partir de un suceso jurídico fundacional: la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, que reconoce en su artículo 19 el Derecho a la Información" (De Charras, Lozano y Rossi, 2013, p. 20).

Según los autores, se pueden identificar tres grandes momentos en el plano internacional a la hora de someter a debate las cuestiones concernientes a la información, la comunicación y el derecho a la libre expresión:

- a) una primera instancia situada alrededor de los debates de la Declaración Universal de Derechos Humanos en la segunda posguerra que culmina en 1948; b) una segunda entre 1973 y 1989 que se ubicará alrededor de los debates por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación donde se denunciará principalmente el desequilibrio de los flujos internacionales de información y c) finalmente, las fases de la Cumbre Mundial Sobre la Sociedad de la Información en 2003 y 2005, donde se buscara criterios para la adopción de nuevas tecnologías, con el objeto de poder paliar la brecha digital (De Charras, Lozano y Rossi, 2013, p. 23).

II.4.1) Declaración Universal de los Derechos Humanos

Como se citó en el Capítulo I se reconoce que la idea de comunicación concebida como derecho humano se sustenta en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que define:

"Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

A nivel regional, el carácter de universal del Derecho a la Información fue reconocido por la Convención Americana sobre Derechos Humanos (CADH) quien además condena cualquier tipo de restricción a su ejercicio, tanto directa como indirecta (De Charras, Lozano y Rossi, 2013, p. 21).

Por su parte la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) se ha expresado en distintas oportunidades sobre la necesidad de evitar la concentración de la propiedad de medios en tanto sería una de las principales formas de restricción indirecta y conspiraría contra el pluralismo y la diversidad de opiniones imprescindibles para el desarrollo de un Estado de derecho.

II.4.2) Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación

Otro antecedente son las discusiones que se dieron durante la década de 1970 en torno a el Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC), pensado como una propuesta que buscaba democratizar las estructuras comunicacionales para alcanzar, mediante el apoyo que recibió por parte de la UNESCO, una redistribución de los flujos de información entre los países ricos y los subdesarrollados.

En relación al NOMIC, se plantea que la figura del Estado es central en la generación de políticas nacionales, en tanto “guardián” del pluralismo. Asimismo, analiza los papeles de la comunicación como: necesidad social, instrumento político, fuerza económica, potencialidad educativa y un dilema tecnológico. Las nociones claves y propuestas del NOMIC, se podrían considerar desde las siguientes premisas: más justicia, más equidad, más reciprocidad en el intercambio de información, menos dependencia de las corrientes de la comunicación, menos difusión de los mensajes “hacia abajo”, más autoconfianza e identidad cultural. En síntesis, más beneficios para el total de la humanidad en términos de comunicación y participación ciudadana.

El debate NOMIC es considerado restringido ya que sólo se limitó a la intervención de los Estados Nacionales y en menor medida a aquellos sectores del ámbito empresarial y la academia (Mastrini y De Charras, 2005, p. 1). A pesar de ello involucró a nuevos actores de los movimientos de países no alineados (MPNA) y del tercer mundo en general, que hasta el momento no habían tenido importantes participaciones en los debates internacionales.

En este proceso, se pensó a la comunicación como una instancia fundamental que debía articularse con el conjunto de políticas de los países en su proceso de transformación.

Es importante destacar que su elaboración fue posible porque luego de la segunda guerra mundial el escenario geopolítico sufrió profundas alteraciones. Durante las décadas de los '50 y '60 se produjeron los procesos de liberación e independencia de las colonias convertidas en naciones independientes. Estos nuevos países comenzaron a cuestionar la distribución de la riqueza a nivel mundial y permitió la aparición en escena de los países tercermundistas pretendiendo despegarse de las disputas entre los grandes bloques. En este sentido, según Mastrini y De Charras (2005) “se hace presente en la escena la denuncia de la dependencia cultural tecnológica e informacional” (p. 2).

El movimiento de países periféricos interpuso la exigencia de que dicho flujo debía ser libre, pero también equilibrado. “El diagnóstico evidente de estos países era que la información que recibían del mundo, pero también de los hechos acaecidos en sus propios territorios les llegaba procesada por cuatros agencias internacionales (AP, UPI, Reuters, France Press)” (Mastrini y De Charras, 2005, p. 2). Así, un nuevo eje se incluye en la agenda internacional: el desequilibrio de los flujos de información. Aparecieron reclamos planteando la necesidad de reafirmar la identidad cultural y nacional, acabar con las secuelas de la era colonial de la dependencia cultural y la información es reconocida con un valor primordial para este proceso.

II.4.3) Informe Mc Bride

Otro antecedente para pensar los procesos de democratización de la información es la presentación del Informe McBride (finales de los ´70- principios del ´80), el cual se enmarca en la crisis que enfrentó por aquellos años la economía capitalista, vinculando a los capitales financieros con los sectores de comunicación.

Los planteos principales contenidos en el Informe Mac Bride titulado “*Un solo mundo, voces múltiples*” contenía centrales definiciones:

“Las necesidades de comunicación en una sociedad democrática deberán satisfacerse mediante la extensión de derechos específicos, tales como el derecho a ser informado, el derecho a informar, el derecho a la intimidad, el derecho a participar en la comunicación pública, elementos todos estos de un concepto nuevo, el derecho a comunicarse”. (Mac Bride y otros, 1980, p. 234)

Sin embargo, este informe tuvo, según Guillermo Mastrini y Diego De Charras (2005), varias inflexiones que lo llevaron a su fracaso: “no tuvo en cuenta los contextos económicos, sociales y culturales, falta de claridad de las propuestas, el escaso análisis de las políticas existentes en aquel momento y la falta de diálogo con la sociedad civil” (p. 3).

En términos de estos autores citados recientemente no puede considerarse la derrota de los planteos MacBride desligada a la derrota del movimiento político que la impulsaba. “El triunfo de las ideas neoliberales a nivel mundial, supuso entre otras cosas que desapareciera el contexto político que había permitido el desarrollo de MacBride” (Mastrini y De Charras, 2005, p. 3).

II.4.4) Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información

En esta reconstrucción del acontecer histórico de las propuestas que buscaban democratizar las estructuras comunicacionales, es relevante destacar La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) que constó de dos fases:

- La primera: realizada del 10 al 12 de Diciembre de 2003, en donde se adoptó una Declaración de Principios y un Plan de Acción (Ginebra – Suiza)
- La segunda: entre el 16 y 18 de Noviembre de 2005 (Túnez)

Los objetivos fueron la declaración de principios de un compromiso para una sociedad de la información centrada en la persona. Se habla de la comunicación como “un proceso social fundamental, actividad humana básica y elemento imprescindible” (CMSI, 2003, p.10). Se

sostiene que tanto la educación, el conocimiento, la información y la comunicación son esenciales para el progreso y el desarrollo. Se produce un desplazamiento y no se refiere más al desequilibrio de flujos informativos, que se mencionaban en el NOMIC, sino que se va a hablar de “brecha digital”, a partir de la cual se lucha por llenar ese “espacio” considerado fundamentalmente económico.

Como ejes centrales se plantea “pensar y reconocer la diversidad de medios, culturas y lenguas, generar un mapa multimediático, comenzar a hablar de “brecha digital” y el debate en torno a la sociedad civil como nuevo actor, introduciendo la necesidad de pensar a los medios como servicio público” (CMSI, 2003, p.10).

Sin embargo, la declaración de la CMSI no refiere a la concentración de la propiedad y sus consecuencias nocivas a la pluralidad de voces. Además, obvia el rol de los medios comunitarios, paradójicamente en un proyecto de sociedad de la información que pretende saldar las brechas y ser “para todas y todos”. Por su parte, el Estado sólo debe “velar” por la libre competencia, minimizando la participación, intervención y rol de los medios públicos.

En este marco, para Mastrini y De Charras (2005) “cuestiones intrínsecamente culturales como la comunicación, son derivadas en el debate internacional, a un organismo de carácter técnico (UIT) y no al organismo que naturalmente se encarga de la cultura y educación (UNESCO” (p.8). En este debate se incorpora a las corporaciones privadas. Esto hizo que, “algunas cámaras empresariales de medios se sumen al debate en representación de la sociedad civil”. Cuestión a resaltar, ya que la capacidad de acción de las corporaciones y el peso que poseen sobre ciertos gobiernos, hacen que el capital esté doblemente representado, “restringiendo a la comunicación y a la cultura a meras lógicas mercantiles” (2005, p .8). Así, los actores en esta puja caracterizados por la CMSI son:

El Estado (como regulador), el mercado (como factor generador de desarrollo técnico y económico) y la Sociedad Civil (encargada de la creación de lazos comunitarios). Uno de los logros más importantes de la primera parte de la Cumbre fue el papel que ha logrado jugar la sociedad civil, comparable al rol que cumplieron los países no alineados en la etapa del NOMIC (Mastrini y De Charras, 2005, p .8).

Los autores citados sostienen que es preciso resaltar el desplazamiento de conceptos como “comunicación” presente en el NOMIC y abandonado en la CMSI; esto se reafirma en la mirada tecnicista de las cuestiones comunicacionales que aquí se abordan. A su vez puede generar el desentendimiento de que, más allá de ser tecnológicos, los procesos comunicacionales son culturales, sociales y fuertemente políticos.

Entre los aspectos a destacar de la CMSI, se puede mencionar la idea de la “libre circulación de información” esencial para la Sociedad de la Información y para el “desarrollo”; un desarrollo vinculado específicamente a la tecnología.

Al mismo tiempo, existen efectos negativos que son consecuencia de la reducción de lo vinculado a información y comunicación a cuestiones de conectividad o acceso a la tecnología informática. Esto se puede vincular precisamente con la cuestión de la brecha digital (CMSI), que en el informe Mc Bride se puede comparar con el concepto de “desequilibrio de los flujos informativos”.

En la Cumbre, se puso mucho énfasis en salvar las distancias “tecnológicas” o “informáticas”, descuidando que la brecha original es la socioeconómica. Lo central es preguntarnos cuál brecha (antes denominada desequilibrio) persiste entre quienes poseen los medios de comunicación y quienes no. En este sentido, Armand Mattelart (2002) en *“Historia de la Sociedad de la Información”* propone revisar la idea de “Sociedad de la información”. Afirma que las tecnologías, más allá de vincular a algunas personas, también aumentaron las disparidades entre economías y culturas. Además, el autor explica que el concepto hegemónico de información se refiere a una perspectiva instrumental que se interesa sólo por el canal y deja de lado la cuestión del sentido, de la cultura.

II.4.5) Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

El paradigma reconocido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos sentó las bases en Argentina desde las que se pensó la LSCA N° 26.522. Su principal característica es constituirse como una normativa que implicó un proceso participativo de debates previos, tanto para su redacción como para su sanción. Ayudó a legitimar otras posibilidades de gestionar un medio de comunicación, alejadas de las lógicas mercantiles y otorgándole entidad a los medios del sector no comercial. Es de suma importancia insistir que dicha ley consagró las condiciones de aparición y legitimidad de los medios del tercer sector, pero no generó las condiciones de sostenimiento. En otros términos, les otorgó un reconocimiento formal, pero no advirtió sobre las posibilidades de financiación en el tiempo de los medios que no cuentan con capital del Estado y que, al concebirse como el antagónico a la comunicación mercantilizada, no utilizan estrategias de publicidad oficial para generar ingresos. También es pertinente reiterar que esta ley regula los servicios de radio y televisión, pero no abarca a los formatos digitales y gráficos.

II.5) Medios alternativos: una propuesta de conrainformación

Para abordar el concepto de *conrainformación*, resultó interesante indagar en los aportes del libro compilado por Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón (2004) utilizado anteriormente, en el que reúnen artículos sobre distintas experiencias de comunicación alternativa. Se trata de un intento por conformar la categoría aquí propuesta, vinculándola constantemente con la práctica en la realidad social de cada medio de comunicación y el contexto en el que se insertan.

Al comenzar el libro, retoman el planteo de Margarita Graciano quien afirma que estos proyectos de comunicación remiten a una “praxis transformadora de la estructura social en tanto totalidad” (citado en Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004, p.10). Explican que, teniendo en cuenta esto, el carácter de alternativo no se ve determinado tanto por las prácticas en el desarrollo de este periodismo, sino por “su dependencia hacia un proyecto de cambio radical de la sociedad; es decir, en su inserción en un lugar y en una perspectiva de enfrentamiento a lo dominante” (citado en Vinelli y Esperón, 2004, p.10). En este marco, se identifican elementos que también entran en juego, como son, la estructura y gestión en la que se organiza el medio, los vínculos con las personas destinatarias, la manera de abordar el contenido, estrategias de financiamiento. Para Graciano “la alternatividad es un proceso que abarca desde el discurso hasta la organización del medio y las formas sociales en que éste se utiliza” (citado en Vinelli y Esperón, 2004, p.10).

Siguiendo la perspectiva planteada por esta propuesta teórica, acordaremos que “la conrainformación supone enfrentamiento, no sólo contra el discurso oficial sino también contra el orden establecido” (Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004, p.12). También plantea que estos enfrentamientos pueden ser caracterizados desde las luchas de clases y todas las desigualdades sociales con las que esto carga.

En base a estos aportes podemos afirmar que existen situaciones de conflicto, estrategias de dominación, que no sólo se traducen en términos materiales, sino que se configuran desde el plano discursivo y desde las construcciones de sentido; por tanto, también existen estrategias de subversión. La conrainformación, se reconoce en ésta última; así, “todas las

prácticas comunicacionales que se asumen como contrainformativas se definen instrumentalmente en relación con un proyecto de cambio social” (Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004, p.12).

En otro orden, proponen una comparación con las prácticas periodísticas de la prensa tradicional o denominada *oficial*, que se articulan sobre tres ejes, que son: independencia, objetividad, verdad. A éstas, se contraponen las prácticas contrainformativas que “desmontan esa falacia” (2004, p.13), demostrando; dependencia, en términos de las luchas y objetivos en los que se reafirman y construyen contenidos desde estos medios; subjetividad, asumiendo que es posible reconocer las posturas e ideas que encauzan o movilizan al desarrollo de estos medios, anclados en territorios y problemáticas particulares; y a partir de esto, la posibilidad de abordar su “verdad”, ya que la contrainformación pone el acento en “el carácter explícito del compromiso político, aquel que no se escuda tras la fachada de una mentirosa objetividad” (2004, p.13).

Resulta entonces necesario, comentar acerca de las prácticas periodísticas que se reconocen como contrainformativas, por qué entenderse desde esta perspectiva y la manera en que ponen en tensión lógicas del periodismo tradicional. Lógicas que hoy deben ser reflexionadas o repensadas, en un intento de desnaturalizar la manera en que las construcciones de sentido articuladas desde los proyectos comunicacionales alternativos están configurando nuevos vínculos y universos de sentido posibles.

En el artículo *Fuera de la ley* incluido en este material citado, Fabian Pierucci (2004) hace hincapié en que actualmente las prácticas periodísticas alternativas dan batalla al imaginario establecido. Al mismo tiempo, destaca el arraigo de estas prácticas y los contenidos que generan, en territorios y prácticas sociales concretas, que son el motor o la razón de ser de muchas experiencias de este sector. “Trabajan por constituir identidad y un pensamiento que refleje los intereses y las necesidades específicas de los trabajadores y de los sectores explotados” (p. 23). Para el autor la idea central es que estos medios comparten las luchas en carácter de “compañeras y compañeros” con quienes están luchando. Con ello, el vínculo tradicional entre emisor-receptor también se vio afectado por estas iniciativas de comunicación, en tanto entienden a los públicos y fuentes de información como protagonistas del relato, protagonistas de la historia.

Estas prácticas de contrainformación implican una resistencia a lo establecido, a lo estipulado, no sólo en términos de periodismo sino en cuanto al sistema social o contexto en el que se inscriben las realidades sociales. Así, disputan sentidos, advierten de *otra* comunicación y *otra* manera de comunicar, arraigada a las bases, articuladas por los mismos sectores sociales como actores claves en la construcción noticiosa. Plantean otra forma de administración y gestión, la posibilidad de autogestionar sus medios y de hacerlo de manera horizontal a la hora de decidir estrategias que permitan su desarrollo.

Al respecto, el Foro de Medios Alternativos (2004), va a indicar que no sólo los portadores de grandes capitales políticos y económicos son quienes escribieron la historia, sino que:

“Aquellos que aún resisten e intentan cambiar el régimen establecido han creado formas alternativas de llegar a la subjetividad del pueblo, disputando, aunque en forma muy desigual, la

formación de opinión que induzca a reconocer que hubo y hay otra historia y por lo tanto tuvimos y tenemos otro periodismo". (Citado en Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004, p. 79).

En estos términos, una definición de contrainformación con la que acordamos desde la propuesta de este TFG es la que incluye Ariel Ogando. Este autor, retoma lo propuesto por el Nodo 50, quienes poseen un portal web de información en España. Estos aportes destacan que *contrainformar* implica destruir el mito de la objetividad en el periodismo y en cambio, proponen actuar como voceros de movimientos sociales y sus luchas, y desarrollan la capacidad de "trabajar por legitimar los discursos insurgentes frente al pensamiento único neoliberal" (citado en Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004, p. 87).

El portal de comunicación español citado propone la siguiente premisa: reconocerse desde los conceptos de contrainformación supone la tarea de construir contenidos que rompen con el monopolio de la producción discursiva que configura una única visión de mundo, con el individualismo y con la mercantilización de la comunicación y la información. "Contrainformar es también romper la atomización que el capitalismo global está generando, entrelazar realidades sociales transformando la aventura individual en una relación social comunicable y comunicada" (citado en Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004, p. 87).

Para finalizar, concluiremos rescatando la definición de la Agencia de noticias RedAcción que sostiene que las experiencias de comunicación alternativa se enmarcan y encuentran su razón de ser en un proyecto político de transformación social.

Reconocemos entonces que hablar de experiencias contrainformacionales supone hablar de objetivos e intencionalidades políticas concretas que se encauzan en la posibilidad de generar transformaciones sociales reales; experiencias y proyectos de comunicación que busquen cuestionar y generen tensión hacia los lugares de privilegio y comodidad desde las que se erigía y se erige la prensa tradicional en su despliegue de estrategias en post del reconocimiento, el rédito económico y la incansable competencia por el control de la opinión pública. En cambio, estas experiencias contrainformacionales se fundan en vínculos comunitarios, generan lazos organizativos que las sostienen y permiten su desarrollo.

Diremos que *contrainformación* no sólo implica la construcción de *otros* contenidos sino que radica en un punto de vista clave, que es la base en el momento de generar contenidos, de organizarse dentro del medio, de administrarse y planificar acciones que permitan su sostenibilidad; esta base es la concreta intención de consolidar a la comunicación como un derecho y de abrir la pluralidad de voces y de escapar al relato único que muchas veces tergiversa, estigmatiza y se desentiende de los contextos sociales. Lo que está en juego es más que una manera de comunicar, implica algo más amplio, el reconocimiento de un derecho.

Capítulo III: ¿De qué hablamos cuando hablamos de sostenibilidad de medios? ¿Qué cuestiones entran en juego a la hora de desarrollar y sostener un medio de comunicación?





El presente TFG tiene entre sus propósitos la descripción de las estrategias de sostenibilidad del medio de comunicación que es objeto de estudio y algunas características vinculadas a otros casos que se consideran similares. De acuerdo a la perspectiva teórica en la que se basa su estudio -y que se presenta en los capítulos siguientes-, la sostenibilidad merece pensar en múltiples dimensiones que coexisten en el medio. En lo que sigue se informa la revisión bibliográfica sobre el tema que ha sido posible hasta el momento. La intención es identificar categorías que orienten la descripción del medio de comunicación que es objeto de estudio en esta propuesta.

Como se planteó hasta aquí, de acuerdo a la consulta bibliográfica realizada, la sostenibilidad no depende sólo de la dimensión financiera, sino de la interacción de múltiples factores que de manera transversal impactan en la realidad de un medio de comunicación particular.

Teniendo en cuenta esta premisa, resulta interesante articular un diálogo entre las distintas perspectivas teóricas que han desarrollado aportes en la materia, con la intención, de determinar las áreas de análisis que le incumben a esta investigación. Además, al ser múltiples las dimensiones que confluyen en torno a la sostenibilidad de medios, se requiere adoptar un enfoque multidimensional que permita la comprensión acabada del caso estudiado.

En este marco, mencionaremos un libro que resultó un punto de inflexión y reflexión en la lectura para empezar a pensar que la dimensión financiera coexiste con otras. Este material fue sugerido por el investigador, Doctor Martin Becerra, al consultarle vía mail en referencia a la temática. Inés Binder, Pablo Fisher y Francisco Godínez Galay (2017) manifiestan la configuración de varias sostenibilidades a las que se debe poner atención en el caso de estos medios, indaga sobre los roles de quienes los integran y también del público y concluye mostrando una diversidad de estrategias articuladas por los radios que son objeto de investigación, surgidas del relato de tales experiencias. Más allá de enfocarse en casos de radios comunitarias y sus funcionamientos, se considera que estas dimensiones se pueden

aplicar- aún con algunas variantes- a medios comunitarios, alternativos o populares que presentan otros formatos.

Así, advierten que la sostenibilidad se produce “por el sostén y la perdurabilidad del proyecto político, comunicacional, socio-cultural y por la fuerza militante de sus miembros, y en algunos casos, de la participación de la comunidad” (2017, p. 12). Por otra parte, se retoma a José Ignacio López Vigil (Citado en Binder, Fisher y Godinez Galay) cuando afirma: “una cosa es sin fines de lucro y otra con fines de quiebra” (p.12), supuesto que se considera un punto de partida para el debate sobre el trabajo que implica el sostenimiento de este tipo de medios, trabajo y tareas que se traducen en el tiempo que dispone cada integrante, entre sus otras actividades y obligaciones diarias.

Para decirlo en otras palabras, es preciso reflexionar sobre el tiempo que demanda el sostenimiento de este tipo de medios en la vida de sus integrantes, tiempo que dedican por convicciones e intencionalidades políticas, pero que es tiempo al fin y que en la mayoría de los casos se ve restringido por otros trabajos pagos que las personas deben realizar para obtener un ingreso que les permita su sostenibilidad personal. Se trata de “poner en cuestión algunos postulados que nos han hecho creer que con la sola militancia y la ética alcanza para sostener un ideal” (Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017, p.12).

Es preciso reconocer que, más allá de las intenciones políticas y de militancia que son la razón de ser de estos medios, se encuentran inmersos en el sistema capitalista, y siempre se necesitará dinero para poder optimizar las herramientas. La infraestructura, los recursos para poder comunicar mejor. Al respecto, desde el mismo material referido sostienen que “Es el sistema capitalista, en todo caso, el que nos ha hecho creer que debemos sostener estos proyectos sin dinero de por medio y de forma precaria como sinónimo de pureza ideológica” (2017, p. 13).

Explican que luego del colapso de las promesas de la Revolución Industrial y las aparentes posibilidades de crecimiento infinito y disponibilidad (entendida como inagotable) de recursos naturales para utilizar por las personas para cubrir sus necesidades, se comenzó a pensar en las formas de satisfacer necesidades de consumo sin comprometer a generaciones futuras.

De esta forma, Naciones Unidas convoca a una comisión para debatir cuestiones vinculadas a los recursos naturales y el medio ambiente en términos de desarrollo, con el objetivo de evaluar el costo ecológico de las políticas de desarrollo económico a nivel global. De allí se desarrollan los lineamientos de lo que fue el Informe Brundtland (también conocido como “*Nuestro futuro común*”), donde se comenzó a utilizar el término “desarrollo sostenible” como aquel que “satisfaga las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (Citado en Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017, p. 21).

Desde la perspectiva citada, el concepto de sostenibilidad se entiende como:

Aquella capacidad de las radios, en tanto sujetos colectivos, de mantenerse a lo largo del tiempo de manera equilibrada en términos económicos, administrativos, políticos, culturales, comunicativos, etc. Esto quiere decir que reconocemos que se trata de un fenómeno multidimensional y dinámico. Es decir, si bien queremos entender a las radios desde su dimensión económica, creemos que para entender el fenómeno en su totalidad no podemos pensarlo por

separado de otras dimensiones como la política o la comunicacional (Binder, Fisher, Godínez Galay, 2017, p. 21).

Por otra parte, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias de América Latina y el Caribe (AMARC ALC), y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) publicaron *Atrapa sueños. La sostenibilidad en las radios comunitarias y populares* (2010). Aquí, plantean que, para ser sostenibles, las radios no comerciales debían:

[...] consolidar una organización interna sólida y democrática; desarrollar un adecuado conocimiento, acercamiento y sintonía con las comunidades y poblaciones en las que están insertas; generar una amplia y diversa articulación con otros medios, organizaciones e instituciones que compartan objetivos y sentidos de nuestra acción y, finalmente, contar con capacidades instaladas para la generación de recursos económicos (2010, p. 9).

En el mismo marco, acuerdan y proponen que la sostenibilidad también implica la articulación de distintas áreas: lo organizacional, lo social y lo económico.

Por otra parte, estas asociaciones, promueven la idea de que es necesario tener en claro los objetivos que tiene el medio de comunicación como proyecto político comunicativo (PPC) y proponen cuatro ejes a tener en cuenta para la reflexión del trabajo que se va construyendo en un proyecto determinado.

Estos ejes son: la producción de sentido, señalan que es la construcción de bases de pensamiento y acciones en post de conseguir objetivos colectivos en conjunto con las comunidades donde se desarrolla el medio; la estética, donde se piensa lo que se dice y la manera en que se dice, la manera en que se propone y articulan contenidos; la incidencia, en otras palabras, la manera en que se interpela la realidad social; y por último la sostenibilidad, que definen como el “proceso paralelo a todo emprendimiento e iniciativa social que permite y prevé su perdurabilidad en el tiempo, su fortalecimiento estructural y la posibilidad de realizar ajustes y cambios necesarios” (2010, p. 10).

Por su parte, Binder, Fisher y Godínez Galay (2017) en el libro *Como Sea* desarrollan el abordaje de la sostenibilidad de acuerdo a una serie de ejes: sostenibilidad económico-administrativa; sostenibilidad política; sostenibilidad comunicacional.

La *sostenibilidad económico-administrativa* es interpretada en el marco de los “recursos con los que cuenta la radio para seguir funcionando” (2017, p. 24), aquí se contempla tanto el dinero, como la infraestructura, cámaras fotográficas, grabadoras, así como también los grupos de trabajo, la división de tareas o roles de cada integrante, esto es “todos aquellos bienes y procesos administrativos necesarios para poder funcionar en condiciones estables” (2017, p. 24). También se incluye en esta dimensión a la publicidad, subsidios, donaciones, en términos generales, a las “fuentes” de ingreso de dinero o materiales posibles y la situación legal, fiscal, contable.

Los autores y la autora resaltan la gestión de los equipos de trabajo, sosteniendo que más allá de los recursos y bienes, al medio lo hacen las personas. En este punto, advierten que el tiempo que las personas que integran el medio de comunicación emplean trabajando en sus distintas tareas es uno de los “recursos críticos” que se deben contemplar en la *sostenibilidad económico-administrativa*, es decir, las condiciones laborales de quienes los integran.

En lo que refiere a la *sostenibilidad política*, y según la misma apuesta teórica confluyen los valores centrales del proyecto político del medio de comunicación y sus maneras de articulación práctica en lo cotidiano. Aquí resulta necesaria la comparación entre los enunciados que sostienen o definen el proyecto del medio y la manera en que estos son expresados en el desarrollo del mismo; algunos de los interrogantes que surgen de la investigación propuesta son: “si se cree en la participación, ¿cómo se pone de manifiesto en la programación? Y si se cree en la horizontalidad como valor primordial de la organización colectiva, ¿cómo se refleja en la gestión de la radio?” (2017, p. 25), Asimismo, Binder, Fisher y Godínez Galay advierten que el análisis de esta dimensión depende de la manera de organización del medio. Algunos proyectos desarrollan discusiones al respecto y hasta puede que tengan documentos redactados en cuanto a intencionalidades políticas, mientras otros han ido actuando de acuerdo a un contexto específico y no cuentan con sistematizaciones o algún tipo de puesta en común sobre la visión del mundo que articulan como grupo, en este caso, “fueron aprendiéndola de manera intuitiva desde la práctica” (2017, p. 26). Se definen aquí también los procesos de toma de decisiones, los roles de cada integrante, la participación de la comunidad, la articulación con otros medios y organizaciones sociales y, si es que existe, la participación en redes de medios a nivel provincial regional o nacional.

La *sostenibilidad comunicacional* en relación a las radios refiere, por ejemplo, al contenido de su programación y la forma de comunicar esos contenidos. Al tratarse, la investigación mencionada sobre radios comunitarias, definen que, respecto a esta arista, existen acuerdos por parte de quienes integran el medio “el tipo de programación, qué tipo de música transmitir, el tratamiento noticioso, la participación de la comunidad, la identidad sonora de la emisora” (2017, p. 27). Agregan también, que es preciso observar la implementación o no del lenguaje inclusivo, la perspectiva de género en la conducción y producción.

Desde la investigación que se está citando se incluye en esta dimensión la apuesta estética del medio de comunicación. Sostienen que “lograr una programación atractiva en términos estéticos también resulta un factor fundamental para la sostenibilidad del proyecto radiofónico” (2017, p. 28).

Habiendo distinguido los aportes del libro *Como sea*, ahora realizaremos una breve descripción de lo que plantea Alfonso Gumucio Dragón (2005). Para este autor son tres los tipos de sostenibilidad: social, institucional y económica. A través de su equilibrio articulan el desarrollo de un proyecto de comunicación alternativo o comunitario. A su vez este autor enfatiza en la idea de que un análisis de estas incumbencias no puede realizarse sin tener en cuenta la dinámica social en la que se desarrolla. Gumucio Dragón (2005) destaca:

No existe una fórmula mágica para la sostenibilidad integral de los medios comunitarios, sin embargo, los tres componentes- social, institucional y económico- deberían tomarse en cuenta para lograr un equilibrio que permita no solamente la supervivencia sino el desarrollo de procesos de comunicación participativa (p. 8).

De acuerdo a este planteo, la sostenibilidad social consagra la definición del proyecto político comunicacional, establece el rumbo a seguir por el medio a largo plazo y se vincula esta dimensión con los aspectos organizativos, culturales, lingüísticos que definen la apropiación del proceso comunicacional. Poniendo énfasis en la comunicación comunitaria,

Gumucio Dragón define que la legitimidad de este tipo de medios es observable en el vínculo que tienen con su audiencia. De allí la posibilidad de que, en mayor o menor medida, el medio permanezca en el tiempo y se consolide.

En esta dimensión también incluye la pertinencia cultural y lingüística, afirmando que “el medio de comunicación alternativo, ciudadano y comunitario no puede sino expresar la cultura- en el sentido más amplio- que corresponde al universo humano en el que se desarrolla” (2005, p. 9). Otro factor que identifica dentro de la sostenibilidad social es el desarrollo de contenidos locales.

El autor boliviano propone que la sostenibilidad institucional también es determinada por una serie de factores, entre los que destaca la estructura de la propiedad de los medios, las relaciones laborales y los recursos humanos que entran en juego en el funcionamiento del proyecto. En esta dimensión agrega un factor que identifica como determinante tanto en este marco, como en el de la sostenibilidad económica y es la racionalidad de las decisiones que se tomen en lo que respecta a los recursos tecnológicos, lo cual expresa como “dimensión técnica”.

Para finalizar el abordaje de esta dimensión, Gumucio Dragón plantea que es preciso observar la conformación de redes de medios, es decir, indagar la articulación del proyecto de comunicación con otros de similares características o con los que comparten algún objetivo.

La última dimensión abordada por este autor es la económica. Comienza explicando que en su análisis deja para el final este apartado porque generalmente al pensar en la sostenibilidad se tiene la intención de recurrir en primer lugar a este aspecto, cuando sólo es uno más que carga con la misma importancia que las demás dimensiones, con las que, por otra parte, interactúa.

Así, en esta dimensión inscribe distintas maneras en las que un proyecto de medio de comunicación genera algún ingreso (en términos de dinero); incluye a la publicidad al mismo tiempo que resalta que ésta no puede convertirse en la principal fuente de ingreso porque puede afectar las intencionalidades y objetivos del proyecto político que asume el medio de comunicación. Agrega la posibilidad de conseguir apoyo de alguna institución nacional o internacional o los aportes realizados por la comunidad en la que se inscribe el proyecto.

En su propuesta teórica Gumucio Dragón especifica un factor que se considera aquí importante para poner en discusión. Refiere al trabajo voluntario que en general es el modo en que se organiza el trabajo en este tipo de medios, o al menos es un aspecto que se considera clave al momento de contrastar el tiempo empleado por quienes integran estos medios, justamente aportando trascendentalmente a su funcionamiento y desarrollo en la práctica cotidiana. El autor estima que este tipo de trabajo es muchas veces un factor determinante en la sostenibilidad económica y también en la social, pero que también se constituye, en algunos casos, un factor de riesgo para la sostenibilidad institucional.

Al respecto, también Chiara Sáez Baeza (2008) en su tesis doctoral presentó discusiones en torno a la sostenibilidad de medios. Es importante aclarar que ella aborda esta temática a

través del concepto de “sustentabilidad”. De cualquier manera, acuerda con lo planteado por Gumucio.

Sáez Baeza (2008), retomando los aportes del autor antes destacado también plantea el abordaje de la sustentabilidad a través de las dimensiones social, institucional y económica.

Agrega que:

Comprender la sustentabilidad como una articulación entre estas tres dimensiones permite entender mejor el modo en que las experiencias no son independientes del contexto en el que operan, al tiempo que da luces sobre el modo en que el seguimiento de ciertas estrategias contribuye a su fortalecimiento en el tiempo (p. 101).

Para finalizar mencionaremos la propuesta de Segura, Hidalgo, Linares, Espada, Longo, Traversaro y Vinelli (2018) quienes en su artículo *Los públicos de medios comunitarios, populares y alternativos en América Latina, el caso argentino*, definen a la sostenibilidad como una categoría compleja “que supera la dimensión meramente económica; para incluir también las dimensiones institucional, social y de producción” (p.8).

En esta investigación refieren especialmente a la incidencia de los públicos para la sostenibilidad de los medios de comunicación no comerciales, si bien su trabajo focaliza en las radios se lo incluye aquí por sus aportes a la dimensión de la sostenibilidad que es eje central de este trabajo. Los autores y autoras reconocen e identifican que el vínculo con los públicos se sostiene en muchos casos por un compromiso militante, “en la medida en que estos medios contribuyen en la construcción de significaciones de sus públicos y ofrecen espacios de expresión y demanda social” (2018, p. 8)

En esta misma línea, los autores y autoras citan a Escobar y Dávila (2008) cuando definen que la sostenibilidad de un medio comunitario, “permite y prevé su perdurabilidad en el tiempo, su fortalecimiento estructural y la posibilidad de realizar ajustes y cambios necesarios, a través de mecanismos e instrumentos adecuados para su continuidad y su proyección” (citado en Segura *et al*, 2018, p.11).

A su vez siguen la propuesta teórica de considerar a la sostenibilidad desde múltiples dimensiones o áreas que confluyen e interactúan, dejando atrás la idea de que ésta sólo es posible logrando una buena situación económica o de financiamiento. A su vez, proponen incluir la dimensión institucional, haciendo referencia a la situación legal, las cuestiones organizativas y el nivel de toma de decisiones; la dimensión social, donde se consideran los vínculos con Estado, otros medios, organizaciones, públicos. Por último, la de producción, que refiere a las lógicas de los contenidos, periodicidad de publicaciones, estéticas de los medios.

Teniendo en cuenta que la investigación citada hace especial énfasis en el público mencionan que las cuatro dimensiones propuestas se encuentran atravesadas por la relación que el medio construye con el público a quienes se dirigen con sus contenidos.

Este grupo de trabajo que realizó este artículo o análisis sobre los públicos de medios comunitarios, populares y alternativos en América Latina, hacen particular énfasis en la

situación argentina; al respecto, desarrollaron un documento⁷ de trabajo donde se detallan las distintas dimensiones con sus respectivos indicadores aplicados a análisis de medios particulares que se especifican allí. Estos materiales responden al Grupo de trabajo PIO-CONICET “Las radios y las televisoras comunitarias desde la Ley 26.522: condiciones, estrategias y desafíos”. Documento que no se aborda en este apartado porque será retomado y utilizado de manera más exhaustiva en el capítulo número VI, donde se sistematizan las estrategias de sostenibilidad de La Ventolera.

Capítulo IV. ¿Por qué nos interesa lo digital para abordar la sostenibilidad?

⁷ Para acceder al documento: <https://comunicacionsfl.wordpress.com/2017/07/31/sostenibilidad-en-las-radios-y-televisoras-comunitarias-populares-yo-alternativas-dimensiones-categorias-e-indicadores/> consultado el 30 de octubre de 2018.



The screenshot shows the website 'LA VENTOLERA' with a navigation bar at the top containing 'INICIO', '¿QUIENES SOMOS?', 'NOTICIAS', 'EDICIONES IMPRESAS', and 'SÉ PARTE DE ESTE PROYECTO'. The main content area is divided into several sections:

- LA LUCHA FEMINISTA:** An article titled 'SI NO HAY AMOR (LIBRE) QUE NO HAYA NADA ENTONCES' dated 15 noviembre, 2018. The text begins with: '*Por Lucía Saavedra Advertencia: el presente artículo puede incitar otras formas de vincularse que vayan en contra del régimen heteronormativo monogámico y devenir en estimular excesivo bienestar y descubrimiento de ...'. A 'VER MÁS' button is located below the text.
- LETRAS ANDANTES:** An article titled '"La Isla de los Pájaros": un disco que reúne autogestión, experiencias, aprendizajes y encuentros' dated 15 noviembre, 2018. The text begins with: 'La Ventolera tuvo la posibilidad de acompañar la presentación del disco de Matias Perez, conversamos con él para conocer el proceso de creación y las personas que lo acompañaron ...'. A 'VER MÁS' button is located below the text.
- ULTIMAS NOTICIAS:** A section with the same title as the article above, containing the same text: 'SI NO HAY AMOR (LIBRE) QUE NO HAYA NADA ENTONCES', '"La Isla de los Pájaros": un disco que reúne autogestión, experiencias, aprendizajes y encuentros', 'Se realizará la 1ª Marcha del orgullo disidente en Villa María', and 'Conspiración y resistencia entre empanadas y vino tinto'.
- COMO AGUA PARA CHOCOLATE:** A circular logo for 'COMO AGUA PARA CHOCOLATE PASTELERIA ARTESANAL' with a crossed-knives icon.
- NOTICIAS:** A section with the title 'Cuestion de todos'.

Additional images include a rainbow flag, a group of people on a stage, and a storefront of a restaurant named 'PINEAUX'.

Como se anticipó, una de las nociones que se propone indagar recae en la idea de que el medio de comunicación La Ventolera genera sus producciones y contenidos a través de una página web digital. En este sentido, se retomarán los aportes de Manuel Castells (2000) que plantea que Internet constituye actualmente la forma organizativa de nuestra vida.

“Internet está revolucionando la comunicación por su capacidad de cortocircuitar los grandes medios de comunicación. El hecho de que sea una comunicación horizontal, de ciudadano a ciudadano, quiere decir que yo puedo crear mi propio sistema de comunicación en Internet, puedo decir lo que quiera, puedo comunicarlo. Por primera vez hay una capacidad de comunicación masiva no mediatizada por los medios de comunicación de masas” (p.17).

En este sentido, Internet es el medio de comunicación que constituye la forma de organización de nuestras sociedades (2000, p. 18).

Se parte de la idea de que internet abrió un abanico de posibilidades en las que las personas dejan de ser simplemente receptores de la información para poder crear su propio contenido, generar interacción con contenidos diversos y, además, no vincularse con los relatos periodísticos de los medios hegemónicos. Esta premisa fomentaría el derecho a la comunicación de la cual referimos anteriormente ya que, al contar con las posibilidades de aparición de más medios de comunicación vinculados a culturas locales, se propicia la descentralización de la información y también se amplían los relatos y las versiones a las que tenemos acceso.

Internet articula los distintos formatos multimedia. Es el “sistema operativo que permite interactuar y canalizar la información de qué pasa, dónde pasa, qué podemos ver, qué no podemos ver y ser” (Castells, 2000) se configura como el “sistema conector interactivo del conjunto del sistema multimedia” (p. 17).

El mismo autor sostiene que, la originalidad de esto radica en que la información llega en tiempo real y podemos acceder a ella de manera instantánea, “es un medio de comunicación masivo, continuo e interactivo al que pueden acceder distintos usuarios planteando preguntas, criticando, debatiendo” (Castells, 2000, p. 17).

Siguiendo los aportes de Castells, podemos afirmar que Internet es la base material y tecnológica de la sociedad red, en tanto, permite el desarrollo de nuevas formas de relacionarnos en sociedad que no tienen su origen propiamente en Internet, sino que son fruto del devenir de una serie de cambios históricos que no podrían configurarse sin su desarrollo tecnológico.

En este marco José Van Dijk (2016) va a hablar de “plataformas”- para referir a Facebook, Twitter, Youtube, entre otras- que confluyen en la web, definiéndolas como “medios sociales”, como un “grupo de aplicaciones de Internet construidas sobre los cimientos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0 para permitir la creación e intercambio de contenido generado por usuarios” (Kaplan y Haenlein; 2010, citado en Van Dijk 2016, p.18). La autora advierte que estos medios sociales, conforman un nuevo nivel de organización de la cotidianeidad en internet. Van Dijk reconoce que estas plataformas generan nuevos vínculos y maneras de relacionarnos, influyen en las interacciones individuales, comunitarias y de la sociedad en general. Luego de profundizar en el concepto y la indagación de lo que implican los “medios sociales”, va a empezar a entenderlos como “medios conectivos”.

En consonancia con los aportes teóricos de Van Dijk (2016) podemos determinar que coexisten otras formas de sociabilidad en la web, como son los blogs, medios de suscripción, servicios de correo electrónico, que contribuyen a la conformación de comunidades online, pero que también producen efectos y acercan a grupos offline.

Resulta pertinente aclarar que la perspectiva que asumimos para motorizar la búsqueda e indagación de lo que implica pensar las lógicas de la comunicación desde lo digital, reconoce que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) han ido desarrollándose en el devenir de las prácticas sociales y sus dinámicas. “El desarrollo de nuevas tecnologías resulta inseparable del surgimiento de novedosas prácticas de uso y generación de contenidos” (Van Dijk; 2016, p. 48). Así, sociabilidad y tecnología se retroalimentan. “Las tecnologías son, en la perspectiva trabajada con profundidad desde las ciencias sociales, conocimientos y capacidades puestos en práctica social” (Williams, Winner, Castells citado en Becerra y Beltrán, 2017; p.5).

Al respecto, Manuel Castells (2000) sostuvo que luego de la aparición de Internet y el ingreso de las tecnologías digitales, se habilitó la posibilidad de empaquetar todo tipo de mensajes y una multiplicidad de formatos, a lo que agrega la consolidación de las condiciones para una comunicación horizontal y global, que devino de la universalidad del lenguaje digital.

De la mano de las transformaciones y las nuevas posibilidades que se configuran desde la web, el ámbito del periodismo también debió adaptarse a estas nuevas formas de sociabilidad, es decir, al mismo tiempo que se modifican nuestras formas de relacionarnos, también lo hacen las formas en que nos comunicamos, nos informamos y la manera en que accedemos a la información.

Así, el periodismo digital se ha ido consolidando y en este sentido, surgen medios de comunicación que se desarrollan y planifican íntegramente desde la web. A su vez, los medios de comunicación *tradicionales* debieron incorporar a sus rutinas de trabajo herramientas que incorporan las TIC's. Bullón identifica que, para la profesión periodística, Internet ofrece nuevas alternativas profesionales y modifica muchas reglas que, hasta su aparición, habían guiado la práctica.

Nos encontramos en un escenario donde coexisten múltiples medios y portales digitales pensados desde y para la web, abordados desde las lógicas digitales, construyendo contenidos con pautas que resultan aplicadas a este tipo de formatos y teniendo la posibilidad de interactuar “en vivo” con sus lectores o su público. Dader, refirió al respecto: “Es evidente que Internet supone una ruptura del monopolio del poder periodístico” (Citado en Bullón; s/f; p. 3).

Ahora bien, siguiendo con la idea que Internet irrumpe en los monopolios de medios, resaltamos la consolidación de medios de comunicación alternativos, comunitarios o populares que construyen contenidos desde lo digital,⁸ así como también, medios que incorporan herramientas de las TIC's para difundir sus producciones periodísticas⁹.

En el libro *Contrainformación, medios alternativos para la acción política* (2004) un artículo del Colectivo ConoSur comenta que los proyectos de comunicación alternativa en Internet intentan romper con las fronteras entre emisor y receptor. Así, “se piensa en personas que participan en un proceso comunicativo de construcción de sentidos, de socialización de los

⁸ Para mencionar algunos ejemplos: Cosecha Roja, El Cohete a la Luna; La Tinta; Socompa.

⁹ Radios comunitarias como La Garabato, de San Marcos Sierra, cuenta con un portal digital actualizado, donde replican sus contenidos radiales, además agregan hipervínculos de información que consideran relevantes.

mensajes, de producción colectiva de significaciones” (p. 62). Internet, habilita la posibilidad de transmitir mensajes de manera multidireccional.

En este documento, se destaca que Internet es la primera nueva tecnología que el Estado no regula, en la que no interviene, argumentando que, de esta manera, los medios de comunicación alternativos “pueden publicar sus ideas casi sin presiones económicas ni políticas, y con la esperanza, además, de que puedan ser leídas por usuarios ubicados en otras partes del globo” (Colectivo ConoSur, 2004, p. 62).

Por otra parte, entre las potencialidades del soporte, el Colectivo ConoSur destaca la posibilidad de acceso instantáneo, la multiplicidad de fuentes de información y de canales de difusión, y se suma la oportunidad de concretar la difusión a costos económicos bajos.

Para señalar algunas investigaciones que dan cuenta de la apropiación y expansión del uso de las denominadas tecnologías de la información y abordando de esta manera la dimensión de lo digital, mencionaremos otro material sugerido por el Doctor Martín Becerra que refiere al libro *Medios y TIC en la Argentina* (2014) compilado por este autor y Ricardo Beltrán donde se analizan los cambios tecnológicos de los medios de comunicación.

Esta investigación propone que, en los últimos años en América Latina, se registra una migración significativa de los medios tradicionales a medios digitales “la aludida migración no sólo agrupa viejos contenidos y servicios, reformulándolos con distinta intensidad, sino que genera nuevos formatos, aplicaciones, servicios y contenidos” (p. 7), además motiva y se desarrolla de manera conjunta con cambios culturales y de socialización de personas y grupos.

Refieren, además, que en el ámbito mediático la utilización de internet significó un cambio trascendental, que más adelante se potenciaría con la posibilidad de conexiones ubicuas, a través de dispositivos móviles y “también con la diseminación de redes digitales y de espacios que ofrecen alternativas al flujo unidireccional con soportes analógicos propios de los medios tradicionales” (p. 8).

En este material se resalta que la digitalización de las tecnologías de producción y la competencia entre nuevas pantallas impactó en los lenguajes, audiovisuales y escritos de los medios tradicionales. De esta manera y retomando cuestiones mencionadas anteriormente, algunos diarios y revistas debieron realizar modificaciones en sus rutinas y maneras de organización de los contenidos. En la investigación que se está refiriendo, se destaca la necesidad de optimizar la calidad y el valor de las imágenes, lo cual propicia la reducción en la extensión de los artículos.

Retegui, Alegre y Borello en un artículo del mismo libro mencionado, advierten que “el llamado periodismo 2.0 trajo aparejado una serie de cambios importantes, entre ellos la hipertextualidad, el uso de contenidos multimedia, la interactividad y la inmediatez en la difusión de contenidos” (2014, p. 15). Estas modificaciones hicieron que quienes se desempeñan como periodistas online redefinan sus modos de relacionarse con la información.

Este estudio de medios identifica como una particularidad del periodismo digital, “la utilización de contenidos multimedia y la posibilidad de seguir trabajando sobre la noticia una vez cargada al portal del medio” (Retegui *et al.* 2014, p. 16). Agregan que, más allá de las

pautas tradicionales que componen a una noticia (título, una bajada y un cuerpo) se destaca la capacidad de la web de ingresar hipervínculos, fotos y contenido audiovisual.

Por considerar que ejercen un peso importante a la hora de la difusión, también incorporan en su análisis los denominados “servicios de redes sociales”, a tal punto que los medios de comunicación no pueden mantenerse ajenos a los distintos posibles canales de difusión por los que puede una noticia circular. Esta condición, habilita que las fronteras geográficas se diluyan y contenidos locales puedan lograr alcances globales. A su vez y en relación a los servicios de estas redes, presentan la capacidad de interactuar entre el público y el medio de comunicación. Aquí es preciso agregar que hoy, a través de las redes sociales, son los mismos usuarios y usuarias quienes pueden generar información que luego resulte un insumo noticioso para alguna redacción. Asimismo, los medios recogen, a través de las redes sociales oficiales de cada portal, informaciones que luego pueden *replicar* en sus páginas web.

Otra investigación que resulta interesante incorporar a los aportes teóricos que dan marco a este TFG y recomendada también por el mismo autor antes referenciado es el libro *Sin fines de lucro, con tecnologías y organización*, editado por Beltrán y Becerra que recoge artículos de profesionales. Este material aporta al estudio de actores que otorgan nuevos sentidos, dinamizan el ecosistema de la comunicación en el país, actores que, “a partir de prácticas alternativas a las estatales y a las comerciales y que, aunque navegan contra la corriente o a pesar de la corriente, tienen inserción social, capacidad productiva y vocación de futuro” (Becerra y Beltrán, 2017, p. 7).

En este mismo libro, el artículo *Medios alternativos, populares y comunitarios: desigualdades, fomento e incorporación de tecnologías* de Natalia Vinelli llama a poner atención a los debates que definen al sector de la comunicación alternativa, de los que no podemos desentendernos para entender la relación entre medios alternativos y nuevas tecnologías de la información y la comunicación. También destaca la adopción de estas tecnologías como una manera particular de vincularse con las audiencias y con el Estado. Enmarca todas estas cuestiones, entendiendo de una manera más estructural, que esta incorporación de las TIC, está determinada por la sostenibilidad de los medios y que este sector, tiene problemáticas específicas.

Esta investigación resalta como un antecedente importante para el sector, los “*Veintiún Puntos para una Radiodifusión Democrática*” (2004) y los múltiples debates que se llevaron a cabo en su planificación y redacción, retomados para la formulación de la LSCA N°26.522.

“Este reencuentro favoreció el análisis sobre las condiciones de producción de la práctica alternativa, redimensionando y complejizando la relación con el Estado y por ende la definición de políticas públicas, incluyendo el fomento para la incorporación de tecnología que acercara a los medios del sector social a los estándares digitales”. (Vinelli, 2017, p. 11)

IV.1) Consumo digital: Algunos datos para tener en cuenta

En el artículo *Los públicos de medios comunitarios, populares y alternativos en América Latina. El caso argentino* (Segura et al. 2018), se indaga cuál es el público objetivo que construyen los medios comunitarios, cuáles son sus características y particularidades, de qué manera acceden a la información y también los niveles de participación de ese público.

Esta investigación, entre otros resultados, advierte que el 90,9 % de las encuestadas y encuestados, escuchan radio, la mitad de este porcentaje lo hace a través de internet. Por otra parte, el 97 % manifiesta utilizar las redes sociales de manera habitual, para informarse. Según esta investigación, las redes sociales a las que más recurren son: Facebook, Whatsapp, y Twitter (en ese orden). En el caso de YouTube, sólo un 3,1 por ciento afirmó su utilización.

Por otra parte, las encuestas interpretadas por esta investigación y las técnicas de focus groups implementadas con los públicos convocados, mostraron que “el público de las radios y canales del sector no lucrativo se caracteriza por ser un público informado y formado, con amplio manejo de redes sociales, lector de diarios (predominantemente en las versiones web) y consumidor de otros medios alternativos, populares y comunitarios” (Segura et al. 2018, p. 25).

Teniendo en cuenta otros indicadores, el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) publicó en abril de este año (2018), los resultados de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017. Esta encuesta, en primera medida, realiza una comparación con la encuesta que la antecede, realizada en 2013. En este sentido, se pregunta cuáles fueron las transformaciones que se dieron entre estos dos años.

Así, se notó una transformación que viene de la mano del crecimiento exponencial de la digitalización.

“En 2013 internet equivalía a PC y conexión domiciliaria. En cambio, en 2017 internet se deslocalizó, perdió arraigo a un lugar físico determinado debido al crecimiento del uso de smartphone y la extensión de la frecuencia 4g. En 2013 apenas un 9% de la población se conectaba a internet principalmente a través del celular, mientras que en 2017 más del 70% se conectó todos los días vía smartphone. El crecimiento exponencial de la digitalización de contenidos culturales posibilitada por la expansión de la red de internet, junto con la masividad del uso de celular permiten decir que, potencialmente, hoy podemos acceder a la cultura en cualquier momento y lugar”. (SInCa, 2018, p. 6).

De esta manera, se explica que la expansión de internet móvil amplió los accesos, pero además motivó el crecimiento de prácticas culturales que pueden realizarse en simultáneo con otras actividades. Otra característica que resaltan es que, los contenidos, al tener que adaptarse a una modalidad de consumo más ágil, deben ser más breves o acotados en la web. A esto se suma la premisa de que nuestra capacidad de atención exclusiva se vuelve más escasa. Asimismo, reconocen la proliferación de más actividades de lecturas realizadas desde internet, como la participación en blogs o redes sociales.

En cuanto a los contenidos audiovisuales, también identifican el aumento de su consumo desde plataformas a demanda o sitios online, al igual que la música, que ahora es más escuchada a través de internet.

En relación a lo etario, las conclusiones de esta encuesta demuestran que las personas jóvenes consumen más contenidos desde internet que las adultas. Estas últimas continúan sosteniendo hábitos de consumo tradicionales, como por ejemplo la lectura del diario en papel.

Uno de los puntos para resaltar de esta encuesta, es el que refiere a la lectura digital. La lectura de diarios se vuelve cada vez más significativa, siendo que el 13 % de la población encuestada lee diarios por internet y un 11 % lee noticias y artículos en redes sociales. En lo que respecta a los soportes de lectura digital de diarios, el celular es el aparato más utilizado, “adultos de entre 18 y 49 son los que más lo utilizan, tanto para leer noticias en redes sociales como para leer diarios en internet” (SInCa, 2018, p. 28).

En este mismo marco, la encuesta demuestra que aumentó la lectura en blogs y portales de noticias de internet. Haciendo una comparación, en el año 2013, sólo un 4 % leía blogs y un 10 % se informaba por otros medios a través de internet de manera frecuente. En 2017, la lectura de blogs y portales de noticias, se consolida como una de las actividades más recurrentes en internet. “Un 27% de la población lee notas por este medio todos o casi todos los días. Esto podría estar dando cuenta de un proceso de transformación de hábitos de lectura que implica una migración del formato papel hacia nuevas alternativas digitales” (SInCa, 2018, p. 29).

Para finalizar, señalaremos una particularidad que se reconoce desde estos resultados interpretados en el marco de la encuesta. El uso de la computadora fue decayendo siendo reemplazado por el celular en casi todos los consumos culturales digitales. “La conexión a internet creció a la par del uso del celular. En la actualidad, casi el 90% de la población tiene celular y el 75 % lo utiliza como una terminal multifunción de consumo cultural” (SInCa, 2018, p. 31).

Tercera parte: La Ventolera una propuesta de comunicación alternativa en Villa María

Capítulo V. ¿Cuál es la génesis del proyecto de La Ventolera? ¿Qué transformaciones tuvieron lugar desde su origen y hasta la actualidad?



V.1) ¿Quiénes somos?

Somos estudiantes, comunicadoras, que creemos en la comunicación como una herramienta para el empoderamiento y la pluralidad de voces. Entendemos la comunicación como un derecho y nos propusimos el desafío, un tanto utópico, de fomentar y utilizar los recursos que teníamos a nuestro alcance para generar un proyecto comunicacional que haga realidad la perspectiva de comunicación que creemos necesaria para nuestras comunidades.

En este sentido, entendemos que el conocimiento y la difusión de todo tipo de realidades es clave en la sociedad para generar compromiso y empatía, y que la información tiene que circular de manera libre y accesible a toda la ciudadanía. Estos mensajes, contenidos e información que circulan y que se construyen de manera crítica, comprometida y chequeada con anticipación a su difusión y anclada en comunidades, territorios y problemáticas puntuales, es la que vienen generando los medios sociales desde ya hace tiempo, y es el tipo de información a la que, como comunicadoras, queremos apostar.

V.2) ¿Por qué “La Ventolera”?

El nombre *La Ventolera* surge después de pensar y repensar en algo que nos identifique, que nos represente. Amantes de los libros y relatos de Eduardo Galeano y sus visiones del mundo y específicamente de América Latina, encontramos en sus poemas aquellas puestas en palabras de lo que sentimos y nos interpela. Este autor y periodista, supo revalorizar “las voces de los nadies”, como citan algunos de sus textos, *los hijos de nadie, los dueños de nada, los ningunos, los ninguneados*. Con esas voces quisimos trabajar. Ayudar a empoderarlas favoreciendo su lugar en el espacio público. Demostrar que todas las personas están construyendo sus historias y que América Latina carga en su historia opresiones y conquistas vinculadas a diversas luchas.

Aquí compartimos el poema que dio origen al nombre y también la explicación redactada por integrantes del medio en su nacimiento, la cual está incluida en la editorial de la revista uno.

La ventolera

Silba el viento dentro de mí. Estoy desnudo. Dueño de nada, dueño de nadie, ni siquiera dueño de mis certezas, soy mi cara en el viento, a contraviento, y soy el viento que me golpea la cara. (Galeano, 1989, p.258)

Cuentan los libros, que cuando el viento soplabá con gran fuerza, arrasando las estructuras y buscando la transformación, las personas salían a la vereda gritando: “¡llegó la ventolera, sujeten sus cosas, busquen reparo”. Este proyecto busca eso, es decir, romper con las ataduras y las exclusividades con las que se piensa la prensa de hoy. Marcar nuevas reglas de juego, que sean libres y nuestras (La Ventolera, N° 1 2017, p.3)

Es preciso agregar en este apartado que, además del nombre. a modo de eslogan siempre se utilizó la frase “Construyendo un proyecto colectivo”. De esta manera, se concibe a La Ventolera, como un espacio de expresión que no tiene dueñas o dueños, sino que reúne aspiraciones, objetivos, ideas del campo popular y de la cultura popular, construyendo los

mensajes entre quienes así lo necesiten o deseen y con la libertad de sabernos en un continuo aprendizaje y diálogo.

V.3) ¿Qué pretende ser La Ventolera?

La Ventolera pretende entender la comunicación desde una mirada cultural e inclusiva, pensándola como herramienta fundamental para la transformación social; reconociendo su vínculo intrínseco con los procesos democráticos. Para cumplir con estos propósitos nos entendemos como periodistas que están en la calle, ya que es aquí donde se dieron y se dan las conquistas sociales, donde se consagran las luchas.

A su vez, es un proyecto que surgió tras interpretar la necesidad de que la ciudad de Villa María pueda informarse de todo lo que sucede, escuchar voces diversas, construyendo de manera colectiva una mirada anclada en la perspectiva de derechos humanos. Y, además, que todas estas voces puedan tener la misma relevancia en el espacio público, instalándonos como protagonistas de nuestros relatos.

Este medio de comunicación aspira a ser un espacio de expresión, de crítica y de reflexión que se propone, además, articular fuerzas con distintos proyectos locales que se guían por las mismas premisas, articular con compañeras y compañeros que militan por más y mejores derechos para toda la comunidad.

V.4) ¿Cómo fue el origen de La Ventolera?

Como se anticipó en el capítulo I, La Ventolera nace como un proyecto de estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social, apoyados y apoyadas 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 principio, el grupo estaba conformado por estudiantes de la Lic. de Comunicación Social de la UNVM y por un integrante que cursa sus estudios en el Instituto de Educación Superior del Centro de la República “Dr. Ángel Diego Márquez” (INESCER) de la Tecnicatura Superior en Comunicación Social. El y las integrantes eran: Damián Borgiani, Lucía Martínez, Luisina Morre, Victoria Batiston y María Ailin Peirone.

Con el paso del tiempo, se fue reduciendo el número de participantes. Esta decisión fue en parte, por la situación económica que vive el país que hace que se tenga que buscar fuentes de trabajo remuneradas y quizás, dejar un poco de lado proyectos que surgen desde la militancia y que no poseen fines de lucro. En la actualidad, las integrantes del equipo son quienes hacen este TFG: Victoria Batiston y María Ailin Peirone.

Desde un comienzo, apostamos a una comunicación que se escape de las lógicas establecidas por los grandes medios en donde predomina la constante mercantilización de la información. Por este motivo, aventuramos a trabajar con fuentes no reconocidas por estos medios, fuentes no “tradicionales” u “oficiales”, a las que no recurren los medios masivos de comunicación. A su vez, 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 en la toma de decisiones y en relación a la manera de gestionarlo y llevarlo a cabo.

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 los acontecimientos y de la realidad.

Teniendo en cuenta el momento de distribución, nuestros ejemplares impresos fueron repartidos por nosotras mismas, caminando los barrios: en algunos puntos estratégicos como librerías, kioscos, carnicerías y panaderías. En lo que concierne al centro de Villa María, en espacios públicos como el Campus de la UNVM, el Centro Cultural Comunitario Leonardo Favio, otros medios de comunicación, gremios.

Como se planteó, consideramos a la comunicación como un derecho de las sociedades y por tal, el conocimiento de lo que sucede y se desarrolla en nuestros contextos próximos debe ser accesible para poder cuestionar y reflexionar sobre las distintas situaciones y desigualdades. También, para poner en tensión las construcciones noticiosas de los medios tradicionales de la ciudad, la manera en que abordan los acontecimientos y los recursos periodísticos que utilizan en esa construcción. Por todo esto apostamos a difundir nuestra revista de manera gratuita, para que, el hecho de contar o no con cierto capital económico, no sea un impedimento para estar informados.

Para sostener este proyecto, 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 materializar la revista y poder difundirla de manera gratuita siguiendo con nuestros objetivos planteados en un comienzo. Sin embargo, el contexto socioeconómico afectó a este proyecto y no se logró continuar con su impresión por falta de presupuesto. En parte, creemos que esta dificultad radicó en las características socioeconómicas que atraviesa el país. En un contexto de despidos, en el que al mismo tiempo que aumentan los precios disminuyen los salarios; donde prevalece la vulneración de derechos de las y los trabajadoras y trabajadores y también, la represión y violencia institucional y la criminalización de todo tipo de protestas, son moneda corriente.

Por otra parte, esta modalidad de subsidiarse también nos resultó compleja en tanto, aun contando con recursos económicos, muchos comercios, personas, organizaciones, afirmaban que no querían 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 afectadas por este contexto.

En este sentido, 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 sociales, por ejemplo, a través de la posibilidad de generar convocatorias para financiar algún aspecto del proyecto o alguna producción periodística

particular, a través de fomentos o becas económicas que amplíen los recursos para generar contenidos. 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, tal como lo planteamos en el capítulo III y IV al referirnos a la ley, por otro lado, sería fundamental que estas decisiones políticas vayan más allá del gobierno de turno, sino que se consoliden para garantizar la diversidad y el reconocimiento de que *otra comunicación* es posible. Sin medios sociales y pluralidad de voces y mensajes, no hay democracia. No sólo se trata de que tengamos la posibilidad de imprimir uno o dos ejemplares, sino que tengamos la garantía de poder sustentar económicamente nuestros proyectos, como por ejemplo La Ventolera.

V.4.a) La Ventolera en formato papel: una sistematización del contenido

Consideramos que los dos ejemplares impresos son un antecedente fundamental del proyecto actual ya que lograron que la identidad y la perspectiva de comunicación que se quería instalar, justamente se visibilice y consiga un reconocimiento por parte de la comunidad. Por este motivo, se decide incorporar una caracterización de lo que fueron *las ventoleras* impresas, correspondientes a marzo y mayo de 2017.

La revista impresa contaba con secciones que nos permitirían generar una mejor distribución, visibilización e identificación de la información. Las secciones eran las siguientes:

- **Editorial**
- **La Memoria como Bandera**
- **Aprendiendo/nos**
- **Poder Popular**
- **Paredes que hablan**
- **Cuestión de todxs**
- **Huellas de mi Barrio**
- **Info- Barrial**

- **Editorial**

Esta sección se creó con la intención de describir quiénes éramos y nuestro impulso para generar la revista. A su vez, menciona cuál sería la línea editorial, es decir, el lenguaje, los temas que trataríamos y la manera de abordarlos. Asimismo, señala los objetivos y nuestra mirada del periodismo.

Editorial de la primera edición:

La primera nota de la revista posee el nombre “Desde acá nos paramos” con la intención de dejar sentado cuál es la línea editorial y nuestros objetivos.

DESDE ACA NOS PARAMOS

Cuentan los libros que cuando el viento soplabo con gran fuerza, arrasando las estructuras y buscando la transformación, las personas salían a la vereda gritando: “llegó la ventolera, sujeten sus cosas, busquen reparo”. Esta revista busca eso, es decir, romper con las ataduras y las

exclusividades con las que se piensa la prensa de hoy. Marcar nuevas reglas de juego, que sean libres y nuestras.

La ventolera somos todos, o no es nadie. La ventolera es un proyecto que busca andar los caminos en los que nadie anduvo; o (des) andarlos. La ventolera busca pensar en un nosotros en el que quepamos todos. En un mundo en el que el que no tiene no puede, queremos romper con esa postura jodida y rebuscada que suprime, desvaloriza y nos pretende "blanquitos y educaditos". Romper con las ataduras y las exclusividades con las que se piensa la prensa de hoy. Marcar nuevas reglas de juego, que sean libres y nuestras.

Creemos en el periodismo como herramienta capaz de generar grietas, ahí donde muchos intentan mantenerlas. Queremos construir una cultura popular, una que plantee una real oportunidad. Queremos que "la agenda" villamariense sea completa, que la gente entienda y vea, que existe algo más que la peatonal. Que quedan muchos caminos por andar.

Con el sol como horizonte y codo a codo vamos, siempre a pulmón y con el corazón en la mano. Porque no somos de esos que dicen una y hacen otra. Y porque es justamente con eso, con lo que no tenemos identificación. Pero sí la tenemos con el barrio y su ritmo colorido y contagioso.

La ventolera nace para romper con todos esos que te dicen "no, no puedes"; en un mundo en que gira todo al revés. Estamos buscando un símbolo de paz, aquí donde todo parece ser un disfraz. Los de traje no nos caben, tampoco sus discursos morales.

Entendiendo al barrio como expresión popular, donde desfilan los campitos y los changuitos no paran de corretear. Un lugar con calles gastadas de tanto andar. Y algunos dicen que no creen en la cultura popular, ¡que no la vengán a contar!

Por la emancipación y el empoderamiento del pueblo, para que se entienda que las victorias se traducen en más y mejores derechos. Y no sólo eso, sino que implica respetar. Respetar y considerar al otro como uno más, que a nuestro lado va.

Quizás a muchos estas locas ideas no les van a gustar... pero lo mejor es que ¡no nos van a callar! Tanto fuego no lo podrán apagar. Pero para eso necesitamos ser muchos, o pocos, pero caprichosos. Para que no nos arrebaten la utopía, para que sea la bandera que nos guía. O como diría nuestro querido Galeano, que la utopía sirva para eso, para hacernos caminar.

Ahora bien, cultura popular o contra cultura, nosotros también queremos explicar. Explicar por qué los medios te cuentan sólo lo que te quieren contar. Porque no les conviene que exista alguien que quiera revelar su poder, y porque no les importa el que no tiene para comer.

Acordate que La ventolera es de todos, y como tal, la podés usar para el asado, para los mocos o para la estufa, o si vas al baño y no tenés papel, dejala a mano, no te colgués. No nos pinta eso de los derechos reservados, es un cuentito más del discurso de "lo privado". Así que con lo que lees en este humilde y poderoso intento de contenido, podés tomarlo, repetirlo o cambiarlo; pero lo más lindo es que podés sumarte a caminar, ya que juntos valemos mucho más.

Podemos decir que esta es una presentación, pero más que eso es una invitación. A los vecinos para andar juntos, construir, pensarnos y repensarnos. Entender que el poder es nuestro y pobre del que quiera robarnos la ilusión. Y al cheto que no sale de su lógica de consumo por puro amor al consumo, para que entienda que existe algo más que su propio culo. Y al que no va ni para acá ni para allá, para comentarle que la indiferencia no existe; no te da lo mismo tomarte un mate o una coca, a cada paso le regalas un "plus" a alguien más. OJO, vos decidís a quien, tenes al que no le importas más que como un número en el mercado, o el que intenta abrazarte como amigo, como hermano o simplemente por humano.

Como diría el pelado, fijate de qué lado de la mecha te encontras. De corazón, La ventolera sólo te quiere abrazar. Invitarte a encontrarnos en cada rincón de este lugar. De NUESTRO lugar. Para caminar desde otro lado, construyendo una cultura popular que nos haga bailar. Que nos muestre que salirse del camino establecido, no está para nada mal.

La ventolera sólo te quiere abrazar. Invitarte a encontrarnos en cada rincón de este lugar. (La Ventolera, N° 1, 2017, p.3)

Editorial de la segunda edición:

En el segundo número de la revista se relevó históricamente el inicio de la conmemoración del día del trabajador el 1° de mayo. Una conmemoración que implica la lucha por los derechos laborales, por la igualdad y la libertad que llevaban aquellos trabajadores y trabajadoras de Chicago que en el año 1886 y luego de una sucesión de reclamos y manifestaciones, se manifestaron en contra de los abusos que sufrían. Esta manifestación culminó en un fuerte enfrentamiento entre trabajadores y policía.

En este sentido, nos preguntamos en ese momento y a modo de comparación con la actualidad ¿Por qué deberíamos "festejar", el día del trabajador?

Hoy, reivindicamos y por siempre, la lucha de los trabajadores. De todos aquellos que nunca se van a callar, aunque sean muchos los que los quieran silenciar. Reivindicamos las luchas comunitarias. Hoy, creemos que es preciso transformar el concepto de salario como variable de ajuste, al de ingreso; esto será lo que impulse el consumo para una vida digna. Que la inclusión sea política de Estado, permitiendo que todos los sectores y los trabajadores, entendidos como actores para la transformación, aporten a un proyecto de país soberano, política, social y económicamente. Y creemos que esto se constituye como el rol de los trabajadores de hoy (y de siempre).

Arriba los que andan en la búsqueda, los que hace poco o mucho perdieron sus trabajos, los que sienten que este sistema no los comprende ni un poco, los que padecen a sus "patrones" pero entienden esto como el motor para la lucha colectiva. Colectiva. Hoy y siempre, siempre, arriba los que luchan por condiciones más humanas para sus trabajos, cualquiera sea la actividad que realizan. Arriba los trabajadores que creen en el bien común, en el "nosotros", arriba los que se organizan y creen en la unidad.

Adolf Fischer, trabajador gráfico, uno de los cinco de Chicago dijo: "Solamente tengo que protestar contra la pena de muerte que me imponen porque no he cometido crimen alguno... pero si he de ser ahorcado por profesar mis ideas anarquistas, por mi amor a la libertad, a la igualdad y a la fraternidad, entonces no tengo inconveniente. Lo digo bien alto: dispongan de mi vida".

Y AL QUE NO LE GUSTA, SE JODE (La Ventolera, N° 2, 2017, p.3)

- **La Memoria como bandera**

En esta sección interesó dar cuenta aquellas luchas que sucedieron a lo largo de la historia que creímos importante reivindicar y repensar, en un intento de tener presente siempre a compañeras y compañeros que marcaron nuestra historia y consiguieron derechos que hoy gozamos. El supuesto que orientó esta sección fue el siguiente. Tener memoria y repensar la historia, es el principio para poder pensar nuestros pasos y no volver a repetir injusticias y golpes a los derechos humanos.

Primera edición:

En el primer número, difundido un 24 de marzo, se entrevistó a Elvio Omar Toscano, integrante de Asociación Permanente por los Derechos Humanos (APDH), docente y ex preso político, quien relató su experiencia y sus años de militancia. A su vez, explicó qué significa el "Nunca más", y su percepción del trabajo en materia de Derechos Humanos.

Segunda edición:

En el segundo número, la nota llamada "No a las bestias de aquel infierno" releva y repudia la decisión de La Corte Suprema del beneficio del 2x1 para las penas de prisión por delitos de lesa humanidad. Esta decisión desprestigia la lucha de las Abuelas, de las Madres, de H.I.J.O.S, la lucha popular, la de nuestros derechos.

Hay que tener la sangre muy fría y la memoria totalmente frágil para creer que a través de algunas páginas van a poder apagar tanto fuego, tanta lucha. Ustedes llevan el cinismo como bandera, nosotros nos abrazamos en la lucha. Ayer, hoy y mañana. Por nuestros compañeros detenidos y desaparecidos, PRESENTES AHORA Y SIEMPRE (La Ventolera, N° 2, 2017, p.8).

- **Aprendiendo/nos**

Esta sección se creó para dar cuenta de aquellas experiencias de educación popular que permiten colectivamente aprender y construir el conocimiento.

Primera edición:

En el primer número, la primera nota describió una experiencia de educación popular llamada Centro de Educación Popular para la Infancia y la Adolescencia (CEPIA), la cual comenzó a interpelar la realidad de sectores populares en el año 2011 en el barrio Las Playas. La misma se constituye a través de experiencias de intervención colectivas e investigación y

está conformado por estudiantes, egresados, egresadas y docentes de la UNVM y niños, niñas y adolescentes de algunos barrios de Villa María.

La segunda nota de esta sección de la revista trató de la historia de una pareja que habita en el barrio Barrancas del Río, quienes participaban de un proceso de alfabetización, donde a su vez, valoraron la importancia de compartir e intercambiar experiencias y conocimientos.

Segunda edición:

En el segundo número de la revista, la primera nota de la sección aprendiendo/nos, visibiliza un taller de Murga para todas las edades en barrio Los Olmos. Un espacio que apunta a la contención y sobre todo a la idea de compartir experiencias desde el arte y la cultura.

La segunda nota, dio cuenta de un taller que capacita sobre técnicas escultóricas y busca generar un mural entre diferentes jóvenes de distintos barrios de la ciudad.

- **Poder Popular**

En esta sección, se buscaba visibilizar aquellas organizaciones, movimientos o grupos de personas que generan iniciativas populares para transformar el estado de las cosas. Se trata de acciones y experiencias donde colectivamente se trabaja por el bien común y por la conquista de derechos humanos.

Primera edición:

En primer lugar, se visibilizó una experiencia en el comedor Caritas Felices, que incluyó en su propuesta cultural un taller de danzas llamado “Danza al Frente” para los chicos y chicas del barrio La Calera. En el taller se fomentaba la construcción colectiva y asistían un promedio de 30 niños y niñas de distintas edades.

En segundo lugar, se visibilizó una cooperativa escolar, llevada a cabo por estudiantes de la especialidad en alimentación y se desarrollaba en el I.P.E.T y M.N N° 99 Rosario Vera Peñaloza. Esta cooperativa produce y comercializa pizetas, tartas y postres que se venden dentro del establecimiento y el dinero que se recauda es reinvertido en el colegio.

Segunda edición:

En primer lugar, se abordó la experiencia y la lucha colectiva de la Asamblea Socio ambiental de Villa María– Villa Nueva. La nota explica cómo el monte cordobés se ve afectado por las acciones e intereses de quienes tienen poder económico o político. En este sentido, se detalla que el bloque de legisladores de Unión por Córdoba impulsó un proyecto para establecer una nueva Ley de Bosques, que, avalado por distintas facciones partidarias, pretende acabar con lo poco que queda de bosques nativos en nuestra provincia cordobesa.

Desde Villa María, participantes de la ciudadanía y organizaciones se reunieron en la Asamblea Socio-Ambiental Villa María – Villa Nueva (actualmente llamada Asamblea Socioambiental El Monte Nativo Vuelve) en vistas a fortalecer la organización, la resistencia y articular con la Coordinadora en Defensa del Bosque Nativo de Córdoba (Co.De.Bo.Na) que nuclea a todas las “resistencias” de la provincia. La Asamblea Socio ambiental local posee como objetivos la recuperación y valorización del montecito, también llamado “El Algarrobal”, ubicado en barrio Malvinas Argentinas.

La segunda nota aparece con el nombre “Sonrisas sin fin” y da cuenta de la historia de un comedor de La Calera llamado Caritas Felices, un lugar en el que las niñas y niños no solo van a cenar, sino que participan de distintas y variadas actividades durante toda la semana.

- **Paredes que hablan**

En esta sección registramos murales, grafitis, dibujos y frases que encontramos en las paredes de la ciudad de Villa María. Estos suponen otros modos de expresión de deseos, expectativas, esperanzas, protestas y enojos sociales, a los que nos interesa especialmente darle visibilidad.

Primera edición:

El mural que elegimos para la primera edición representa una problemática de los países latinoamericanos según la percepción de estudiantes de sexto año de la escuela Rosario Vera Peñaloza. En este sentido, se decidió simbolizar una canción de rap llevada a cabo por Lucas De Zárate, egresado del establecimiento en la promoción 2016, que habla sobre mujeres luchadoras que presentan dificultades sociales.

Segunda edición:

Las secciones de las revistas fueron creadas para ser utilizadas o no, de acuerdo a la información que creíamos pertinente visibilizar en cada número. En este sentido, en el segundo número de la revista no se utilizó esta sección.

- **Cuestión de todos**

Visibilizamos en esta sección aquellas vulneraciones a los derechos humanos, experiencias de interés general, información que es importante conocer como sociedad, temas relacionados a la educación, a la importancia del cuidado del ambiente, entre otros. Además, en esta sección se piensan problemáticas que nos atañen como sociedad para ser conscientes de que en nuestro país se dan injusticias de diversos tipos, tomar una postura crítica y hacer algo al respecto.

Primera edición:

La primera nota de esta sección abordó el asunto de la baja en la edad de imputabilidad; es decir, la incorporación al sistema penal de adolescentes menores de 16 años. En este sentido, se dio cuenta que esta posibilidad no es otra cosa que “patear la pelota” para otro lado, y desligarse de las verdaderas responsabilidades que deberíamos estar asumiendo, como sociedad, en relación a las condiciones de vida que afrontan muchos niños, niñas y adolescentes en Argentina.

A su vez, se abordó la explicación sobre el Código de Convivencia Ciudadana de la provincia de Córdoba, el cual se constituye como un documento que permite a la policía cordobesa actuar arbitrariamente. De esta forma, esta nota dio cuenta de las atribuciones que la policía puede ejercer, las cuales se encuentran determinadas en dicha normativa.

“Para poder justificar por qué decimos NO a la baja en la edad de imputabilidad, se nos hace más fácil identificar por qué no diríamos que sí, en todo caso.

Si dijéramos que sí, estaríamos confinando a niños y adolescentes a vivir una vida llena de imposibilidades. Estaríamos fomentando la estigmatización y la criminalización que vienen

sufriendo los pibes desde que llegaron a este mundo. Estaríamos demostrándoles que no tienen lugar en ésta, una sociedad que los reprime, en lugar de buscar soluciones reales; una sociedad que los confina, en lugar de velar por más y mejores garantías de una vida digna; una sociedad que sólo piensa en su ombligo; una sociedad en la que los verdaderos victimarios, al parecer siempre van a tener privilegios.

Si dijéramos que sí, estaríamos “lavándonos las manos” y mirando para otro lado. Estaríamos a contramano de la búsqueda de políticas públicas de inclusión social; no nos interesaría, claro. Si creyéramos en el sí, no nos importaría el mañana ni el hoy (o nos importaría sólo nuestro mañana, nuestro hoy).

Si dijéramos que sí, creyéramos que los grandes medios de comunicación hacen bien en reproducir lógicas de exclusión y criminalización de la pobreza a diario, entenderíamos que estarían cumpliendo a raja tabla con su función, al servicio de la sociedad. Creyéramos que el acceso a una mejor realidad, a recibir educación, a una vivienda, trabajo y salud sólo lo merecen algunos pocos, pero poderosos. Y también, claro, nos consideraríamos con la capacidad para determinar quiénes sí pueden y quiénes no pueden acceder a mejores derechos. Sí, si dijéramos que sí, el mérito estaría instalado en nuestras cabezas, reforzando la idea de que los que nacimos de este lado, del lado “bien”, del lado aceptado y limpio, nos esforzamos mucho por no ser delincuentes.

Si dijéramos que sí, no creyéramos que es el Estado quien debe garantizar y bregar por los derechos humanos. Si dijéramos que sí, no creyéramos en el Estado. El sí, nos haría ocultar una realidad en la que los pibes se encuentran expuestos a detenciones ilegales, al armado arbitrario de causas. El sí, nos haría cómplices de la utilización de pibes como mano de obra de la policía. Si iríamos por el sí, no nos importaría Luciano Arruga, Franco Casco, Ismael Sosa. El sí, no nos impulsaría a la búsqueda de respuestas en relación a los villamarienses Joel Solá, Maxi Zucarelli y Kevin Salas.

Si dijéramos que sí, no nos importarían los pibes.” (La Ventolera, N° 1, 2017, p.12)

Segunda edición:

Para esta segunda edición se escribió una nota que habla sobre el derecho a la protesta, en un contexto nacional donde se incrementó el número de manifestaciones. La nota da cuenta de cómo desde los principales medios masivos de comunicación del país se intentó instalar el debate en la criminalización/estigmatización de la protesta, de cualquier tipo de reclamo que lleve a la sociedad a las calles.

El derecho a huelga está consagrado en el art. 14 bis de la Constitución Nacional y en los tratados internacionales universales y regionales de Derechos Humanos. Por eso, hay que entender a la huelga como el espacio de debate público de ideas, como el ejercicio de otros derechos como el de la libertad de expresión, de pensamiento, de conciencia, de religión, de reunión y asociación pacífica.

Reivindicar el derecho a protesta significa reivindicar la vida democrática. La protesta es el espacio de crítica de un sector a ciertos manejos, principalmente, gubernamentales, o el modo de expresión de grupos sociales que necesitan ser escuchados. Si la protesta busca ser criminalizada, en realidad se pretende desentender al Estado de una problemática política, para ser llevado al ámbito jurídico. Si la protesta busca ser estigmatizada, se busca la desvalorización de los derechos de la ciudadanía.

A los trabajadores los moviliza la desestabilidad económica y laboral. Los moviliza el aumento del desempleo y la pobreza. Los moviliza la idea de buscar condiciones más humanas en sus ámbitos de trabajo. (La Ventolera, N° 2, 2017, p.11)

La segunda nota, abordó la problemática de los abusos policiales en la provincia de Córdoba. La arbitrariedad y subjetividad con la que actúa la policía se ve amparada por el Código de Convivencia que, además de ser estigmatizador, se nutre de cierta ambigüedad que permite a la policía accionar desde la libre interpretación: la figura del merodeo sigue vigente en el nuevo Código.

En Villa María, los pibes y pibas de los barrios cotidianamente sufren abusos policiales, atropellamientos bajo fundamentos como la portación de rostro, vestimenta, barrio de residencia o por el trabajo que realizan. Para la construcción de esta nota, charlamos con los chicos y chicas que sufren estos abusos a diarios y nos expresaron el deseo de poder vivir tranquilos, de poder vestirse como quieren, de poder salir sin pensar que un móvil de la policía los va a frenar para pedirles el documento.

Que el hecho de usar una gorra no construya prejuicios en la gente; que la gente no construya siempre en base a prejuicios. (La Ventolera, N° 2, 2017, p.12)

7. Huellas de mi Barrio

Esta sección visibilizó esas historias que marcaron un antes y un después en los barrios de la ciudad. Difundió las leyendas, las experiencias de las personas que habitaron los diferentes barrios desde un comienzo, sus tradiciones y mutaciones a lo largo del tiempo.

Primera edición:

Entrevistamos a una de las primeras familias que pisaron las tierras del barrio Los Olmos para la primera nota de esta sección. Nos contaron que llegaron al lugar en el año 1967, es decir, hace 50 años. A su vez, comentaron acerca de las transformaciones del barrio, las dificultades que afrontaban, en un principio, por la falta de infraestructura y transporte hacia el centro de la ciudad. También reflexionaron lo que más les gusta de vivir en él y los vínculos que formaron.

Segunda edición:

Con la intención de seguir recuperando historias de nuestra ciudad, nos encontramos con Martha Dolores Demaria, quien nació y sigue viviendo en barrio Lamadrid. La mujer comentó sobre las transformaciones de la ciudad y en particular de su barrio, las costumbres de las personas del lugar, sus proyectos e historia.

8. Info- Barrial

En esta sección se daban a conocer las actividades en los distintos barrios de la ciudad para que los vecinos y vecinas de cada uno de ellos, puedan enterarse y participar.

Primera edición:

Orientadas por el objetivo de fomentar una conciencia crítica como consumidoras y consumidores, vinculada a la soberanía alimentara dimos a conocer en esta sección la distribución gratuita de semillas del INTA “Pro huerta” en los Muncerca de cada barrio.

Este tipo de acciones se desarrollan estratégicamente fomentando la producción propia de los alimentos y generando así empoderamiento a la hora de alimentarnos.

Es importante ejercer una postura crítica en el momento del consumo, entendiéndolo como una instancia funcional al mercado –y por ende, al sistema- y sus formas de producción masiva, las cuales tienen importante incidencia en nuestra salud por la utilización de insumos químicos.

La libertad y la autonomía de lo que se está consumiendo, promueven la demanda de alimentos más saludables, poniendo en jaque las lógicas del mercado. (La Ventolera, N° 1, 2017, p.15)

Segunda edición:

Para seguir apostando a la visibilización de las actividades de los diferentes barrios, se confeccionó un gráfico donde se explicaban los distintos talleres, cursos y actividades que se llevaban a cabo en ese momento, los horarios y lugares de estos encuentros.

V.5) Pensarnos en transformación

Es preciso destacar que con el paso del tiempo La Ventolera fue mutando, tanto en relación a los temas que trata, sus integrantes como el canal por donde vehiculiza la información, entre otros aspectos.

La Ventolera nació con el objetivo de difundir información de los barrios de Villa María. En este sentido, se proponía ser un canal y propiciar las condiciones para que se conozcan las experiencias culturales de los barrios, propuestas vinculadas a la educación, problemáticas sociales, personajes barriales. Es decir, la construcción de sentido desde una mirada popular basada en la participación comunitaria.

Este objetivo se dio por notar que en Villa María no había medios de comunicación alternativos que difundieran desde su perspectiva producciones generadas en los barrios, talleres culturales pensados desde la educación popular. A su vez no existía una difusión de los y las productoras y proyectos autogestionados; dicho de otra manera, los medios de comunicación locales hacían y hacen foco en lo que sucede en el centro de la ciudad y a través de las expresiones de las voces “oficiales” y esto se traduce en que, el común de la sociedad (su gran mayoría), desconoce lo que ocurre en dichos espacios y la diversidad cultural y de propuestas que están sucediendo en el mismo lugar en el que habitan. Al mismo tiempo, las personas que residen en los barrios alejados del centro, no contaban con la posibilidad de leer o enterarse de los acontecimientos, festividades, modos de intercambio y participación que suceden en otros espacios de la ciudad.

El proyecto apuntaba en un comienzo, a descentralizar los procesos de producción simbólica, los consumos mediáticos y la generación de contenidos pensada tradicionalmente desde el “centro” de la ciudad; buscamos generar una “agenda” de temas más inclusiva y que ayudara a conocer lo que sucede en toda la ciudad y no sólo en la parte céntrica o en relación a actores e instituciones políticas y sus decisiones.

De esta forma, los contenidos se abocaban a contar las historias de los barrios (actividades de centros vecinales, comedores, talleres culturales, clubes deportivos, así como también festividades y acontecimientos relevantes en ellos). Dar a conocer aquellas leyendas que marcaron un antes y un después en sus tierras y que, en muchas ocasiones, la sociedad desconoce. También se reflexionaba acerca de temas como la baja de edad de punibilidad, abusos policiales, y entrevistas a organizaciones populares. En este sentido, para localizar estas experiencias y sus actores nos propusimos caminar los barrios, para poder registrar diferentes experiencias y concertar entrevistas grabadas con audio a quienes tenían la voluntad de formar parte y contar lo que les preocupaba, sus logros o su vida cotidiana. A su vez, fotografiamos con la anuencia de quienes entrevistábamos, sus ámbitos de trabajo, de recreación, de estudio, sus experiencias.

A lo largo del recorrido de este proyecto y con el paso de la revista gráfica al formato digital, comenzamos a incorporar secciones en la página web y a tratar temas más generales que estaban pasando a nivel nacional e internacional, aprovechando la utilización de las TIC's. Fuimos agregando contenidos a los ya mencionados, por ejemplo, temas de género que progresivamente dieron lugar a la sección “la lucha feminista”. A su vez, temas relacionados al

ambiente, su preservación y revalorización, incorporándose por ejemplo la lucha por el bosque nativo.

Otra cuestión incluida son los casos de manifestaciones sociales y de participación ciudadana autoconvocada, como por ejemplo la lucha “ni una menos”, marcha de la gorra, marchas por reclamos en cuanto a políticas públicas, poderes políticos y conflictividades, también por cuestiones laborales y salariales.

Paulatinamente, nos pareció importante sumar a La Ventolera las expresiones artísticas que se desarrollan en la ciudad. De esta forma se incorporó el lugar para artistas que ilustran, escriben, cantan, bailan, entre otros. Su inclusión se fundamenta en la importancia del arte en la resistencia política y social y en lo trascendental de estos mensajes para la generación de conocimiento, para la crítica y el abordaje de situaciones desde otros canales y medios de expresión que confluyen en cuanto a objetivos políticos.

Fuimos comprendiendo que ampliar los temas o contenidos de La Ventolera, implica también ampliar el público, las voces, las miradas y así también, acrecentar el proyecto.

Un último aspecto de transformaciones de La Ventolera se refiera a sus formatos. Al momento de abordar los contenidos en formato digital, y antes de contar con la actual página web oficial, realizamos una página en la plataforma wix¹⁰, que habíamos aprendido a usar en la materia Taller de Nuevas Tecnologías de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNVM y en el caso de Ailin Peirone en la materia Plataformas digitales de audio y video dictada en la Universidad Autónoma del Caribe en un intercambio académico. Con el paso del tiempo, profundizamos esos conocimientos para optimizar esa página. Luego de un período, se decidió y se contó con la posibilidad de trasladar los contenidos a una página de wordpress¹¹.

En relación al lenguaje inclusivo que utilizamos en La Ventolera, se comenzó a implementar de la mano de las transformaciones y conquistas en relación a la idea de contemplar la perspectiva de género en distintos espacios. En el caso del medio en cuestión, se utilizó al abordar el formato digital.

V.6) ¿De qué hablamos cuando afirmamos que “las fuentes de información somos nosotras y nosotros”?

La respuesta a este interrogante, esto es, las fuentes de información o de dónde proviene el contenido que articula las notas, informes, en suma, la diversidad de materiales que construyen el relato de este medio requiere algunas aclaraciones previas.

En cuanto a las fuentes de información, Stella Martini (2000) hace referencia a las fuentes oficiales y a las extraoficiales. Las primeras son las que se identifican con los responsables directos de una institución pública o privada, se entienden como referentes o representantes en este sentido. Mientras que las extraoficiales son las que propician un acceso a la información no confirmada a través de las fuentes mencionadas anteriormente, pero que enriquecen el relato en tanto permiten acceder a información de la que fueron testigos o de la cual poseen

¹⁰ Para acceder a esta página ingresar al siguiente enlace: <https://laventoleravm.wixsite.com/proyectocolectivo> . Consultado el 2 de noviembre de 2018.

¹¹ Los detalles de esta plataforma se informan en el capítulo VI del TFG.

elementos para aportar. La autora agrega a las fuentes personalizadas, son las que permiten la verosimilitud derivada del poder del testimonio y de la cercanía con el hecho.

En este marco, se considera que la elección de una fuente de información carga intencionalidades que responden a la manera de comunicar del medio y a sus objetivos e intencionalidades políticas.

En la construcción noticiosa de La Ventolera, las fuentes de información no son las denominadas oficiales, sino que la comunidad y sus actividades, participaciones, experiencias y luchas son quienes se constituyen como la “voz autorizada” para las construcciones de sentido. Se entiende, de esta manera, que toda la comunidad puede ser protagonista de los relatos, que estamos generando visiones del mundo que muestran nuestras expectativas y objetivos.

Desde este medio de comunicación, se apuesta a la posibilidad de generar otra comunicación, una que no se reconoce en las lógicas establecidas por los grandes medios. “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” (Batiston y Peirone, 2017, p.9). Asimismo, como se dijo, las pautas de escritura en las publicaciones se abordan desde un estilo coloquial o en otras palabras informal, abriendo la posibilidad de que cada persona que quiera difundir información pueda tener la libertad para expresarse.

Esta propuesta de comunicación alternativa se desentiende de las concepciones mercantilistas de la comunicación, “permite visibilizar y abordar otras voces, las de la cultura popular; permite interpelar las distintas realidades sociales y problemáticas” (Batiston y Peirone, 2017, p.14). De esta manera, reconoce e intenta abordar la cuestión de la participación ciudadana en la construcción del espacio público local, “de la recuperación y valorización de fuentes ciudadanas, protagonistas de sus problemas y proyecciones” (Batiston y Peirone, 2017, p.14).

Hasta el momento las fuentes de información que han articulado las construcciones de los relatos de La Ventolera han sido: Leonardo Rossi, colaborador de Página 12 y becario doctoral de CONICET; Ana Belén Barragán directora y Ornella Corigliano productora audiovisuales, estudiantes de la Licenciatura en Diseño y producción audiovisual de la UNVM; Asamblea Socioambiental “El Monte Nativo Vuelve”; Tristán Bauer; columnas radiales “Del Río al Dinosaurio” de Alejandro Raymond, escritor y poeta de San Marcos Sierra; Lucas Crisafulli; Rizoma, proyecto de cosmética y medicina natural; Pablo Alabarces; estudiantes; militantes de diversas organizaciones sociales; personas que se desempeñan en algún taller educativo o cultural; trabajadores y trabajadoras; integrantes de la Asamblea socioambiental de la ciudad; escritores y escritoras independientes; militantes feministas; integrantes del colectivo LGTBQ+; productores y proyectos autogestionados locales; feriantes; artistas y personas vinculadas al teatro de la localidad; dibujantes, ilustradores e ilustradoras; Movimiento Campesino de Córdoba; bandas musicales; organización “Historias desobedientes y con faltas de ortografía” (hijos y familiares de genocidas que militan por memoria, verdad y justicia); murga local estilo uruguayo “La Cuerda Que Falta”; representantes de la Coordinadora contra la Represión

Policial e Institucional (CORREPI); docentes de universidades públicas; militantes que se vinculan a cuestiones de derechos humanos, también en lo que respecta a la lucha ambiental; integrantes de la mesa por la Soberanía Alimentaria; Las Juanas en la Colectiva, organización feminista local; Martín Becerra especialista en políticas y en economía de la comunicación; vecinos y comunidad villamariense; proyectos vinculados a la Economía Social y Solidaria; Claudia Cesaroni, abogada y docente; personas vinculadas de alguna manera y que luchan frente a situaciones de abusos de derechos, abusos policiales, violencia institucional; militantes por la memoria, verdad y justicia; estudiantes y docentes de Escuela Granja Los Amigos (Villa María); Asamblea Mujeres en Movimiento; Asamblea abierta, interclaustró y multisectorial en Defensa de la Educación Pública; Colectivo de Mujeres de Justiniano Posse; Centro de Educación Popular para la Infancia y la Adolescencia (CEPIA).

V.7) El público

En cuanto al público, es pertinente mencionar que se trata de un “grupo social activo y que posee cierta autonomía, presenta algunas particularidades en cuanto a sus intereses, propósitos y experiencias” (Segura *et al.*, 2018, 10).

Los públicos se forman en función de intereses comunes, son audiencias más estables a través del tiempo y suelen responder de manera más activa a lo que les suministra el medio de comunicación elegido. En ese sentido, podemos decir que el público se constituye a partir de los propios medios y de lo que oferta a la audiencia; el público como audiencia es entonces una colectividad que presenta varios rasgos distintivos (...), interés en común sobre ciertos temas, son estables, pero no se conocen entre sí, tiene un grado limitado de interacción y no orientan sus acciones unos a los otros (...) el público-audiencia es considerado más activo en el sentido de que busca programas o productos mediáticos de su interés y se sabe parte de una comunidad aunque no tenga contacto físico con los otros integrantes. (Garay Cruz, 2006, p.7; citado en Segura *et al.*, 2018, p.10)

En este sentido y para el caso del público de La Ventolera se reconoce una apropiación de la comunidad cercana al proyecto. Al referir a la “cercanía” se hace énfasis en compañeras y compañeros militantes de distintas organizaciones y causas políticas, estudiantes y docentes, que comparten ideas significativas que se condicen con lo que representa La Ventolera como proyecto político. Asimismo, con sus intencionalidades políticas y de militancia, comparten con el medio las distintas visiones de mundo y críticas que se configuran. Además, y retomando lo planteado sobre las fuentes de información no se suman exclusivamente como receptores de los contenidos generados, sino que son partícipes de la construcción de la información, generando sus propios escritos y difundiendo experiencias desde sus perspectivas. Algunos ejemplos abordados por personas que siguen a La Ventolera son temáticas relacionadas a género, economía, política. Al mismo tiempo que ilustradores e ilustradoras aportan sus dibujos.

Capítulo VI: ¿Cómo se sostiene La Ventolera? ¿Qué estrategias de sostenibilidad desarrolla este proyecto?



En este apartado se trata de sistematizar la experiencia del caso en cuestión o, en otras palabras, organizar la recolección de datos. La intención es abordar de manera integral la diversidad de estrategias que despliega La Ventolera para darle continuidad a este proyecto político de comunicación alternativa.

En el capítulo III informamos la revisión realizada hasta aquí, de los antecedentes en relación a las posibles dimensiones a considerar para el análisis de la sostenibilidad de medios de comunicación sociales. En este capítulo el análisis de la sostenibilidad del caso La Ventolera se orienta mediante una adaptación de categorías e indicadores propuestos por el Equipo Pio- Conicet en su publicación *Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores* (2017). Tal adaptación supuso algunas modificaciones a esas categorías y la desestimación de algunos indicadores que no se correspondían con el medio en cuestión y sus implicancias.

En este capítulo, informamos el análisis del caso La Ventolera, respecto a la diversidad de estrategias que despliega para darle continuidad al proyecto político de comunicación alternativa que supone.

Enseguida se informa el análisis de la sostenibilidad del caso estudiado, teniendo en cuenta las siguientes dimensiones: económica, institucional, social y de producción.

VI.1) Dimensión económica

VI.1.A) Fuentes de ingreso

Publicidades

Algunos emprendimientos locales decidieron sumarse a apoyar este medio de comunicación publicitando sus productos, producciones o servicios. Actualmente se cuenta con una serie de publicidades, algunas abonan el monto de \$200 por tratarse de proyectos autogestionados que entienden lo que ofrecen desde las premisas de la Economía Social y Solidaria. Otros emprendimientos más desarrollados que cuentan con locales o infraestructura abonan la suma de \$250. Ambos montos poseen carácter mensual.

Los emprendimientos que son difundidos por La Ventolera son: Oh La La, local de ropa estilo vintage; Contrapunto, local de instrumentos musicales y distintos insumos vinculados al rubro; Rama Indumentaria, productor de diversas prendas, sobretodo remeras de bandas

musicales; Cocina Polar, área gastronómica del bar Polaroid House; Como Agua Para Chocolate, emprendimiento de pastelería de dos compañeras que se autogestionan; Pajaritas de papel, prendas de vestir; Rizoma, proyecto de cosmética natural; El garaje de Nené, local de ropa, calzados y más accesorios; Apulmón, editorial independiente local; Sami Piuke y Flor de Luna, emprendimientos de una compañera, el primer caso de objetos y accesorios, artesanías y el segundo caso libros, y distintos accesorios que ponen en tensión los consumos masivos. Las Juanas en la Colectiva y Caito, son dos casos particulares ya que se asemejan más a un tipo de suscripción, por no ser “emprendimientos” con algún fin de lucro, Caito es ilustrador local y Las Juanas son una organización feminista de la ciudad que participan de la Corriente Nacional La Colectiva.

Por último, se recibe también publicidad de la Universidad Nacional de Villa María, que abona \$1000 mensuales. A partir de esta articulación La Ventolera difunde algunas noticias pertenecientes a todos los Institutos o áreas de la UNVM, que consideramos pertinentes a nuestros objetivos e intencionalidades en la difusión.

Se mencionan en lo que sigue algunos emprendimientos que anteriormente publicitaban pero que, por distintas razones dejaron de hacerlo, como Slide Board local comercial de ropa; Rouse, showrom de prendas y accesorios; en el mismo rubro, Cálido indumentaria; Siempreviva gourmet, servicio de viandas vegetarianas; Coniquería, servicio de peluquería a domicilio. Un caso particular se trató de la productora audiovisual Suricata, quienes publicitaron de manera eventual para difundir e intentar recaudar fondos por un cortometraje que estaban intentando financiar y así llevarlo a cabo.

Venta de fanzines

Se realizó un fanzine que recopiló una serie de notas que abordan temáticas y también proyectos locales, sobretodo relacionados a la actividad cultural. Fueron impresos en una imprenta de la ciudad de Villa María y difundidos en ferias autogestivas que se llevan a cabo en el subnivel, Parque de la Vida. El monto a la venta era mínimo y sólo permitió recuperar el dinero invertido. (Ver anexo 1).

Venta de tazas

En dos oportunidades se difundió el proyecto a través de tazas que tenían grabados el logo y frases de artistas e intelectuales. Fueron realizadas por Sublime- objetos de diseño y también difundidas en la feria autogestiva y de manera personal a quienes encargaron particularmente. Se realizaron aproximadamente 70 tazas. Algunas de ellas se destinaron a personas que no se encuentran en Villa María. Las tazas fueron vendidas al precio de costo que fue \$135 y las personas pudieron tener la suya abonando ese monto. En algunas ocasiones quienes compraban decidieron abonar algo extra para aportar y colaborar con el proyecto. (Ver anexo 2).

Venta de calcomanías

Una de las integrantes del medio diseñó calcomanías con distintas frases (al igual que las tazas) para sumar a la difusión, estas son ofrecidas a colaboración para que cada persona pudiera obtenerlas aportando de manera voluntaria. También se distribuyen de forma gratuita. En términos generales se distribuyen de manera espontánea, pero también se dispusieron en las mesas de los Centros de estudiantes de la UNVM y en las ferias autogestivas y en las de Economía Social que se desarrollan en el Campus de la Universidad.

Otros

Como ya se mencionó, al resultar beneficiarias de una Beca para proyectos de Extensión de la UNVM, convocatoria 2016, se recibió el monto de \$8000, que fue utilizado para la impresión de dos ejemplares de La Ventolera en papel.

VI.1.B) Destino de los fondos

Creación de la página web

La primer gran inversión de este proyecto de comunicación desde que adquirió formato digital, fue justamente contactar a un programador web para poder tener una página propia. En este sentido, generamos un vínculo con un estudiante de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN), también en un intento de fomentar el trabajo de la comunidad estudiantil. Más allá de contar con el título formalmente, ponen en práctica sus conocimientos y se considera una buena iniciativa poder apoyarnos y dar prioridad a este tipo de relaciones a la hora de fomentar las trayectorias de trabajo en quienes son estudiantes. Por otra parte, la concreción de estos proyectos, como se anticipó, sirve a la formación a través de la práctica.

De esta manera, abonamos \$2000 para la creación de la página web en la plataforma wordpress. (Ver anexos 3).

Hosting y Holding

Se definió adquirir el dominio particular de la página web, es decir, se modificó la dirección laventoleravm.wordpress.com a laventoleravm.com.ar; así, logramos tener en la actualidad un dominio propio, que nos pertenece como medio de comunicación. Para esto fue necesario abonar \$270 por el dominio o holding y \$330 en el caso del hosting en agosto del 2017, luego de haber utilizado durante un tiempo el dominio del cual wordpress era titular. Habiendo cumplido un año desde que se abonó este monto, la plataforma digital solicita un nuevo pago, para seguir manteniendo esta página. Así, se requirió abonar \$ 270 por la renovación de la autoría y \$450 para el mantenimiento del dominio. Resulta pertinente explicar que, en el caso del dominio o holding, se trata del nombre propio, antes del .com.ar que se visualiza en los links de las páginas digitales. En cuanto al hosting es el servidor que guarda o conserva la página y lo vincula a un dominio específico. También se considera importante mencionar que se cuenta con el Copyright.

Publicidad en redes sociales

Este indicador refiere al pago de promociones en las redes sociales de algunas publicaciones de notas realizadas desde el medio de comunicación, principalmente a través de la fanpage de Facebook. Esta estrategia fue implementada con la intención de dar a conocer e ir instalando las producciones de La Ventolera en las redes sociales. Particularmente algunas notas y/o noticias que se consideró requerían una mayor difusión. También implicó un intento de que los contenidos alcancen a más cantidad de personas. Desde esta red social se permite fragmentar y delimitar a qué grupos de públicos se quiere llegar en cuanto a su ubicación geográfica, edad, género. Para la difusión de notas de La Ventolera, se optó principalmente por la posibilidad de alcanzar a un público general, que tenga entre 14 y 60 años y que se encuentre en Villa María y Villa Nueva y también en Córdoba. (Ver anexo 4).

Otros

Respecto a las inversiones iniciales para calcomanías, fanzines y tazas, al momento de vender estas producciones, se va saldando la cantidad de dinero que necesariamente se requiere para materializarlas.

VI.1.C) Obstáculos y facilitadores para obtener recursos

Obstáculos

Entre los principales impedimentos que se reconocieron en el trayecto del medio de comunicación, fue lo sucedido en la instancia en que se acabó el monto de dinero que la Beca para proyectos de extensión había otorgado. Allí, recorrimos muchos locales comerciales de la ciudad en busca de concretar la venta de publicidades, pero en su mayoría las respuestas eran que no querían vincularse con “un proyecto político”.

Por otro lado, la cantidad de dinero que se requería desde la Gráfica para imprimir 500 ejemplares (cantidad realizada en las dos oportunidades) resultaba inaccesible en relación a la cantidad de publicidades que se hubieran podido incluir en las carillas y formatos de las páginas que contenía la revista impresa. En otras palabras, para alcanzar el precio requerido para la impresión, hubiera sido necesario realizar una revista enteramente publicitaria. A esto se suma que los precios varían readecuándose al costo del dólar. Lo cual agrava la situación teniendo en cuenta el contexto político económico actual.

En este marco, otro indicador a tener en cuenta es que, debido a las mismas condiciones económicas que atraviesa el país y contando con las redes sociales y su alcance en la difusión, muchos emprendimientos comerciales realizan las publicidades de los servicios y/o productos que ofrecen a través de redes sociales propias.

Facilitadores

En la actualidad se percibe como un rasgo característico positivo, el hecho de que los emprendimientos que se suman a la difusión de sus productos o servicios desde La Ventolera se reconocen dentro de las premisas de la Economía Social y Solidaria. Así, comienza a

delimitarse esta línea de acción que fomenta y va consolidando una red de proyectos que se entienden y desarrollan desde el mismo paradigma que el medio de comunicación en cuestión.

VI.1.D) Equipamiento

En este indicador se enumeran los equipamientos, insumos con los que se cuenta para ejecutar el trabajo y además los programas de edición utilizados por el medio.

En relación a los equipamientos se utiliza: Cámaras T3i Canon y T6 Canon; dos celulares MotoG; una computadora marca Positivo BGH y otra marca HP; un micrófono Zoom H5; dos trípodes.

Respecto a los programas de edición se utilizan: Lighroom, Adobe Premier, Adobe Photoshop y grabadoras de voz para celulares.

VI.1.E) Toma de decisiones sobre la gestión económica

Todas las decisiones dentro de esta dimensión y para la administración del medio de comunicación se discuten y se concretan de manera integral por parte de las dos integrantes de La Ventolera, sin distinciones jerárquicas de ningún tipo.

VI.1.F) Tareas de gestión económica

Las tareas vinculadas a este apartado se reconocen en: La recaudación de las cuotas mensuales abonadas por quienes publicitan y se concreta tras la división equitativa de los proyectos entre las dos integrantes. Cada una se acerca a los locales y/o hogares recolectando el dinero. Se cuenta con un documento compartido en Google drive donde se va detallando cada ingreso o salida de dinero y el destino del mismo.

Por otra parte, el colaborador Damián Borgiani es quien realiza las facturaciones, en carácter de monotributista para lograr cobrar la publicidad que es promovida por la Universidad.

VI.1.G) Noción de la dimensión económica desde el medio

Este medio de comunicación se entiende desde la autogestión, por tal motivo las decisiones vinculadas al dinero que ingresa o se invierte se debaten de manera horizontal en cuanto al proceso que implica la decisión de alguna actividad o acción concreta. En este marco, las tareas que se necesitan para el funcionamiento del proyecto son ejecutadas distribuyendo la misma cantidad de horas de trabajo y libremente en relación a las intenciones, conocimientos, objetivos de cada una de las integrantes. Se aspira, desde cualquiera de los ámbitos de acción o implicancia del proyecto, a la autonomía. En esta dimensión en particular, nunca se pretendió contar con dinero del Municipio o entidad formal, con la intención de que ninguno de los contenidos sea condicionado por alguna institución. Así, referimos a la autonomía en cuanto a la posibilidad de decidir de quién se recibe dinero y de qué manera aprovecharlo o para qué acciones utilizarlo.

VI.2) Dimensión institucional

VI.2.A) Reconocimiento legal

La Ventolera no cuenta con algún tipo de licencia o formalidad de este estilo, pero se podría considerar en este punto a la autoría de la página y al hecho de ser dueñas del dominio explicado en la dimensión anterior.

VI.2.B) Fuerza de trabajo

Noción de trabajadoras

Desde este proyecto se entiende a cada trabajadora desde su autonomía para la acción y la generación de propuestas que puedan ir surgiendo en las coberturas cotidianas que se realizan.

Es decir, cada integrante puede, de manera independiente, proponer la cobertura de alguna noticia o nota en profundidad sobre alguna temática o problemática, teniendo en cuenta los criterios de agenda que se van definiendo desde el proyecto. Luego se somete a discusión, no con la intención de decidir si se concreta o no esa propuesta, sino para debatir la manera en que será abordada o trabajada.

Hubo algunas situaciones en las que se propuso algún tema y que, por desconocer el mejor procedimiento para tratarlo, se descartó la posibilidad de hacerlo. En este sentido, creemos que es importante ser responsables al tratar cierto tipo de información. Esta responsabilidad conlleva descartar temas cuando creemos que sin su debido tratamiento pueden dañar o perjudicar a otras personas.

División del trabajo

Como se anticipó, actualmente la totalidad de las tareas, es decir, lo que refiere a coberturas, contenidos, registro fotográfico, así como también lo que se considera vinculado a la gestión o administración del medio, son desarrolladas de manera equitativa por parte de las integrantes de La Ventolera. Se tienen en cuenta también los intereses de cada una por algún tema o nota en particular y así libremente cada integrante puede organizar la dedicación particular que requiere una cobertura noticiosa, realización audiovisual o investigación para construir ese contenido específicamente, adaptando sus tiempos y las otras actividades y trabajos que realiza cotidianamente.

Cantidad de trabajadores

Ya se mencionó que este medio de comunicación contaba con cinco integrantes. En la actualidad La Ventolera está compuesto por Victoria Batiston y Ailin Peirone, aunque muchas compañeras y compañeros colaboran de manera cercana y también se suman en la construcción de contenidos: Dianela Prudencio; Damián Borgiani; Lucía Saavedra, Ailin Del Campo, Victoria Hinojosa y Milagros Miranda, militantes feministas; Agustín Reano. Sus participaciones serán mencionadas con mayor especificidad en la dimensión social.

Asimismo, se articula con el Centro de Estudiantes de Ciencias Básicas y Aplicadas “Piedra Libre” para la generación de propuestas y actividades en conjunto.

Rangos etarios – género

Las dos integrantes del proyecto que se describe en el presente TFG son mujeres, sus edades son 24 y 27 años.

Cantidad de horas promedio de trabajo

No hay alguna estructura horaria establecida, también teniendo en cuenta que las lógicas del periodismo se rigen de alguna manera por el devenir de la realidad, y en tanto este medio no está sujeto particularmente a los criterios de instantaneidad.

En este marco, se emplean las horas de trabajo de manera irregular o ajustadas a las demás actividades diarias que realizan las integrantes. No obstante, estamos en condiciones de afirmar que se destina un mínimo de cuatro horas diarias a alguna actividad vinculada al medio de comunicación, aunque muchas veces se supera esta cantidad de horas.

Profesionalización de las trabajadoras

Las dos integrantes del equipo contamos con el título de Técnica Universitaria en Periodismo de la UNVM. Asimismo, están próximas a alcanzar el título de grado Licenciatura en Comunicación Social correspondiente a la misma institución. Ailin Peirone, por otra parte, ha realizado cursos de fotografía y de edición y cuenta también con esas acreditaciones. A su vez, trabaja como becaria en el espacio audiovisual de sociales (EAS) de la UNVM. Actualmente también las integrantes realizamos actividades de extensión universitaria y de investigación. Victoria Batiston está transitando el desarrollo de una investigación que está siendo articulada tras salir beneficiaria de la Beca EVC CIN. Por otra parte, formamos parte del Voluntariado universitario “Nuestra tierra, monte y agua” abordado entre estudiantes de todos los institutos de la UNVM y el Movimiento Campesino de Córdoba. En esta línea, también contamos con certificación vinculada a la cursada y aprobación de Seminarios que se dictaron en la UNVM en torno a las Ciencias Sociales y también a la temática ambiental.

Finalmente, hemos participado y presentado ponencias y publicaciones sobre las características de La Ventolera en diferentes eventos, que se mencionarán en detalle en la dimensión social.

Manera en que se sumaron al medio

Las dos personas que hoy llevamos a cabo el medio nos incorporamos desde su etapa fundacional, en otras palabras, también somos creadoras de este proyecto. Desde las intenciones iniciales, hasta los objetivos y la manera en que éstos fueron mutando y

transformándose en el tiempo, las dos integrantes hemos ido acompañando la trayectoria y siendo parte de cada uno de los cambios y experiencias que se han ido generando.

Rutinas de trabajo

Retomando lo mencionado, no hay alguna rutina específica que sea estipulada de manera obligatoria, sino que cada una de las integrantes organiza sus tiempos y actividades.

En términos generales, todos los días se leen las agendas de medios de comunicación sociales en un intento de, en primer lugar, enterarse de lo que sucede en otras localidades a través de construcciones noticiosas no hegemónicas; en segundo lugar, buscando la posibilidad de replicar alguna noticia que se considere necesaria, pertinente para difundir en el público-seguidor de La Ventolera.

En caso de pactar entrevistas o alguna nota periodística, se ajusta a los tiempos acordados entre quienes responderán a la entrevista y la periodista. En oportunidades en que se entrevista o se utiliza como fuente a personas que no se encuentran en Villa María o la zona, se recurre a la mensajería whatsapp para poder concretar la nota.

En el caso de manifestaciones o marchas, o algunas actividades pactadas que se desarrollan en el espacio público, la integrante que confirme su presencia realiza la cobertura, aunque por lo general asisten las dos personas y realizan una cobertura de tipo colaborativa. Asimismo, se revisan continuamente las redes sociales de otros medios de comunicación, organizaciones sociales y políticas, centros culturales y más actores y actrices sociales que difunden o construyen material que resulta pertinente al registro de La Ventolera, y se comparte a través de las redes sociales propias del medio. Es preciso comentar que existe un trabajo en profundidad y constante a través de las redes sociales.

VI.2.C) Vinculación del medio de comunicación con la comunidad

La manera de relacionarse con la comunidad en general se produce por el hecho de ser un canal de difusión de distintos contenidos e información, tanto de interés general como específica anclada en alguna problemática o situación social particular. En este último caso, se generan relaciones espontáneas a través del acercamiento a las personas, grupos, movimientos u organizaciones involucradas, intentando conocer e interpretar, para luego abordar en formato periodístico la difusión del tema, actividad o problemática. Complementariamente La Ventolera retoma actividades de la comunidad, que se generan en ella, para construir ese relato a través del medio. Este medio se genera en, por y para la comunidad, al servicio del derecho a la comunicación.

Por otra parte aquí también se reconoce el vínculo con César Agite, ilustrador de Bell Ville que es el autor del logo oficial de La Ventolera.

En lo que concierne al vínculo con alguna entidad que se reconozca como institución, sólo se encuentra la publicidad que se articula con la UNVM, específicamente de la Secretaría de Comunicación Institucional. No existe ningún otro vínculo institucional con el Estado, y en aquel caso que se puede considerar como tal por tratarse de una universidad pública.

Los vínculos con otras organizaciones sociales se detallarán en la dimensión siguiente, entendiendo que se trata de relaciones que se generan desde la participación activa de todas partes, en este caso las organizaciones y/o militantes de alguna causa y que son generadas de manera colectiva, sin jerarquías en la toma de decisiones. Asimismo, también se caracterizarán las redes de trabajo generadas.

VI.3) Dimensión social

VI.3.A) Vínculo con públicos

Público que participa

Mencionaremos quiénes escriben en este espacio de comunicación colectivo. Desde los comienzos se apostó a que, quien quiera difundir alguna idea o experiencias, pueda encontrar en La Ventolera el canal de comunicación para hacerlo.

De esta manera, han escrito notas las siguientes personas: Compañeras de Villa María que viajaron al 33° Encuentro Nacional de Mujeres realizado en Trelew en octubre de 2018; Manuel Lunari Foglizzo; Asamblea en Defensa de la Educación Pública; Sabrina Cabaña, sobre la judicialización de la política; Asambleas unidas “por una vida sin agrotóxicos”, documento de repudio a un evento que se llevó a cabo en Villa María; Clarisa Mathot y Valentín Alaniz vinculada a los derechos humanos y los significantes en disputa que se configuran en torno a los pañuelos de las abuelas de plaza de mayo y los pañuelos de la Campaña por el aborto legal seguro y gratuito; Lucía Saavedra, Ailin Del Campo, Victoria Hinojosa y Milagros Miranda, quienes escribieron en varias oportunidades sobre temas vinculados a la lucha feminista; Noelia Mansilla, realizó una entrevista a una persona que fue la segunda menor en concretar su derecho a la identidad de género de Villa María y Villa Nueva; Mauro Guzmán, quien publicó su cuento “Dragones”; Agustín Reano que realizó una nota de análisis en relación al acercamiento del gobierno municipal con Israel; Pablo Delgado, estudiante de Ciencias Políticas que escribió una nota que crítica cuestiones vinculadas al gobierno de Mauricio Macri; Luis Medina, docente universitario de Rafaela (Santa Fe) quien escribió sobre temas vinculados a la época de la dictadura; María José Leno, quien redactó una nota sobre identidad de género en la infancia. Una participación que generó sorpresa en las integrantes de La Ventolera es la de Amparo Ordóñez quien se contactó mencionando que era de Santa Fe y que veía en el espacio una oportunidad genuina para “sacar a la luz” dos de sus cuentos, que también fueron publicados.

Público general

Entre los lectores y lectoras se intenta llegar a grupos de personas que viven en barrios populares de la ciudad de Villa María; voluntariados, proyectos de investigación y extensión de la UNVM; estudiantes de UNVM y comunidad universitaria general; personas cercanas a los entes municipales, vecinales, barriales; otros medios de comunicación de la ciudad; proyectos vinculados a la educación; organizaciones sociales y políticas; gremios de la comunidad

trabajadora y partidos políticos; comunidad villamariense en general y también a la región. Aquí también es necesario mencionar que, desde la página web y al abordar también temáticas nacionales o de otras provincias, se amplía la llegada a públicos que no se encuentran geográficamente en Villa María y la zona; el formato y sus contenidos permite ampliar las fronteras en las que se difunden los mensajes o contenidos noticiosos o informativos de este medio.

VI.3.B) Vínculo con organizaciones- grupos organizados

En relación a lo que puede denominarse vínculo orgánico, La Ventolera no forma parte de ningún proyecto macro, o para mencionarlo de otra manera, no pertenece a ninguna organización a nivel local, regional o nacional.

Desde este proyecto de comunicación interesa visibilizar también en base a este indicador, las experiencias de participación activa de La Ventolera, en que se articula de manera permanente con otras organizaciones y también con grupos militantes de diversas luchas.

Es decir, al vincularse con estos grupos organizados, este proyecto de construcción colectiva refuerza sus intenciones de participación comunitaria y la perspectiva política que orienta o posiciona este medio de comunicación, promoviendo la articulación o constitución de redes con otros proyectos a los que considera, es necesario aportar e intercambiar conocimientos y experiencias.

Enseguida se mencionan algunas de estas articulaciones.

Movimiento Campesino de Córdoba

Participamos del proyecto de voluntariado universitario “Nuestra tierra, monte y agua”, en conjunto con estudiantes y una docente de la Universidad Nacional de Villa María y compañeros y compañeras del Movimiento Campesino de Córdoba. Realizamos dos viajes al noroeste de la provincia, el trabajo estuvo organizado en comisiones (participamos de la comisión comunicación), intercambiamos conocimientos, debates y opiniones.

En una primera instancia, estudiantes de carreras del Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Básicas y Aplicadas realizaron observaciones y se tomaron muestras de agua que posteriormente fueron analizadas. Por otra parte, se probó un sistema de bombeo solar como herramienta de tecnología apropiada para la comunidad campesina que necesita trasladar el agua del punto de extracción al de consumo. Así, realizamos un registro audiovisual que intenta sintetizar lo que fue esta experiencia de construcción colectiva y también tomamos fotografías con las intenciones de poder exponerlas en un futuro.

En un segundo viaje, se puso en común toda la experiencia y se generaron propuestas con el objetivo de optimizar el acceso al agua y su calidad. También compartimos en este

encuentro el audiovisual y la muestra fotográfica, recursos que, a través de las imágenes, muestran lo compartido en este proyecto.

Es preciso resaltar que se logró realizar todo este trabajo, anclado en los territorios y las problemáticas puntuales de la comunidad campesina, a través del programa de Voluntariados “Compromiso Social Universitario”, dependiente del actual Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología.

Tanto la producción audiovisual como las fotografías fueron cargadas a la página oficial de La Ventolera y también difundidas a través de las redes sociales del medio.

Movimiento de mujeres

Se participó en los comienzos del año 2018, en la organización de la marcha por el día internacional de la mujer que se conmemora el día 8 de marzo. De esta manera, integramos la comisión de comunicación que organizó la administración y la difusión en las redes sociales de la Asamblea Mujeres en Movimiento Villa María y Villa Nueva. Otra tarea de esta comisión fue el armado de distintos escritos según la intención del mensaje.

Además de la instancia de organización de la Marcha del 8M, se participó de la dinámica asamblearia, las discusiones y planes de acción llevados a cabo en ese momento, con intenciones de visibilizar la lucha feminista y las distintas violencias y opresiones del sistema patriarcal.

En este marco se realizó un audiovisual que sintetiza lo sucedido el día de la marcha en la ciudad de Villa María y también se tomaron fotografías. Este contenido se encuentra disponible en la página y redes sociales oficiales del medio de comunicación en cuestión.

Feria autogestiva

Se participó de esta propuesta que se realiza en el subnivel (en el Parque de la Vida, ubicado en el barrio centro de Villa María) y es organizada íntegramente por sus feriantes. La manera de participar fue, en algunas oportunidades, acercándonos a compartir la tarde y tomar fotografías de lo que sucede en el encuentro. Asimismo, se toman fotografías particularmente a quienes hacen aportes a través de publicidades en La Ventolera, a modo de intercambio por sumarse a la sostenibilidad, a través de la de financiación de este proyecto.

Por otra parte, realizamos una entrevista con una de las fundadoras de la feria, para sumar a la difusión de los objetivos y propósitos que se consolidan tras esta iniciativa en la ciudad.

También se participó de algunas de estas ferias con calcomanías y fanzines de La Ventolera, que fueron vendidos a colaboración, pensando que el espacio de una feria que reúne a iniciativas autogestionadas de la ciudad es un lugar propicio para difundir este medio de comunicación, entendiendo que las demás propuestas que allí se encuentran, comparten las premisas de la autogestión y la economía social y solidaria.

Se participó de la misma manera en la Feria de Economía Social de la UNVM, espacio que comparte las mismas ideas y también es abierto en cuanto a las posibilidades de involucrarse.

Red Nacional de Medios Alternativos

En el 2018 se participó por primera vez de lo que fue el 15° Encuentro de la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), que se realizó en San Fernando del Valle de Catamarca los días 17, 18 y 19 de agosto.

De esta instancia, participaron medios de comunicación que se consideran sociales y que se encuentran ubicados en distintas partes del país, también participaron medios de países vecinos como Uruguay. Estas jornadas reunieron a periodistas, a quienes realizan alguna tarea vinculada a la comunicación, a docentes, estudiantes y a la comunidad general, para debatir sobre temáticas ancladas en la perspectiva del derecho a la comunicación.

Así, se realizaron paneles y mesas de debates, talleres de intercambios y formación, al mismo tiempo que se compartieron festivales y actividades culturales, ferias de libros, calcomanías, fanzines.

Las principales líneas de discusión fueron el cooperativismo en proyectos comunicacionales; software libre para usos libres; fotoperiodismo; geopolítica de la resistencia; educación sexual integral y comunicación con perspectiva de género; periodismo económico; medios campesinos, indígenas y ubicados en territorios de conflicto y la forma de resistir desde los territorios; análisis de medios y construcciones periodísticas gráficas; coberturas callejeras y en manifestaciones sociales y marchas; políticas públicas en materia de comunicación, cambios y perspectivas actuales; criminalización a periodistas y vaciamiento de proyectos culturales; aborto legal seguro y gratuito y su cobertura mediática.

Participamos de la asamblea de mujeres, tortas y diversidad donde se debatió nuestro rol y qué hacer en las coberturas de eventos o encuentros feministas. Por otra parte, se tomaron fotografías que fueron difundidas por los canales oficiales de La Ventolera y se realizó una entrevista a Marta Ramallo, madre de Johana que se encuentra desaparecida, este material resultó un aporte para la RNMA y fue compartido a través de un drive colaborativo.

Asamblea abierta, interclaustró y multisectorial

Debido a una serie de decisiones políticas del gobierno de Cambiemos, la educación pública y universitaria se encontró durante el año 2018 sumamente afectada y con restricciones en su normal funcionamiento. En este marco, se realizaron múltiples asambleas abiertas, en primer lugar organizadas desde la UNVM. Allí, una de las primeras medidas de fuerza realizadas fue la toma de la institución; para visibilizar de alguna manera el conflicto y sumarse de esta forma al resto de universidades públicas que adoptaron esta medida en el país, en contexto de vaciamiento, desfinanciamiento y saqueo a las premisas de la educación pública, gratuita, laica y de calidad.

Así, se participó una vez más, de la comisión de comunicación, encargada de generar documentos y todo tipo de contenidos, administrar redes sociales, articular con otras

asambleas universitarias, sistematizar lo surgido en reuniones y asambleas, realizar registros fotográficos y audiovisuales, entablar vínculos con los medios de comunicación.

Principalmente en esta instancia ocurrió algo importante y fue la posibilidad, tras la propuesta de un compañero, de que sea La Ventolera el medio oficial que cubrió todo este proceso de lucha. Así, fue (y lo sigue siendo en la actualidad) el medio que difundió cada comunicado, fotografía, flyers, producciones audiovisuales. La Asamblea resolvió esta oportunidad, por considerar que era el único medio que estaba compartiendo y sumándose de manera íntegra a esta lucha y sus objetivos, y por ser encarado por estudiantes. Así, más compañeras y compañeros tuvieron acceso a la administración de las redes sociales de La Ventolera, pudiendo realizar una cobertura colaborativa y realmente participativa, anclada en las construcciones de la comunidad estudiantil y sus perspectivas y acciones. Todos los materiales están disponibles en los canales de difusión oficiales de La Ventolera.

La Visera

La Ventolera se suma a participar de La Visera, Colectivo que se organiza contra la represión policial y los distintos tipos de violencia institucional. Se conformó aproximadamente en septiembre de 2018, con las intenciones puntuales de organizar la marcha de la gorra en la localidad de Villa María, pero con el objetivo firme de que las acciones no se acaben sólo en esta instancia, sino que se prolonguen en el tiempo y también organizando y planificando la concreción de una serie de actividades que den paso a la marcha.

De este colectivo participan distintas organizaciones sociales de la ciudad, muchas de ellas vienen realizando trabajos territoriales desde hace muchos años en distintos barrios de la ciudad. La Ventolera participa de la comisión de comunicación, en la redacción de comunicados y difusión en redes sociales. También se cubren los encuentros organizados por este Colectivo a través de imágenes y también de notas periodísticas que son cargadas en la página web oficial del medio.

Casita Popular Eduardo Requena

Hacia fines de 2017 y durante el primer semestre de este año (2018) participamos de un taller de fotoperiodismo en este espacio que responde al Frente político Patria Grande. De manera conjunta con niñas y niños realizamos distintas actividades entendiéndonos como protagonistas en la creación de las imágenes y fomentando la idea de que, a través de ellas, podemos comunicar un fragmento de la realidad que nos interese y darle el enfoque que queramos, es decir, hacerlo desde nuestro punto de vista.

VI.3.C) Otras participaciones y articulaciones

Por mencionar algunas experiencias y vinculaciones más, que completan y se suman a esta dimensión social, resulta interesante mencionar las participaciones en alguna actividad académica o universitaria, donde también se comenzaron a visibilizar y poner en debate los ejes de este TFG, y, por ende, las áreas de incumbencia y de trabajo del medio de comunicación social abordado.

Así, se participó con ponencias y exposiciones en las VI Jornadas Regionales de Trabajo Social “Transformaciones en el actual contexto argentino y latinoamericano: impacto en las condiciones de igualdad y desigualdad social”, desarrolladas en el Campus de la UNVM los días 1 y 2 de septiembre de 2017. Esta publicación se encuentra disponible en http://catalogo.unvm.edu.ar/index.php?lvl=notice_display&id=34336 . La ponencia presentada se titula “La Ventolera: un proyecto de comunicación popular en Villa María”.

También realizamos la ponencia “Desafíos de la comunicación popular: El caso de La Ventolera en Villa María”, presentada en las XXI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, titulada “La comunicación en la producción del conocimiento, como objeto de políticas públicas y políticas universitarias, en contextos de desinversión”. Estuvieron organizadas por la Red Nacional de Investigadores en comunicación y fueron desarrolladas los días 5, 6 y 7 de octubre de 2017 en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Juan. Esta ponencia se encuentra disponible en <http://redcomunicacion.org/deafios-de-la-comunicacion-popularel-caso-de-la-ventolera-en-villa-maria/> .

Es preciso indicar que estas dos ponencias se ven identificadas en su abordaje, con lo que fue la primer instancia de construcción de La Ventolera, más vinculada a la difusión de material referido a los barrios de la ciudad en donde además, el medio de comunicación en cuestión abordaba sus contenidos desde la producción gráfica.

Durante el año 2018 participamos de las Segundas Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de Villa María, donde se planteó la problematización y desnaturalización de la realidad desde una mirada sociológica; se desarrollaron en la localidad los días 16 y 17 de agosto. La ponencia presentada se tituló: “Resistiendo desde lo digital- La comunicación alternativa en Villa María”. Actualmente se encuentra tramitando su publicación digital.

También difundimos el caso de La Ventolera y particularmente un avance del presente TFG, en el XX Congreso de REDCOM y Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM, titulado “Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales”, realizado los días 3, 4 y 5 de octubre en el Campus de la UNVM. Se participó con la ponencia denominada “La Ventolera: proyecto digital de resistencia colectiva”, actualmente también se encuentra en trámites de publicación.

Participamos del 1° Encuentro Red y Observatorio Estudios de educación superior en el Mercosur, donde relatamos la experiencia de la creación y conformación de La Ventolera y los trabajos que se vienen llevando a cabo. Se realizó en la ciudad de Puerto San Julián, Santa Cruz, los días 15 y 16 de octubre en la Universidad Nacional de la Patagonia Austral (UNPA).

Estas últimas tres instancias de participación intentaron comentar las transformaciones que marcan la trayectoria de este medio de comunicación local y también visibilizar la segunda parte de la construcción periodística, anclada en la comunicación digital.

VI.4) Dimensión de producción

VI.4.A) Público al que se dirige o busca

En relación al alcance territorial del medio, puede ampliarse al contar con una página web. Sobre todo, teniendo en cuenta que los contenidos, si bien en su mayor parte responden a situaciones que se dan en la localidad y sus proximidades, también abordan temáticas de distintas referencias geográficas tanto nacionales, como de otras provincias.

Por otra parte, debido a las vinculaciones también con personas que no residen en el país, en algunas oportunidades se retoman contenidos o informaciones referidas a algún lugar de América Latina y así el público se diversifica.

Un indicador trascendental para tener en cuenta en relación a este eje de indagación es la idea de que, los contenidos y la manera de comunicar de La Ventolera, pretende de alguna forma interpelar a compañeras y compañeros que se encuentran en la militancia en relación a alguna causa puntual, o bien, que militan en alguna organización, ya sea barrial- territorial o, en informaciones particulares, que responden a alguna corriente política nacional.

En lo que refiere a las edades del público al que se pretende alcanzar, varían entre los 17 a los 55 años. No existen preferencias en cuanto al género de éstos, pero sí es importante resaltar que se intenta interpelar a la diversidad de identidades de género en las que cada persona se autopercebe o autoidentifica. Por otra parte, por tener una sección específicamente vinculada a la lucha feminista, se aprecia una participación fuerte de los feminismos en la interacción de los contenidos.

En caso de tener que mencionar o definir alguna identidad particular a la que se pretende alcanzar por parte de este proyecto de comunicación, se considera que no hay algún perfil definido, sino que se intenta a través de cierta pedagogía, no construir mensajes que puedan herir la subjetividad de las personas. De cualquier manera, La Ventolera sienta una postura de militancia por algunos temas particulares, que hace que, algunas personas de la comunidad identificadas en las causas y problemáticas sociales que se abordan, quienes comparten en gran medida el contenido generado, se vean identificadas con este proyecto político de comunicación e incluso proponen coberturas, situaciones y/o conflictos que requieren un registro periodístico de este medio.

VI.4.B) Percepción del público real

Se puede visibilizar el alcance y la diversidad de los públicos a los que llega el contenido de La Ventolera a través de las estadísticas de las redes sociales, en este caso se decide enfatizar en las réplicas desde Facebook e Instagram, por ser las que poseen más repercusión en el momento de la difusión y el intercambio con los públicos.

Las seguidoras y seguidores de Facebook de La Ventolera se encuentran en distintos países, principalmente en Argentina, en segundo lugar, Colombia y luego Mexico. En nuestro país, quienes siguen la fanpage se localizan en primera medida en Villa María. Le continúa Córdoba Capital, Villa Nueva y también Buenos Aires. (Ver anexo 5). En total son 1968 personas las que dieron “me gusta” a la página y 1989 quienes la siguen (Ver anexo 6).

Siguiendo las referencias de dicha red social, se visualiza que el 67 % son mujeres, en mayor medida se ubican en el rango etario entre 25 y 34 años. La misma edad se repite en el caso de los hombres, quienes representan el 32 % de los seguidores. (Ver anexo 7).

Para realizar una breve comparación, mencionaremos que, en el caso de Instagram, también son más las seguidoras mujeres que los hombres, representando éstas un total del 64 % (Ver anexo 8). Al igual que lo que ocurre en Facebook, la edad de quienes siguen el perfil del medio es, en mayor medida, entre 25 y 34 años (Ver anexo 9). El total de personas que siguen La Ventolera en esta red social es de 4351 Las localizaciones geográficas de las personas seguidoras son Villa María, Córdoba Capital y Buenos Aires. También se perciben seguidores que se encuentran en la ciudad de Rafaela, Santa Fe (Ver anexo 10).

Desde Instagram se observa también la cantidad de cuentas a las que alcanzó el contenido, por ejemplificar un período, desde el 2 al 8 de noviembre, los contenidos alcanzaron 2484 cuentas. Por otra parte, en el mismo segmento temporal, ocurrieron un total de 353 interacciones con el perfil de La Ventolera (Ver anexo 11).

En cuanto al formato audiovisual en particular y a modo de ejemplo, se incluyen en los anexos de este TFG algunas capturas de pantallas que demuestran las visualizaciones que han alcanzado los distintos videos, producciones realizadas por el medio en cuestión. Un dato a resaltar es que el canal oficial de youtube cuenta con 61 suscriptores, lo cual demuestra que muchas personas acceden a este contenido a través de las réplicas en redes sociales, esto se observa al contrastar las publicaciones en las redes sociales, donde estos videos poseen más “me gustas” y “compartidos” que las acciones que se realizan directamente desde el canal de youtube.

Así, los audiovisuales han tenido las siguientes visualizaciones: en primer lugar, el audiovisual que corresponde a la 6ta marcha de la gorra en Villa María que cuenta con 681 visualizaciones; en segundo lugar “El montecito Resiste” producción colectiva realizada por estudiantes de Comunicación Social (615 visualizaciones); luego se encuentra el material realizado en la marcha del 8M paro internacional de mujeres que cuenta con 575 visualizaciones. Para observar las distintas repercusiones relacionadas a otros videos realizados se agregan imágenes en los anexos (Ver anexo 12).

Aquí es preciso mencionar que, teniendo en cuenta que en los inicios se imprimieron 500 ejemplares en dos oportunidades, resulta un dato significativo superar en cantidad la difusión de diversas notas y materiales abordados en los distintos formatos digitales: página web y redes sociales. Es decir, actualmente se logró ampliar el alcance de los contenidos que se proponen desde este proyecto de comunicación alternativo.

VI.4.C) Estrategias para comunicar

Para definir y describir los criterios de agenda se tienen en cuenta temáticas sociales que van reestructurando los contenidos y organizándolos según las denominadas secciones de la página web. En este sentido, un disparador, por mencionarlo de alguna manera, que engloba

los temas tratados es la vulneración de los derechos humanos, las desigualdades sociales y la revalorización de la cultura local.

En este marco, se abordan cuestiones vinculadas a la represión policial, violencia de cualquier tipo, construcciones que empoderan a sectores populares, cultura popular, lucha feminista, las distintas ramas del arte y su manera de irrupción social, historias de personajes locales, talleres barriales o anclados en sus territorios, lucha campesina, derecho a la comunicación y a la información, educación pública, militancia por memoria, verdad y justicia. Esto cubre, en términos generales, las intencionalidades de La Ventolera, y de allí se desencadenan algunas coberturas específicas que se enmarcan en estas temáticas.

Los criterios de calidad de contenidos que se tienen en cuenta a la hora de comunicar e informar, en primer lugar, es el chequeo de las fuentes de información. Se considera trascendental enunciar de forma precisa de dónde sale esa información, quién dijo lo que se está comunicando, quién tomó una fotografía que se usa para ilustrar una nota o quién realizó el dibujo que fue incluido en relación a alguna temática. En este sentido, es requisito necesario y fundamental la consulta antes de utilizar algún recurso periodístico que no pertenece al medio o que no fue generado por alguna de sus integrantes.

Otro dato sobre el que vale la pena volver a insistir es que para este medio la instantaneidad no es prioridad. Lo que resulta prioritario es el tratamiento de la información de una manera crítica. De esta forma, cuando ocurre alguna situación, conflicto o evento particular que se percibe requiere tratamiento periodístico, se opta por conocer detalladamente de qué se trata e indagar quienes podrían ser las fuentes de información más certeras a las cuales recurrir. Es decir, se prioriza la calidad sobre la instantaneidad.

Lo que se identifica como criterios de estética se puede considerar que responden a la posibilidad de visibilizar el logo de La Ventolera en las distintas producciones que se realizan. Así, en cada nota que se utiliza una foto que pertenece a las integrantes del medio, se coloca la marca de agua correspondiente (Ver anexos 13). En el caso de los audiovisuales, también se incluye a modo de cierre el logo que identifica al medio. (Ver anexo 14).

En términos generales se presta mucha atención a la calidad de las imágenes que se comparten, ya sea en los formatos jpg o png, en el caso de las fotografías o ilustraciones, collage, dibujos. Asimismo, se busca optimizar las distintas técnicas para la realización fotográfica y audiovisual con el objetivo de mantener y fomentar la identidad del medio en este sentido.

En lo que refiere a la estructura de la página web, se construye a modo de cuadrícula y en primer lugar se puede visibilizar el logo, a lo que siguen los diversos apartados que ordenan la presentación de la web entre: inicio/ ¿Quiénes somos? / Noticias (de aquí se desprenden a modo de botones todas las secciones) / Ediciones impresas (donde se puede acceder a las versiones iniciales de los ejemplares de La Ventolera a través del formato pdf) / Sé parte de este proyecto (aquí se agrega la posibilidad de enviar mensajes con la inquietud o intención que cada persona atraviese). Es importante mencionar que la estética de la página se articula en relación a la combinación de los colores con los que cuenta el logo oficial.

En otro orden, en el caso puntual de la difusión de las publicidades de este medio, fueron incorporados los logos en la página web oficial; a su vez, se implementó, a través de la herramienta de la red social Instagram, que son las historias, la difusión de las publicaciones recientes de cada proyecto que publicita. Es decir, se comparten esas publicaciones (imágenes) y se agregan los enlaces de cada proyecto particular para que, quienes vean las historias (generalmente oscilan entre las 500 y 800 vistas) puedan ingresar directamente al perfil del proyecto que más le interese. Aquí, además, se diseñó una imagen para comenzar y cerrar las historias que refieren a la publicidad, en un intento de advertir y determinar que ese es el espacio publicitario (Ver anexos 15).

A su vez, para la construcción de las noticias nos parece pertinente y necesario utilizar el lenguaje inclusivo. De esta forma incluimos en nuestras producciones a toda la comunidad dejando de lado los estereotipos y disposiciones binarias de la lengua.

VI.4.D) Lógicas de producción

En este apartado se considera importante relatar que, en términos generales, la manera de acceder a la información es a través de entrevistas que, en su mayor parte, adquieren el carácter de ser semiestructuradas. En este sentido, se proponen algunas preguntas que funcionen como disparadores en el momento de la charla, dejando abierta la posibilidad de que en ese mismo diálogo se generen nuevas indagaciones que enriquezcan la construcción del mensaje.

Así, se pactan los encuentros para las entrevistas, generalmente una de las integrantes aborda una nota específica, mientras la otra se encarga de relevar en otros portales y medios de comunicación sociales alguna noticia que se ajusta a los criterios de agenda de La Ventolera y así es replicada en la página web oficial de este medio. En términos generales es posible concluir este apartado afirmando que, un 35 % de los contenidos del medio son producidos por otros medios y difundidos en la página web oficial y también en todas las redes sociales.

Se busca la construcción de un relato que diversifique las voces, opiniones y experiencias a las que se puede acceder ingresando a los canales de difusión de información de La Ventolera. A su vez, es importante destacar que las noticias replicadas son abordadas por otros medios alternativos en un intento de generar la visibilización de este tipo de información y de medios con las mismas lógicas de producción que La Ventolera.

En cuanto al momento del día que se difunden las notas y/o noticias, el horario central o de mayor alcance en la difusión de las redes sociales es a las 21hs, por lo tanto, si se quiere comunicar algo que cuenta con cierto grado de relevancia o particularidad, se destina ese horario a esa noticia particular. En un intento de sostener metas y objetivos posibles en cuanto a la cantidad de notas que se realizan, se determinaron como mínimo dos producciones noticiosas propias por semana, siempre pudiendo ser ampliada esta cantidad.

Para resaltar una producción, en una situación particular se logró la articulación con la comunidad estudiantil para un abordaje colaborativo o conjunto. Se trata del audiovisual que recopila o intenta resumir lo que fue la experiencia de la Toma de la UNVM. Así, todo el proceso fue compartido; tanto el registro, como la edición del material producido. En los mismos términos, durante el plan de lucha, una diversidad de estudiantes contó con las contraseñas de las redes sociales de La Ventolera, para, de alguna manera, dividir las tareas y lograr una comunicación activa y proactiva ya que, como se dijo, este fue el medio oficial que continuamente informaba lo que estaba sucediendo y las acciones y determinaciones que se tomaban en la Asamblea permanente en defensa de la educación pública.

Las integrantes de este medio también realizamos en conjunto con las compañeras estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social, Lucía Ceresole, María O'Dwyer y Antonella Artico, un audiovisual que se llamó "El Montecito Resiste". Esta producción conjunta fue subido al canal de youtube de La Ventolera y también difundido como nota periodística a través de la web y las diversas redes sociales de este medio.

Respecto a las réplicas de notas de otros medios que realiza La Ventolera, se trata de dos notas semanales. Esto configura la posibilidad de intercambiar información con otros medios sociales que se rigen bajo lógicas similares a este medio, retomándolos como fuentes de información. Además, permite generar redes entre medios sociales que comparten la perspectiva del derecho a la comunicación y así abordar contenidos que apuntan a visibilizar proyectos de construcción colectiva y participativos.

En este sentido, hemos replicado hasta el momento, contenidos de La Tinta; Cosecha Roja; El Cohete a la Luna; Tiempo Argentino; La Garganta Poderosa; Notas Periodismo Popular; Economía Femini(s)ta; Derrocando a Roca; RedEco Alternativo; Nodal; Las 12 (Página12); Página 12; La Izquierda Diario; La Retaguardia; Socompa; Feminacida; RevistaPPV (periodismo por venir).

VI.4.E) Modo de transmisión

La manera en que los contenidos de La Ventolera llegan a las personas es, en primer lugar, por su carga a la página web del medio. Desde allí, los links se copian y replican en todas las redes sociales: Twitter; Instagram; Facebook; Telegram.

Un recurso muy utilizado es la divulgación a través de las historias de Instagram, donde se comunica cada nota nueva que se realiza. Un dato interesante, además, es que esta red social es la que más seguidores reúne en relación al medio y donde más se interactúa, teniendo en cuenta que también se desarrollan sorteos de distintas actividades culturales locales y que allí las personas pueden participar.

Capítulo VII: ¿Qué otros ejemplos de casos existen en relación a medios alternativos y digitales? ¿Qué estrategias de sostenibilidad se pueden identificar en ellos?





En este capítulo se describirán tres casos de medios de comunicación sociales que seleccionamos porque son digitales y alternativos, esto es, comparten con el caso central de este TFG algunas lógicas o estrategias comunicacionales descritas en el capítulo anterior.

Los tres casos sobre los que se informa son La Tinta, Cosecha Roja y Socompa. La breve descripción para cada caso se focaliza en sus orígenes, sus proyectos políticos comunicacionales, sus equipos, sus contenidos, su estética y su organización en secciones, sus públicos y sus financiamientos. La información se extrajo de las páginas web y redes sociales de cada uno de estos medios.

Para finalizar, se proponen algunas semejanzas y diferencias de estos medios con el caso de La Ventolera.

VII.1) La Tinta

En primer lugar, mencionaremos el caso de **La Tinta**, medio de Córdoba capital que en la descripción de su Fanpage de Facebook se denomina de la siguiente manera: “Medio de comunicación cooperativo con información y noticias de Córdoba, Argentina y el mundo. Periodismo social desde los medios alternativos”. Allí también se advierte que el lanzamiento de este medio fue el 1 de agosto de 2016, lo cual se confirma en la publicación de Instagram que realizaron en esa fecha durante este año donde celebran los dos años de vida “y lucha” de este proyecto. En esta publicación piden, a modo de deseos por el cumpleaños por: Aborto legal, seguro y gratuito; Justicia por Santiago Maldonado; y que las personas se asocien para “seguir construyendo un medio autogestivo”. Estas premisas se señalan aquí también por entender que pueden ser causas que motivan y le otorgan sentido a este proyecto

comunicacional. Por otra parte, a modo de firma en algunas editoriales se autodenominan “Colectivo La Tinta”.

Las secciones que organizan las temáticas que La Tinta aborda entre sus contenidos son¹²: *Córdoba*: noticias, notas de opinión y artículos informativos sobre la realidad cordobesa; *Comunidad*: información desde y para las comunidades. Organizaciones, pueblos originarios, bienes comunes y territorio; *Nacionales*: notas, análisis e información sobre la realidad económica, política y social de Argentina; *Tercer Mundo*: noticias, artículos de opinión e informes sobre acontecimientos internacionales; *Opinión*: artículos de análisis, opinión y lecturas para pensar las realidades locales, regionales, nacionales e internacionales; *Gilda*: suplemento de cultura; *La 10*: suplemento de deportes; *Géneros*: sección vinculada a la temática que le otorga el nombre y a feminismos; *Fotografía*: sección que enfatiza en las imágenes que se utilizan para ilustrar alguna nota con distintas intencionalidades; *Tinta China*: sección de humor gráfico. Viñetas para disputar la política desde la estética; *Dueña*, donde se explica la manera en que se puede colaborar con este proyecto.

Los canales de difusión con los que cuenta este medio son: perfiles en redes sociales como Twitter, Facebook, Telegram, Instagram. A esto se suma la página web y el canal de mensajería donde se pueden enviar mails. A todos ellos se puede acceder a través de hipervínculos desde la página oficial.

Para mencionar algunos indicadores similares a los abordados en el caso de La Ventolera, se destacan algunas cuestiones vinculadas al público que “sigue” a este medio, puntualmente en relación a las redes sociales Facebook e Instagram, por ser a las que se prestó atención en el caso que es objeto de estudio del presente trabajo final de grado.

Así, en el caso del usuario de Instagram @latintacba cuenta con un total de 13.1k de personas que siguen lo que allí se difunde (Ver anexo 16); en el caso de Facebook 90.890 personas le dieron “me gusta” a su página mientras que 92.487 son quienes “siguen” la Fanpage (Ver anexo 17).

En términos identitarios y de recursos gráficos, una característica particular de este medio es la configuración de algunos colores y tonos definidos a los que se recurre en todas sus producciones, tanto en sus publicaciones como en lo que refiere a la página web oficial. Los colores que siempre utilizan son el rosa y en algunas oportunidades en los flyers y en algunos detalles de la página, el azul; asimismo, las fotografías siempre son en blanco y negro, o bien dentro de las tonalidades de estos colores. (Ver anexos 18) En cuanto a las fotografías, las que se utilizan para ilustrar las notas propias del medio pertenecen al Colectivo Manifiesto que integra al mismo tiempo a La Tinta. Esta información fue obtenida en la participación durante el año pasado (2017) en una Jornada denominada “Política, subjetividad y prácticas culturales” en la Sede de Córdoba de la UNVM, donde dos integrantes del medio contaron la experiencia.

¹² En los casos de las siguientes secciones, las definiciones fueron extraídas de manera literal de la página web del medio de comunicación abordado: Córdoba; Comunidad; Nacionales; Tercer Mundo; Opinión; Gilda; La 10; Tinta China. Las descripciones restantes devienen de la interpretación de lo que propone cada sección.

Por referir también a un rasgo que los identifica como medio de comunicación, la frase que acompaña el nombre de este medio es “Periodismo hasta mancharse”, asimismo algunas imágenes producidas desde este proyecto acompañan alguna frase con manchas de tinta. Esto puede interpretarse como una manera de realizar un juego de palabras en donde se presente la idea de ejercer las tareas, roles del periodismo de manera comprometida, “hasta mancharse”, *dando todo o hasta el final* por generar una información de calidad. Esto puede entenderse en la nota editorial fundacional¹³ de este medio, donde además se advierte desde qué perspectiva entienden al periodismo y qué implica ser un medio alternativo. Aquí se incluye un fragmento que resulta significativo:

Desde este lugar intentamos conformar una herramienta para recuperar la voz, visibilizar nuestras luchas, nuestras demandas y nuestras victorias; compartir las miradas sobre el mundo, la realidad y difundir las alternativas que estamos caminando. La tinta es una propuesta fresca, integral y de calidad, que articula una gran cantidad de medios, colectivos, espacios y comunicadores que hacemos periodismo desde abajo, comprometidos con el latir de nuestro pueblo. (...) El desafío es, entonces, estar a la altura de los tiempos que corren. Arremangarnos y hacer periodismo comprometido. Hasta mancharse. (Colectivo La tinta, publicación digital, agosto de 2016).

En otro orden, al ser un medio digital, no existe alguna legislación con incumbencia nacional o de algún tipo que lo regule. Sin embargo, en cuanto a su reconocimiento se advierte que La Tinta cuenta con una Licencia Creative Commons Atribución No Comercial lo cual implica que quienes ingresen a esta página web pueden: compartir, es decir copiar o difundir este material a través de cualquier medio o formato; adaptar, es decir transformar o construir a partir del material propuesto en este portal web.

En cuanto a las estrategias de financiamiento implementadas para que las personas se sumen a colaborar con La Tinta, el Colectivo a través de la sección “Dueña” realiza una descripción que advierte de la importancia de la colaboración de quienes conforman el público que siguen a este medio para así poder seguir informando y generando contenidos que implican *otra* manera de hacer comunicación. A modo de “botón” se puede acceder a través de un click a un enlace para realizar un aporte mediante débito automático.

Respecto a esta sección es interesante el abordaje que realiza el medio a través de las imágenes, en donde se visualizan distintos personajes vinculados a la comunicación entendida como mercancía, personas dueñas de empresas y monopolios mediáticos y se vincula esto con el nombre de este apartado “Dueña”. Así, a través de una explicación afirman: “Vos también podés ser dueña de un medio” (Ver anexo 19). En relación a este mismo recurso (imágenes) también realizaron una serie de flyers donde se enumeran razones por las cuales seguir realizando este tipo de periodismo que llevan adelante, entre ellas: Porque defendemos lo que pensamos; Porque la comunicación no es una mercancía; Porque se va a caer, se va a caer (el patriarcado); Porque lo peor no pasó y necesitamos cuerpos (entre otras). (Ver anexos 20).

Así, se advierte de la posibilidad de, en palabras de La Tinta, ser dueña del medio o de asociarse. Quienes se interesan por estas oportunidades luego cuentan con beneficios especiales como por ejemplo doble chance de ganar algún sorteo o acceso a talleres

¹³ Es posible acceder a la lectura de esta publicación a través de este enlace: <https://latinta.com.ar/la-tinta/>. Consultado el 31 de octubre de 2018.

propuestos por el proyecto comunicacional. A esto se suma que en muchas oportunidades realizan sorteos exclusivos para las personas asociadas (Ver anexos 21).

Una cuestión que se relaciona con lo mencionado es la implementación del lenguaje no sexista en las construcciones de sentido de La tinta. Por tal motivo refieren a las “dueñas” del medio. Se percibe que esta estrategia en la manera de comunicar le restaría importancia al lenguaje masculino que ocupaba un lugar central en los relatos, pero que actualmente es puesto en discusión. También utilizan la “x” abordando términos más genéricos en la producción periodística. De esta forma se dejarían de lado las disposiciones binarias de género en el lenguaje, al mismo tiempo que se apunta a todas las identidades de género, sin distinción o jerarquía alguna.

A modo de hipervínculos o “botones” que redireccionan a otros contenidos, este medio incluye: Fanpage de Facebook del Consultorio de Salud Integral y en la misma modalidad, a la página de Orgánicos de mi tierra, alimentos agroecológicos.

Para finalizar se observa otro recurso que también se corresponde con las estrategias para comunicar de La Ventolera al que recurren desde el medio que se describe y es la que refiere a la réplica de noticias de otros medios (Ver anexos 22).

VII.2) Cosecha Roja

Otro medio de comunicación que genera *otro* tipo de contenidos desde una página web y cuenta con una propuesta genuina y aplicada a problemáticas concretas, es **Cosecha Roja**.

Para comenzar diremos que en la descripción¹⁴ este medio se define como: “medio de comunicación que propone pensar la violencia y la seguridad desde una perspectiva amplia, con una visión donde prevalecen los derechos humanos y la igualdad de género”. A ello agregan que se trata de una red de intercambio y formación de periodistas judiciales de América Latina. Aquí también es posible conocer que este proyecto nació en el año 2010.

Sobre el trabajo que realizan, en palabras de este medio, se divide en dos ejes: uno que trata sobre la colaboración, formación y seguimiento de investigaciones de periodistas de América Latina que participan de seminarios y talleres de los cuales Cosecha Roja participa en la organización; otro eje consiste en un monitoreo de medios locales y regionales para detectar noticias generadas en distintos puntos que refieran a temas de violencia.

Actualmente se entienden como una plataforma desde la que se pone en tensión y se piensa la complejidad y el accionar en la realidad argentina. Así, se enfocan en cuatro ejes: lesa humanidad, violencia machista, violencia institucional y políticas de drogas. Por otra parte, desde 2015 también realizan actividades y talleres de formación periodística.

Entre las secciones que estructuran los contenidos generados, se encuentran: *Home*: donde se accede al inicio de la página; *Sobre la red*: donde se explica en qué consiste este medio y su trabajo, sus aspiraciones y propósitos; *Noticias de la semana*: pestaña que se vuelve a

¹⁴ Para acceder a este apartado en la página oficial del medio: <http://cosecharoja.org/acerca-de/> . Consultado el 1 de noviembre de 2018.

subdividir de acuerdo a temáticas como narcotráfico, seguridad urbana, género, violencia institucional, jóvenes y violencia, políticas de drogas, lesa humanidad, periodistas.

Para continuar la descripción de las secciones, el siguiente “botón” es *Beca*: donde se puede acceder a las producciones generadas durante la beca Cosecha Roja de la que participan periodistas de toda América Latina, se trata de talleres con distintas especificidades que cuentan con acompañamiento; la siguiente es la sección *Columnistas* en la que una diversidad de personas escriben notas. *Contacto*: es una sección en la que se puede acceder a un formulario para enviarle mensajes al medio, así como también se pueden adjuntar archivos. El siguiente “botón” se denomina *Talleres*: reúne las presentaciones de los talleres que se han ido realizando, en tres temáticas distintas, un taller de crónica fotográfica, otro sobre periodismo narrativo, y otro sobre narrativas de violencias. Por último, se encuentra la sección *Asociate*: donde se visualiza información vinculada a las maneras de colaborar con el proyecto.

Para difundir sus contenidos, este medio cuenta con perfiles en las siguientes redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube, al igual que en el caso anterior, es posible acceder a ellos a través de hipervínculos que se encuentran en la parte superior derecha de la página oficial.

En relación a las personas que siguen este medio, en el caso de la red social Facebook se puede visualizar el seguimiento de 114.497 personas, mientras que la fanpage recibió un total de 112.893 “me gusta” (Ver anexo 23). En el caso de Instagram se observa que el perfil @cosecharoja cuenta con 35.3k de personas que siguen al usuario de este medio (Ver anexo 24).

Para mencionar rasgos de la estética que implementa este medio de comunicación, se reconoce la recurrencia al blanco y negro, y las escalas de grises en relación a las imágenes que ilustran las notas. A lo que se suma el color rojo para lo que son los detalles de la página como por ejemplo las etiquetas que advierten las secciones. El logo que identifica a este proyecto comunicacional también presenta los mismos colores, su tipografía es negra y al comienzo se visualiza un cuadrado rojo que en su interior contiene un megáfono negro (Ver anexos 25).

A través del inicio de la página, se observa una imagen (Ver anexo 26) donde se puede, a través de un click, acceder a la sección denominada *Asociate*¹⁵, para quienes deseen sumarse a colaborar a través de algún monto de dinero a este proyecto. El recurso que utilizan también configura particularidades en torno a lo que implica la colaboración. La frase que muestra esta imagen afirma: “#AyudanosACosechar. Defendé el periodismo que te interesa”. Esto puede interpretarse, por un lado, como un juego de palabras que responde al nombre propio del medio, insinuando que se colabore para que, quienes lo llevan adelante, *cosechen* sus frutos, es decir, se retribuya de alguna manera su tarea. Por otra parte, podría insinuar que, a través de estas colaboraciones se está sumando a las posibilidades de que, el material que gusta o interesa leer, siga circulando en términos de difusión.

¹⁵ Para acceder a este apartado en la página oficial del medio: <http://cosecharoja.org/asociate/> . Consultado el 1 de noviembre de 2018.

Para seguir explicando estas estrategias vinculadas a las maneras de autogestionar este proyecto en términos económicos, al ingresar recientemente a la sección mencionada advertimos que el medio decide comentar que durante el último año crecieron, destacando que reciben mensajes de gente que lee sus contenidos. Así, a través de esta publicación apelan a la solidaridad de quienes siguen las producciones de Cosecha Roja informando que pueden colaborar a través de una donación mensual con tarjeta de crédito o realizando un aporte único.

De esta manera, Cosecha Roja considera que las personas se suman a ser parte de este medio, para ayudar a su sostenibilidad y proponen que, a medida que el medio crezca, estas personas que colaboran con algún monto de dinero puedan acceder a beneficios especiales como un boletín, participación a eventos, o recibiendo papers particulares. En esta misma sección, el medio establece, a modo de propuesta, algunas cantidades particulares de dinero para aportar (valores en peso argentino), teniendo en cuenta las dos maneras mencionadas en el párrafo anterior. También incluyen un formulario de contacto para quienes tengan alguna duda.

Para mencionar algunos hipervínculos que se incluyen en el inicio de la página web oficial de Cosecha Roja, es preciso distinguir la posibilidad de acceder al 0800 DEFENDER. Haciendo click en esta imagen automáticamente redirecciona a la página del Ministerio Público de la Defensa (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Otro botón lleva directamente hacia la página oficial de la Municipalidad de Avellaneda. Otro hipervínculo redirecciona a una nota (en su mayoría el contenido está basado en imágenes) de la última Cena anual del medio en cuestión. El siguiente botón trata de otro enlace a la sección *Asociate*; más abajo- siguiendo en el inicio de la página- se encuentra el enlace a la Universidad Nacional de San Martín y por último una imagen que, a modo también de “botón”, redirecciona al medio de comunicación La Palta, que colabora con Cosecha Roja.

Este medio reúne análisis, notas, reportajes; y coberturas realizadas por una diversidad de periodistas y personas vinculadas de alguna manera a las causas que se observan en los ejes temáticos antes descriptos. En este sentido, este proyecto de comunicación genera contenidos alternativos, o para decirlo de otra manera, miradas alternativas en referencia fundamentalmente a las violencias.

Para finalizar y a modo de comparación con la página web relevada anteriormente, es decir, el caso de La Tinta, desde Cosecha Roja no se utiliza, en términos generales, alguna manera de escritura que advierta del lenguaje inclusivo.

VII.3) Socompa

Por último, describiremos el caso de Socompa, de la misma manera que los dos medios de comunicación anteriores. Es decir, relevando información e interpretando en base a las configuraciones y organización de la página oficial y los canales de difusión de este medio.

En la sección *Quiénes somos*¹⁶ en su página web, comentan que su nacimiento fue el 30 de diciembre de 2016 y que la intención fue ejercer el periodismo sin presión de otros medios o de intereses externos.

Su nombre se corresponde con una localidad fronteriza con Chile, donde se encuentra un volcán. Como lema de este medio señalan: “Socompa, periodismo de frontera”, aludiendo a la posibilidad de generar contenidos que no se adscriban a ningún sector en particular. Así, aspiran a trabajar en libertad y entienden que ésta no puede ser concretada desde los medios de comunicación tradicionales. En el apartado de *información* de su página oficial en Facebook, determinan que su misión es “aportar una óptica (mirada) amplia y diversificada sobre la realidad, con información, interpretación y opinión” (Ver anexo 27).

En la construcción de los contenidos de Socompa, participan personas que se abocan a la fotografía y otras actividades vinculadas al periodismo, ejerciendo la tarea periodística en la redacción y recopilación de notas, contando con la autonomía que consideran necesaria para generar producciones de calidad.

En relación a las secciones proponen la organización de la página web en dos partes. En primer lugar, hacia el costado superior izquierdo, se visualizan las siguientes pestañas: *Quiénes somos*, donde se puede encontrar el material descrito anteriormente y también los nombres particulares de quienes conforman el equipo; *Colaboraciones con Socompa*, sección abocada a recibir aportes externos de quien considere que se encuentra en condiciones de hacerlo; *¡Súmate y recibí nuestro newsletter!*, botón donde se accede a la suscripción de un boletín semanal que contiene los contenidos destacados del medio.

En segundo lugar, debajo de lo anterior se detallan las secciones- temáticas que responden al contenido que ofrece este medio: *Política; Economía; Internacional; Cultura y Más notas*. Esta última pestaña contiene los siguientes ejes: Social; Reflexión; Inclusión; Lecturas; Ciencia; Crónica; Freak; Historias; Sindicales.

Para mencionar sus canales de difusión diremos que cuentan con perfiles en Facebook, Instagram y Twitter y que también incluyen en la página web los botones que redireccionan a sus usuarios en estas redes.

En el caso de la primera red social mencionada, según los indicadores de la Fanpage, son 17.156 las personas que dieron un “me gusta” a esta página; mientras que 17.575 “siguen” los contenidos que allí se difunden (Ver anexo 28). Teniendo en cuenta el énfasis en la visibilización del público realizada en los dos casos anteriores, también se incorpora la situación de Instagram en donde su perfil es seguido por 378 personas. Aquí se precisa aclarar que este perfil es bastante reciente en cuanto a su creación y sólo cuenta con dos publicaciones propias hasta el momento (Ver anexo 29).

En relación a quienes se consideran dentro de los públicos de los contenidos de este medio, desde el propio proyecto de comunicación en la misma pestaña *Quiénes somos*, aseguran que

¹⁶ Para acceder a este apartado en la página oficial del medio: <http://socompa.info/quienes-somos/> . Consultado el 2 de noviembre de 2018.

este grupo está compuesto por personas que tienen entre 25 y 60 años y que utilizan de manera activa los dispositivos móviles y las herramientas de la hipertextualidad.

En lo que refiere a los recursos estéticos que este medio utiliza para consolidar una imagen o identidad en su página web, se reconoce un color azul oscuro, o petróleo, en los detalles como son las palabras que nombran las secciones, también los títulos y algunos botones. También utilizan las escalas de grises, el blanco y el negro (Ver anexo 30).

Las fotografías en su mayoría se presentan en su formato original, es decir no cuentan con algún filtro o edición de color. El logo del medio es un cartel que se asimila a los que se encuentran en las indicaciones de vialidad, quizás en un intento de acompañar la descripción de su nombre que, como bien se destacó anteriormente, se trata del nombre de una ciudad fronteriza. Este cartel que se asume como logo, parece estar viejo, gastado u oxidado y es acompañado por la frase “periodismo de frontera” (Ver anexo 31).

Al igual que en los medios descritos anteriormente, Socompa también se autogestiona a través de la libertad en la generación de contenidos y también a través de estrategias que permitan conseguir colaboraciones de quienes puedan realizarlas.

Así, en la pestaña *Colaboraciones con Socompa*¹⁷ describen que necesitan aportes de quienes valoran sus producciones y consideran que éste es un espacio que se caracteriza por proponer contenidos que no se observan o encuentran en otros medios. Asimismo, explican que el acceso a su sitio web oficial es libre y gratuito y que la intención es que siga siéndolo, por eso apelan a la solidaridad y apoyo de las personas para que este proyecto pueda sostenerse.

A esta explicación, agregan que el periodismo que ejercen es completamente autónomo e independiente y por este motivo necesitan aportes que se destinarán luego en base a dos grandes objetivos. El primero trata de la posibilidad de ampliar las coberturas noticiosas y, el segundo refiere a la intención de concretar y abordar temáticas que requieren de alguna inversión específica de dinero. El medio de comunicación explica que todos estos procesos requieren financiamiento y con el único dinero que cuentan es con el que pertenece a cada persona que integra Socompa.

En la misma sección se propone como aporte mínimo el monto de \$100. Aquí agregan datos de cuentas en bancos para poder realizar transferencias y depósitos.

En términos de propiedad o condiciones de formalidad con las que cuentan, Socompa posee el Copyright de su página.

Por último, en un intento de comparación con los casos anteriormente relevados, en la construcción noticiosa Socompa no utiliza algún tipo de lenguaje no sexista.

VIII.4) Semejanzas y diferencias con La Ventolera

La semejanza central es que, La Tinta, Cosecha Roja y Socompa, al igual que La Ventolera, son medios de comunicación que generan contenidos distintos a los que podemos encontrar en

¹⁷ Para acceder a este apartado en la página oficial del medio: <http://socompa.info/colaboraciones-con-socompa/>. Consultado el 2 de noviembre de 2018.

los medios de comunicación tradicionales; es decir, abordan problemáticas sociales, desigualdades en cuanto a derechos humanos, los distintos tipos de violencias, temáticas y problemáticas vinculadas a la lucha feminista, la defensa por la naturaleza. Son medios de comunicación autónomos e independientes que comunican desde la perspectiva del derecho a la comunicación. Por otra parte, generan sus propuestas de comunicación desde lo digital, son medios cuyo canal de comunicación es una página web, organizada en secciones puntuales y en la que se incluyen hipervínculos que redireccionan y ayudan a la contextualización de la información que allí circula. Asimismo, tanto La Ventolera como los tres casos que se relevan en este capítulo, implementan alguna estrategia para obtener financiamiento y también técnicas de comunicación para describir cómo realizar aportes económicos con el medio. Esas son las tres semejanzas iniciales que dieron lugar a la selección de estos medios de comunicación sociales en particular. Además, los casos mencionados cuentan con estéticas particulares y definidas con intenciones de articular colores y estrategias de edición con los objetivos políticos que abordan.

En el caso puntual de La Tinta, no se incluye dentro de la página la mención a los nombres particulares de quienes están detrás, es decir, trabajando en el medio. Lo mismo ocurre desde La Ventolera. Por el contrario, desde Cosecha Roja y Socompa tienen determinados roles o tareas y se pueden encontrar en sus páginas los nombres de quienes las llevan a cabo. Estos dos últimos casos abordan contenidos sobretodo pensados en términos del país, su situación política y económica; en el caso de Cosecha Roja, en términos nacionales también, pero vinculados sobre todo a las violencias. La Ventolera y La Tinta, comparten la construcción de contenidos más anclados a los territorios donde estos medios se ubican, es decir, Villa María y Córdoba capital respectivamente. Asimismo, estos dos casos utilizan el lenguaje inclusivo en la redacción de sus mensajes.

Reflexiones del proceso de TFG: ¿Qué podemos aportar desde nuestra formación? ¿Qué temas nos interesaría abordar luego de esta propuesta? ¿Qué incidencia podría tener el presente TFG en la comunicación alternativa de Villa María?

Para comenzar la reflexión conjunta de las autoras del presente TFG, en primer lugar, se debatió y se seleccionaron distintos ejes como articuladores de las diversas ideas en las que se encausan los *sentipensares*¹⁸ que han devenido del proceso integral que implicó la realización

¹⁸ Concepto propuesto por Orlando Fals Borda. En el libro “Una sociología sentipensante para América Latina” (2009), antología de Orlando Fals Borda editada por CLACSO, Víctor Manuel Moncayo presenta a este autor y retoma este concepto explicando: “el hombre sentipensante que combina la razón y el amor, el cuerpo y el corazón, para deshacerse de todas las (mal) formaciones que descuartizan esa armonía y poder decir la verdad” (p. 10).

de este trabajo, la experiencia vivida y transitada desde el medio de comunicación alternativo local La Ventolera y nuestro paso por la universidad.

Teniendo en cuenta que La Ventolera surge desde estudiantes en pleno cursado de las carreras y a través de la convocatoria de Becas para proyectos de Extensión de la UNVM, nos parece pertinente retomar aspectos de nuestra **formación**. En este punto es preciso detenerse para pensar lo que implica la extensión universitaria y cómo la concebimos desde nuestro lugar de estudiantes.

Entendemos que universidad y territorio son dos componentes transversales entre sí, que no pueden concebirse de manera separada o aislada. Algunos de los disparadores que surgen al reflexionar sobre la función social de la extensión universitaria serían ¿en qué momento articularíamos nuestros conocimientos, si no es en la práctica? ¿Qué vínculo queremos lograr entre la universidad y la comunidad en la que ésta se inserta? ¿De qué se trata esta relación?.

Lejos de la idea de que este vínculo propondría *llevar o trasladar* los conocimientos adquiridos en el cursado de la carrera hacia el territorio y la comunidad, consideramos que la extensión universitaria propone un intercambio de conocimientos, saberes y experiencias que dialogan entre quienes se vinculan directamente al ámbito universitario y la comunidad, sin jerarquías. Así, cada parte confluye en un proceso de construcción colectiva en donde todas las partes aprenden y enseñan.

Ya finalizando el cursado de la Licenciatura en Comunicación Social, entendemos que nuestro paso por la universidad no se reduce exclusivamente al momento de estar en el aula. Nuestro paso por la universidad no hubiese sido el mismo sin la posibilidad de vincularnos con la extensión universitaria, con los programas de voluntariados universitarios y también con las instancias de investigación que se propone desde la academia. No hubiese sido igual nuestro recorrido si no hubiésemos generado un proyecto que, al mismo tiempo que intenta empoderar a la comunidad y dar paso a la multiplicidad de voces en el espacio público, nos empodera a nosotras como comunicadoras. Siempre decimos y valoramos que La Ventolera “es lo más nuestro” que pudimos hacer con los conocimientos que íbamos afianzando y las intencionalidades políticas e intereses particulares que nos movilizaban (y nos movilizan).

Creemos que las instancias y oportunidades para la generación de este tipo de propuestas, resaltan la función social de la universidad. Es decir, la posibilidad de consolidar procesos de formación críticos, emancipadores y transformadores de nuestras realidades más próximas y sobre todo, poder hacerlo de manera colectiva, contrastando, debatiendo, e intercambiando desde la diversidad de opiniones.

En este marco, siempre se valorará la posibilidad que brindó la universidad en el financiamiento de esta iniciativa, así como también el impulso de distintas profesoras que nos alentaron a concretar esta idea, como la directora del presente TFG, Mariana Corradini que nos ayudó en la planificación y gestación de los inicios de este proyecto. Hoy La Ventolera recorre

Eduardo Galeano también utiliza este término en el Libro de los abrazos (1989), para referir a quienes no divorcian el alma del cuerpo y la razón del corazón, así la palabra sentipensante, según Galeano, define al lenguaje que dice la verdad. (p. 89).

la ciudad, la zona e incluso provincias y países vecinos siendo un canal de difusión para la diversidad y la multiplicidad de voces y experiencias.

Retomando algunas cuestiones mencionadas, al haber creado y seguir llevando a cabo este proyecto de comunicación alternativa, creemos que nos permitió aprender y adquirir herramientas para desenvolvemos también en el mundo laboral. Desde la experiencia de conformar La Ventolera, aprendimos a través de la práctica concreta y aplicada. Nos permitió desarrollarnos como comunicadoras y aprendimos a medida que necesitábamos resolver cosas puntuales, cuestiones que de otra manera no hubiésemos incorporado, como por ejemplo, saberes de diseño gráfico, fotografía, audiovisual, marketing y publicidad. También fuimos desarrollando y asimilando el arte de entrevistar y de cómo redactar siguiendo el estilo planteado por el medio y por nosotras mismas. A su vez, fuimos incorporando la importancia de ser críticas y responsables a la hora de generar información. Podríamos decir entonces, que nosotras crecimos junto con La Ventolera, entendiendo que esta apropiación de saberes, conocimientos y experiencias nos permitió la reflexión de lo que implica nuestro rol de comunicadoras en la comunidad.

En este marco, consideramos que este trabajo final de grado podría actuar como disparador para comenzar a incluir estas temáticas en la carrera, quizás propuestas desde alguna materia optativa por el momento, pero a sabiendas que es necesaria la incorporación, desde el paradigma del derecho a la comunicación, de espacios curriculares en los que pueda abordarse la diversidad de medios de comunicación y formas de gestionarlos que coexisten en el espacio público.

Por otro lado, La Ventolera, como tantos otros medios sociales del país, representan la lucha por el derecho humano a la comunicación. Este derecho es indispensable en la sociedad, es el derecho a informarnos, es decir, a buscar, recibir y difundir información heterogénea, muchas veces vulnerada o tergiversada, por lo que tenemos que ser conscientes de estos momentos y actuar en consecuencia. Sabemos que tenemos derecho a la vivienda, a la salud, al trabajo, a la educación y cuando alguno de estos derechos se ve vulnerado, salimos a defenderlo. Lo mismo debe pasar con el derecho humano a la comunicación, tenemos que reclamar cuando este se ve perjudicado y cuando la ciudadanía no lo goza en plena medida. Los medios a los que prestamos atención generan información anclada en los territorios sociales y se caracterizan por ser autónomos e independientes, es decir, estar libres de influencias institucionales que puedan afectar la libertad de prensa.

En el presente trabajo se sistematizó el medio alternativo “La Ventolera” y en esa tarea, se relevó esta experiencia desde la etapa en la que fue pensado (2016), su salida a las calles (2017) y hasta la actualidad. Sobre este caso interesó analizar la sostenibilidad y su persistencia en el tiempo. También la intención de este trabajo devino de la posibilidad de visibilizar situaciones actuales de sostenimiento de otros medios sociales digitales, para dar cuenta que son un montón de medios distribuidos por el país los que están preocupados y motivados por fomentar la pluralidad de voces y anclar la comunicación para la soberanía del pueblo.

Para este objetivo, en una primera instancia, se indagó sobre las diferentes definiciones de los medios en cuestión y para dar cuenta qué implica ser **alternativo, autogestivo, comunitario o popular**, llegando a la conclusión de que no existe una definición taxativa. Luego de la búsqueda, reconocemos a la diversidad de estos medios que fomentan la pluralidad de voces como “medios sociales”.

Entendemos a estos medios sociales como aquellos que no poseen fines de lucro, que son de gestión colectiva y que se organizan autogestivamente. A su vez, funcionan por fuera del circuito de gestión estatal y abordan problemáticas sociales. También, aquellos que determinan su propia agenda y fomentan el ejercicio del derecho a la comunicación

Por otro lado, se analizaron diversos materiales referidos a la **sostenibilidad** de medios sociales. En este sentido, en una primera instancia se creía que esta posibilidad de sostenibilidad y persistencia en el tiempo estaba anclada solamente en una dimensión financiera. Luego de las indagaciones realizadas se llegó a la conclusión de que esta dimensión coexiste con muchas otras. Es decir, que existen múltiples factores que hacen que esta sostenibilidad sea posible y, por este motivo, consideramos que cualquier experiencia de medios tiene una dimensión económica, institucional, social y de producción. Estas dimensiones elegidas sirvieron para caracterizar La Ventolera.

A su vez, consideramos que no hay un modelo de sostenimiento en el tiempo que se pueda concebir de manera predeterminada o que sirva de “ejemplo” para la aplicación a otros casos. Existen diferentes maneras de afrontarlo de acuerdo al contexto en que se desarrolla cada medio de comunicación y la manera en que se concibe la práctica comunicacional y política.

En este sentido y luego de las indagaciones y el recorrido descrito, proponemos en este trabajo final la idea del “**modelo artesanal**” para denominar a la ejecución de una serie de estrategias que este tipo de medios lleva a cabo en sus acciones y decisiones cotidianas. La manera en que este tipo de medios afrontan sus estrategias de financiamiento se podría denominar “artesanal”, ya que escapa de las lógicas mercantilistas produciendo una metodología propia que se adapta a una propuesta política cultural específica que está dada por el contexto próximo del medio de comunicación. Lo artesanal implica un proceso de elaboración no industrializado que conduce a la formación de un determinado producto, en este caso comunicacional, e involucra la producción de estrategias ajustadas a la realidad y características de cada medio y de sus receptores. El modelo artesanal implicaría la concreción de un producto genuino que responde a las demandas territoriales y políticas del contexto en el que se encuentra.

Luego de la sistematización de la experiencia de La Ventolera y en cuanto a la reflexión del modelo artesanal de acciones y estrategias de este medio, estamos en condiciones de afirmar que no existe un modelo al cual se puede adherir o al cual acudir para que La Ventolera pueda persistir en el tiempo, sino que se trata de una serie de estrategias que se van haciendo a medida que vamos construyendo este proyecto. Lo que nos parece importante y punto indispensable para que La Ventolera siga en pie es la apropiación de la comunidad que

concreta nuestras intenciones iniciales de que este proyecto se realiza en y para las comunidades y sus luchas cotidianas.

En este sentido, nos parece pertinente resaltar la vinculación con organizaciones sociales y la comunidad, es decir, el trabajo colaborativo entre las diferentes ramas como son la cultura, la poesía, el arte, la política, distintas experiencias de autogestión y el periodismo, porque entendemos que la resistencia es colectiva y que así podemos escribir y construir nuestra propia historia.

Este medio local se planifica y desarrolla desde la autogestión, tanto en la toma de decisiones como en relación a lo financiero. La Ventolera no presenta fines de lucro, pero articula estrategias de financiamiento que posibilitan el sostenimiento y la intención de seguir construyendo este proyecto como por ejemplo: emprendimientos autogestivos que publicitan en la página web con los que realizamos trueques; venta de un fanzine que contiene notas relevantes de La Ventolera; venta de calcomanías; venta de tazas con nuestro logo y distintas frases.

Por otra parte, teniendo en cuenta el paradigma de derechos humanos y que La Ventolera y otros medios sociales estudiados intentan informar de una manera libre de estereotipos de género y prejuicios, optamos por la utilización del **lenguaje inclusivo**; tanto en la escritura que se configura desde nuestro medio como en el presente TFG. Se utilizó aquí un lenguaje neutro o bien, en algunas ocasiones, el femenino y el masculino para evidenciar este tipo de transformaciones sociales y la democratización del lenguaje que las acompaña.

Creemos que la academia tiene que enfrentarse a estos avances y dejar de difundir un lenguaje que invisibiliza a parte de la comunidad. Si queremos que la universidad siga siendo de todas y todos, si queremos que esta universidad sea pública, inclusiva e integradora debemos ser consecuentes en nuestras acciones.

Por otro lado, nos parece importante comenzar a reflexionar sobre la construcción de medios que se dan netamente desde lo digital. Estas apropiaciones de las nuevas tecnologías permiten nuevas formas de comunicar y también de sostenerse en el tiempo, ya que por ejemplo seguir imprimiendo ejemplares en el caso de La Ventolera, hubiese sido imposible por una cuestión económica. Lo digital, además, sienta las bases y las posibilidades de aparición constante de nuevos medios y permite generar intercambios con medios sociales de otras partes del mundo, lo que produce y posibilita una red que se sustenta bajo las mismas lógicas.

A su vez, destacamos que, a pesar del contexto adverso, de lo difícil que resulta sostener este tipo de medios, siguen apareciendo y se van multiplicando en cada parte del país. Este TFG intenta sentar las bases en Villa María de una comunicación alternativa y espera ser motivador para que nuevos estudiantes de la carrera se encaminen hacia la creación de su propio medio. A su vez, para que se apropien de las herramientas que se brindan desde la universidad, es decir, proyectos de extensión y de investigación y voluntariados.

Siendo estudiantes, planificamos el medio, discutimos de manera horizontal todas las decisiones vinculadas al proyecto, desde el financiamiento hasta las temáticas, las estructuras para organizar la información, la estética e imagen que queríamos instalar. Es por eso que

sentimos que cualquier estudiante que se lo proponga puede generar proyectos innovadores y propios. Hoy La Ventolera construye libremente el periodismo que quiere, retomando las palabras de Rodolfo Walsh cuando afirmó “el periodismo es libre o es una farsa”, reafirmamos el camino en el cual queremos comunicar, elegir y decidir cómo hacerlo.

Por otro lado, el presente trabajo intenta dar cuenta de que la autogestión es posible y que es importante que estos medios se multipliquen en cada recoveco del país porque son aquellos que poseen relación directa con la sociedad y que abordan sus demandas. Son los que nos permiten identificarnos como comunicadores y comunicadoras del campo popular.

Creemos necesario, a su vez, como parte de su sostenimiento, que estos medios generen puestos de trabajo. A veces pareciera que en estos proyectos no se puede hablar de dinero, pero sí es necesario mencionar esta dimensión. En un contexto de inflación, vulneración a nuestros derechos, despidos, necesitamos tener trabajo y qué mejor si se propone un trabajo para hacer comunicación alternativa, para resistir ante esas adversidades y seguir luchando por los derechos que ya tenemos, por los que nos quieren quitar y por los que nos faltan.

Llegando hacia el final de la reflexión en torno al trabajo realizado se reconocen algunas temáticas que nos interesaría abordar en un futuro y que devienen de toda la experiencia e intercambio de debates que hemos ido realizando para la escritura y presentación de este trabajo final de grado.

Así, resaltando nuestra autopercepción de mujeres y, por nuestro trabajo de comunicadoras, resultaría interesante indagar en las líneas de acción y trabajo de más comunicadoras y también de investigadoras de Villa María. En un intento de revalorizar las construcciones de sentido propuestas por mujeres, voces que muchas veces se desvalorizan. Además, esta propuesta se advierte con las intenciones de descentralizar la difusión de producciones que muchas veces en el plano local se refuerzan desde las figuras de los periodistas hombres y los lugares que éstos ocupan.

En esta misma línea de reflexión, como posible tarea próxima nos moviliza la idea de investigar las condiciones laborales de las mujeres trabajadoras de prensa, en comparación con los comunicadores hombres, en términos salariales, en cuanto a los roles determinados que ocupan (si son los deseados o en los que se formaron, u otros), qué posibilidades de inserción laboral tienen, entre otras cuestiones vinculadas que pueden surgir.

También podrían incluirse líneas de indagación en torno a otras identidades autopercibidas y sus posibilidades de inserción laboral y la situación actual que atraviesan en el ámbito de la prensa, teniendo en cuenta también los ejes antes mencionados.

Por otro lado, teniendo en cuenta los vínculos que se fueron configurando desde La Ventolera y que fueron mencionados en la sistematización de este caso, se reconoce de interés la oportunidad de realizar un relevamiento de proyectos de construcción colectiva, horizontales y autogestionados que suceden en la ciudad. Esta motivación carga con las intencionalidades de visibilizar que en Villa María son muchas las personas que están organizadas, entendiéndose desde lo colectivo, encarando en primera persona problemáticas o

situaciones que no se creen justas, afrontando exclusiones del sistema laboral tradicional, en suma, luchando por más y mejores derechos.

Otra cuestión que despierta interés es lo vinculado al lenguaje inclusivo. Observamos que en la actualidad en muchos ámbitos es utilizado y en muchos casos se naturalizó su implementación, así como también se reconoce que todavía en algunas circunstancias no se aplica. Lo seguro es que se trata de un tema que está en auge, que es discutido y que despierta distintas opiniones en lo que refiere a su génesis y a los espacios en donde sí utilizarlo y donde no. Resultaría interesante poder realizar alguna investigación que aborde su recepción, donde pueda ponerse en tensión lo señalado y también las disputas por la significación que éste carga.

En este apartado, también resulta trascendental incluir otras líneas de indagación en cuanto al medio de comunicación que fue sistematizado y relevado particularmente en este TFG.

Así, nos interesa realizar algún estudio de recepción del caso de La Ventolera, observar qué opinan los públicos, qué otros temas quisieran que se aborden, qué críticas pueden realizar a la construcción de sentido que este medio propone. Este interés se consolida en la idea de que para las comunicadoras que llevamos adelante este proyecto, de ninguna manera se podría lograr sin el público y tampoco sin las personas que se suman a apoyarnos, a través de distintas acciones e intervenciones.

En otro orden y vinculado también a las actuales producciones que realizamos desde La Ventolera, como proyecto a futuro podría considerarse la posibilidad de producir y realizar un audiovisual que reúna experiencias de diversos medios de comunicación, que se proclamen autogestivos, comunitarios, alternativos o populares. Su intención sería continuar mostrando su consolidación, formas de gestión, temáticas abordadas, percepciones en cuanto al rol de la comunidad trabajadora que se identifica con estas maneras de construir los relatos y la información.

Para finalizar, retomaremos lo que en un comienzo se enunció: pensarnos como *mujeres sentipensantes*. Es decir, no podemos percibir a La Ventolera sin depositar en este medio muchas emociones, sentimientos y vivencias que hemos ido atravesando a lo largo del trayecto caminado.

Este proyecto lo construimos día a día. Sentirnos protagonistas de este relato, del *relato ventolero* significa para nosotras compromiso, convicción, ganas, despierta sentires diversos que nos siguen convocando a movilizarnos por cada experiencia que queremos difundir, por cada situación que nos parece injusta y queremos criticar, refutar. Pero lo mejor es saber que este *relato ventolero*, no sería tal sin la comunidad que le otorga sentido y significancia, de la cual surgen las luchas que se ven reflejadas en las construcciones de sentido.

Sabernos en el camino de generar redes que nos encuentran en constante organización; que nos acercan a quienes confiamos en que otras formas de construcción son posibles, es la demostración de que sí, la utopía nos hace caminar y nos moviliza a buscar nuevos horizontes. Nos mantiene recorriendo, insistiendo, movilizándonos, interpelando. Al finalizar este proceso también surgen continúan desafiándonos preguntas reflexivas... ¿qué es entonces lo

alternativo para quienes lo estamos construyendo? ¿alternativo frente a qué? Esta categoría o premisa, nos lleva a pensar que lo alternativo implica un capricho constante por desafiar estereotipos, por achicar fronteras, por confiar en lo que creemos, por encontrarnos en cada espacio y seguir construyendo colectivamente.

Bibliografía

ALANIZ, MARÍA; MANDAKOVIC, MARÍA ANA Y VALAN, ALBERTO. (2017). Medios de comunicación y trabajo autogestionado: ¿Una opción posible? Trabajo presentado en las *Jornadas de Estudios sobre el Trabajo en Córdoba (pre-ASET)*. Córdoba. (Inédito). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11086/5522>

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA y ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (ALER Y AMARC ALC.). (2008). *Atrapasueños, la sostenibilidad en las radios populares y comunitarias*. Buenos Aires. Recuperado de: <https://cpr.org.ar/wp-content/uploads/media/uploads/documents/investigacionpidc/atrapa-suenos-amarc-aler.pdf>

BATISTON, VICTORIA Y PEIRONE, MARÍA AILIN. (2017). "Desafíos de la comunicación popular: El caso de La Ventolera en Villa María" en *Memorias de la XXI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. "La comunicación en la producción del conocimiento, como objeto de políticas públicas y políticas universitarias, en contextos de desinversión"*. Organizada por la Red Nacional de Investigadores en comunicación (REDCOM), realizada en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Juan. Recuperado de: <http://redcomunicacion.org/wp-content/uploads/2017/12/BATISTON-Y-PEIRONE-UNVM.pdf>

BECERRA MARTÍN. (2003). *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Norma. Buenos Aires.

BECERRA, MARTÍN. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. En *Revista Nueva Sociedad N° 429*. Recuperado de: <http://polodemocratico.co/pdf/Medios.pdf>

BECERRA, MARTIN. (2015). "Argentina: tres décadas de políticas de comunicación en democracia". Cap. 1. En Becerra, M. *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Editorial Paidós.

BECERRA, MARTÍN. (2016). *Restauración*. Publicación en blog QUIPU: Políticas y tecnologías de comunicación. Recuperado de: <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/01/14/restauracion/>

BECERRA, MARTÍN Y BELTRÁN, RICARDO (COMP.). (2014). *Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación / 1a ed. / Buenos Aires: Proyecto UBACYT "Las tecnologías de los medios de comunicación en el escenario de la convergencia", 2014; e-book. Recuperado de: <https://martinbecerra.files.wordpress.com/2014/12/medios-y-tic-en-la-argentina-ubacyt-becerra-beltran-2014.pdf>*

BECERRA, MARTÍN Y BELTRÁN, RICARDO (ED.). (2017). *Sin fines de lucro, con tecnologías y organización*. 1ª Ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, UBACyT. Libro digital, PDF. Recuperado de: [http://tallerdedatos.com.ar/wp-content/uploads/2017/12/Sin-fines-de-lucro-con-technolog%C3%ADas-y-organizaci%C3%B3n.pdf](http://tallerdedatos.com.ar/wp-content/uploads/2017/12/Sin-fines-de-lucro-con-tecnolog%C3%ADas-y-organizaci%C3%B3n.pdf)

BUSTAMANTE, ENRIQUE (COORD). (2003). *Hacia un nuevo ecosistema mundial de comunicación*. Fundación Alternativas. Barcelona.

BULLÓN, PIEDAD. *Nuevo medio, viejas reglas*. Apunte del espacio curricular Comunicación y Desarrollo Tecnológico (2017).

CASSIGOLI PEREA ARMANDO. (1989). "Sobre la conrainformación y los así llamados medios alternativos", en *Comunicación alternativa y cambio social*, México, Premia. Pp. 63-71.

CASTELLS, MANUEL. (2000). *Internet y la sociedad red*. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de: <https://www.alfabetizaciondigital.redem.org/wp-content/uploads/2017/05/Internet-y-la-sociedad-red..pdf>

CAUSAS Y AZARES, "VIII Encuentro de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) Cali, octubre de 1994. Comunicación, modernidad y democracia" en *Causas y Azares, n° 2*, otoño de 1995. Producción: Carlos Mangone, Ernesto Lamas y Mariano Mestman.

CMSI (2003a). Declaración de Principios y Plan de Acción, disponible en www.itu.int

CMSI (2003b). Declaración de la Sociedad Civil, disponible en www.itu.int

COALICIÓN POR UNA RADIODIFUSIÓN DEMOCRÁTICA (2004), *21 puntos básicos por una radiodifusión democrática*. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/advf/imagenes/especiales/documentos/2012/11/509435587ec92.pdf>

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES DEL GOBIERNO DE CHILE. *Guía de Lenguaje Inclusivo de Género*. 2016. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2017/01/guia-lenguaje-inclusivo-genero.pdf> . Consultado el 31 de octubre del 2018.

DE CHARRAS, DIEGO; LOZANO, LUIS Y ROSSI, DIEGO. (2013). Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación. En Mastrini, G., Bizberge, A., y de Charras, D. (eds.). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI* (p. 25-52). Buenos Aires: La Crujía.

DEBANNE, LUCIANO Y MEIROVICH, VALERIA. (2011). Basta un botón. Apuntes sobre los vínculos entre convergencia tecnológica y diversidad cultural. *Questión, Revista especializada en Periodismo y Comunicación*. Vol. 1, Núm. 32. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1294>

DRAGÓN, ALFONSO GUMUCIO. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. En *Punto Cero*. Universidad Católica Boliviana, San Pablo, Cochabamba, Bolivia. vol. 10, núm. 10. Pp. 6-19. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421839599002>

ENCINAS, ORLANDO; SCHMUCLER, HÉCTOR. (1982). Las radios mineras de Bolivia. En *Comunicación y Cultura en América Latina*. Revista de la Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco. Págs. 69-88 Vol. 8; No. 8. Recuperado de: <https://studylib.es/doc/7738119/las-radios-mineras-de-bolivia>

Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017. Informe general. Sistema de Información Cultural de la Argentina. Ministerio de Cultura. Publicada en abril de 2018. Disponible en: <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>

GIMÉNEZ, GILBERTO. (1980). "Notas para una teoría de la comunicación popular" en *Comunicación y Solidaridad, primer número: ¿Qué es la comunicación popular alternativa?* Recuperado de: <https://www.ongeco.cl/que-es-la-comunicacion-popular-alternativa/>

GODINEZ GALAY, FRANCISCO, BINDER, INÉS Y FISHER, PABLO. (2017). *Como Sea: sostenibilidad económico-administrativa en radios comunitarias de Argentina*. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones del Jinete Insomne.

GRACIANO, MARGARITA. (1980). "Para una definición alternativa de la comunicación". Revista ININCO, Universidad Central de Venezuela. Recuperado de <https://comunicacionymedios.files.wordpress.com/2007/03/graziano-hacia-una-definicion-alternativa-de-comunicacion.pdf>

HUERGO, JORGE. (2003). "El sentido político de la comunicación comunitaria". En AA. VV. *Comunicación comunitaria y participación ciudadana*, Universidad de la República, Montevideo. Recuperado de: <https://docs.google.com/file/d/1AWFQ-0FNG7a1W2DEBVUXdjnCNCP0i3yUshUDNyMhJ75cqSjSdXpcJoadQXu/edit?pli=1>

JAIMES, DIEGO [et.al]. (2014). *Gestión de medios comunitarios y populares*. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Recuperado de: <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/blogs.dir/219/files/2015/07/3-Gestion-Medios-B.pdf>

KAPLÚN, MARIO. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. La Habana: Editorial Caminos.

KEJVAL, LARISA. (2009). *Truchas: Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas*. Prometeo Libros, Buenos Aires.

Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2009, Argentina.

LORETI, DAMIÁN Y LOZANO, LUIS. (2014). "El derrotero de los cambios legislativos. El caso argentino" y "De la voluntad popular a los pasillos de tribunales" En Loreti, D. y Lozano, L. *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. Editorial XXI, Buenos Aires.

MAC BRIDE, SEAN. Y OTROS. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de Cultura Económica, México.

MASTRINI, GUILLERMO. (2005). "La regulación de la comunicación ante la 'sociedad de la información' y el MERCOSUR". En *Democracia y ciudadanía en la sociedad de la información. Desafíos y articulaciones regionales*. Letras de Córdoba.

MASTRINI, GUILLERMO Y DE CHARRAS, DIEGO. (2005). "20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI". En Anuario Ininco. 17.1. pp. 217-240. Caracas.

MASTRINI, GUILLERMO; DE CHARRAS, DIEGO Y BIZBERGE, ANA. (2013). "Introducción" y "Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación" en *Las Políticas de Comunicación en el Siglo XXI*. Editorial La Crujía. Buenos Aires.

MARTÍN-BARBERO, JESÚS. (2002). "De las políticas de comunicación a la massmediatización de la política" en *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica.

MARTÍN- BARBERO, JESÚS. (2008). Diversidad cultural y convergencia digital. Edición: María Eugenia Gutiérrez Jiménez, Universidad de Sevilla. *I/C- Revista Científica de Información y Comunicación*. Pp. 12-25.

MARTÍN BARBERO, JESÚS. (2008). Estallido de los relatos y pluralización de las lecturas. En *Comunicar*, vol XV, núm. 30, pp. 15-20. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15811864003>

MARTINI, STELLA (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Norma, Buenos Aires.

MATA, MARÍA CRISTINA. (2011). Comunicación popular: continuidades, transformaciones y desafíos. En *Revista Oficios Terrestres* Vol. 26, Nro. 26, Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, La Plata. Recuperado de: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982>

MATTELART, ARMAND. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Paidós, Buenos Aires.

MATTELART, ARMAND. (2005). "Sociedad de la información. Premisas, nociones e historia de su constitución" en *Democracia y Ciudadanía en la Sociedad de la Información: desafíos y articulaciones regionales*. ECI-UNC.

MESA SUÁREZ, PAULA. (2014). *RNMA, la conformación de una red de medios alternativos en Argentina*. 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA). E-Book. Recuperado de: http://comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2013/02/TESINA_Paula_Mesa_Suarez.pdf

MINOLDO, SOL; BALIÁN, JUAN CRUZ. (4/6/2018). La lengua degenerada. Artículo publicado en *El Gato y La Caja*. Recuperado de: <https://elgatoylacaja.com.ar> Consultado el 21 de octubre de 2018.

MONJE, DANIELA; ZANOTTI JUAN MARTÍN Y RIVERO EZEQUIEL. (2016). "Nuevas disputas por el Derecho a la Comunicación en Argentina: el giro a la derecha a partir de diciembre de 2015". En *Derecho a la comunicación, procesos regulatorios y democracia participativa en América Latina*. Sección II Disputas políticas, procesos regulatorios y democracia. CIESPAL. Quito.

NACIONES UNIDAS, RELATORÍA DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN (2009). *Promoción y protección de todos los Derechos Humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales, incluido el derecho al desarrollo*, Informe del Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión, Sr. Frank La Rue, A/HRC/11/4.

PULLEIRO, ADRÍAN. (2011). Diez tesis para una comunicación alternativa. En *Revista Batalla de Ideas*, n° 2, año 2. Recuperado de: <http://batalladeideas.org/wp-content/uploads/2018/01/07.-Pulleiro-bdi-2.pdf>

PULLEIRO, ADRIÁN. (2012). *La radio alternativa en América Latina. Experiencias y debates desde los orígenes hasta el siglo XXI*. Cooperativa Gráfica El Río Suená.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Recuperado de: <http://www.rae.es/rae.html>

RED NACIONAL DE MEDIOS ALTERNATIVOS. (20/09/2011). La RNMA presentó su definición de Medios Comunitarios, Alternativos y Populares ante la AFSCA. Última visita 16 de noviembre de 2018. Disponible en: <https://rnma.org.ar/fr/documentos/documentosrnma/2365-la-rnma-presento-su-definicion-de-medios-comunitarios-alternativos-y-populares-ante-la-afsca>

RODRÍGUEZ ESPERÓN, CARLOS. (1994). La guerra y la paz El Salvador: De lo alternativo a lo alterativo. En *Revista Causas y Azares* N°1. Buenos Aires. PP. 99-106.

ROSSI, DIEGO. (2002) "*Precisiones sobre acceso y participación en la comunicación masiva*". Mimeo. Facultad de Ciencias Sociales. UBA.

SÁEZ BAEZA; CHIARA. (2008). *Tercer sector de la comunicación: teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela*. Tesis doctoral. Bellaterra, Universidad Autónoma de Barcelona.

SEGURA, MARÍA SOLEDAD Y WECKESSER, CINTIA (EDS.). (2016). *Introducción. En Los medios sin fines de lucro desde la Ley Audiovisual. Estrategias, desafíos y Debates en el escenario 2009-2015*. En Prensa.

SEGURA, MARÍA SOLEDAD; LINARES, ALEJANDRO; HIDALGO, ANA LAURA; VILLAGRA, EMILIA; KEJVAL, LARISA; VINELLI, NATALIA; TRAVERSARO, NATALIA Y LONGO, VERÓNICA. (2017). "Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores". Equipo Pio-Conicet. Extraído de *Radios y televisoras sin fines de lucro: blog del proyecto: "Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26.522. Condiciones, estrategias y desafíos"*, de CONICET y la Defensoría del Público. Recuperado de: <https://comunicacionsfl.wordpress.com/2017/07/31/sostenibilidad-en-las-radios-y-televisoras-comunitarias-populares-yo-alternativas-dimensiones-categorias-e-indicadores/>

SEGURA, MARÍA SOLEDAD; LONGO, VERÓNICA; HIDALGO, ANA LAURA; TRAVERSARO, NATALIA; LINARES, ALEJANDRO; VINELLI, NATALIA Y ESPADA, AGUSTÍN. (2018). Los públicos de medios comunitarios, populares y alternativos en América Latina. El caso

argentino. En *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 7(1), 5-45. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.25267/COMMONS.2018.v7.i1.01>

SIMPSON GRINBERG, MÁXIMO. (1986). "Comunicación alternativa: Tendencias de la investigación en América Latina", en Simpson Grinberg, Máximo (Compilador); *Comunicación alternativa y cambio social*, Premiá, México.

TERCEÑO SOLOZANO, Candelaria. (2014/2015). *Recomendaciones para un uso inclusivo del lenguaje*. Oficina para la Igualdad de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Recuperado de: https://www.upo.es/cms1/export/sites/upo/upsc/igualdad/documentos/guia_lenguaje_no_sexista_como_libro.pdf . Consultado el 1 de noviembre del 2018.

UNESCO. (1991). *Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje*. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001149/114950so.pdf> . Consultado el 21 de octubre del 2018/.

UNESCO (2008), *Indicadores de Desarrollo Mediático, Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*, París. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102S.pdf>

UNESCO (2017), *Community Media Sustainability Policy Series*, París. Recuperado de: <https://en.unesco.org/community-media-sustainability/policy-series/>

VAN DIJCK, JOSÉ. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. 1º Ed. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

VIEYTES, RUT. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: Epistemología y técnicas*. 1ª edición Editorial de las Ciencias, Buenos Aires.

VINELLI, NATALIA. (2013). De la posibilidad de existencia a las condiciones de funcionamiento aceptadas. Las dificultades del encuadramiento de la alternatividad dentro de la categoría sin fines de lucro. En *AVATARES de la comunicación y la cultura*, N° 6.

VINELLI, NATALIA. (2016). *La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación*. Colectivo El Topo Blindado, Editorial Cooperativa El Río Suená. Buenos Aires.

VINELLI, NATALIA Y RODRÍGUEZ ESPERÓN, CARLOS. (COMPS.) 2004. *Contrainformación, medios alternativos para la acción política*. 1era edición en papel: Editorial Peña Lillo/Continente.

VILLAMAYOR, CLAUDIA Y LAMAS, ERNERSTO. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Friedrich Ebert Stiftung (FES) y Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), Quito. Recuperado de: http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/PDFs/COM_manualdegestion_mod4.pdf

Informantes clave

Bearzotti, Alfredo
 Becerra, Martin
 Debanne, Luciano
 Leno, María José
 Monje, Daniela
 Ottaviano, Cynthia
 Sotelo, Lucrecia
 Valdemarín, Paola

Anexos



Anexo 1

Anexo 2



The screenshot shows the website 'LA VENTOLERA' with a header featuring a rainbow logo and the text 'LA VENTOLERA'. The navigation menu includes: INICIO, ¿QUIENES SOMOS?, NOTICIAS, EDICIONES IMPRESAS, and SÉ PARTE DE ESTE PROYECTO. The main content area is divided into sections:

- ULTIMAS NOTICIAS**
 - Se realizó un seminario taller sobre Ecología política y horizontes emancipatorios en la UNVM
 - Cómo piensan los libros
 - Un presupuesto de ajuste que (además) amplía brechas de género
 - Paso a paso... El Algarrobal será reserva
- CUESTION DE TODOS**
 - Se realizó un seminario taller sobre Ecología política y horizontes emancipatorios en la UNVM**
 - 9 noviembre, 2018
 - Estuvo a cargo de Leonardo Rossi, con quien charlamos para conocer un poco más de qué trató esta propuesta de la que participaron estudiantes de las Licenciaturas en Ambiente y ...
 - [VER MÁS](#)
- LETRAS ANDANTES**
 - Cómo piensan los libros**
 - 8 noviembre, 2018
 - En las áreas en las que nos ocupamos, la comprensión sólo se produce en forma de relámpagos. El texto es el largo trueno que los sigue. Walter Benjamin. El truco ...
 - [VER MÁS](#)
- NOTICIAS**
 - Cuestión de todos
 - Huellas de mi barrio

There is also a cartoon illustration of a girl holding a globe with the text 'Sami piuke' written around her.

Anexo 3

WordPress dashboard interface showing the "Escritorio" (Dashboard) view. The top navigation bar includes the site name "La Ventolera Villa María", user profile "Hola, Ailín Peirone", and utility links like "Opciones de pantalla" and "Ayuda".

The main content area is divided into several sections:

- De un vistazo (At a glance):** Shows 159 entries, 7 pages, and 15 comments. A note states "WordPress 4.7.3 funciona con el tema HitMag."
- Actividad (Activity):** Lists recent publications with timestamps and titles, such as "Se realizó un seminario taller sobre Ecología política y horizontes emancipatorios en la UNVM".
- Comentarios recientes (Recent comments):** Shows a comment from "De Norma en La UNVM" regarding the "Autovía de montaña".
- Borrador rápido (Quick Draft):** A form for creating a new post with a title field and a text area containing "¿Qué te está pasando por la cabeza?". A "Guardar" (Save) button is present.
- Borradores (Drafts):** Lists saved drafts with titles like "Conspiración y resistencia entre empanadas y vino tinto" and "Escribir para distraer o entretener sería complicidad".
- Noticias de WordPress (WordPress News):** A section for news, with a link to "Alucinantes logros del equipo de traducciones de WordPress España".

Anexo 3

WordPress dashboard interface showing the "Estadísticas" (Statistics) view. The top navigation bar includes "Página", "Bandeja de e..." (20+), "Notificaciones" (25), "Estadísticas", "Herramientas...", "Promociones", "Configuración", and "Ayuda".

The main content area displays "Promociones recientes en La Ventolera" (Recent promotions in La Ventolera). A sidebar on the left lists navigation options like "Información general", "Promociones", "Seguidores", etc.

The promotion list includes the following data:

Imagen	Título	Personas alcanzadas	Interacción	Gasto total	Botón
	Participamos del proyecto "Nuestra tierra, mont..."	1.698	152	\$100,00	Ver resultados
	Se realizó un abrazo simbólico a la UNVM, med...	2.916	330	\$50,00	Ver resultados
	Un fogón queer, una forma de hacer disturbios. ...	2.058	69	\$40,00	Ver resultados
	En los tiempos de crisis el trabajo colectivo es e...	1.188	34	\$40,00	Ver resultados
	El próximo jueves 17 de mayo en Villa María se...	1.130	40	\$30,00	Ver resultados

Anexo 4

Página	Bandeja de e... 20+	Notificaciones 25	Estadísticas	Herramientas...	Promociones	Configuración	Ayuda ▾
Información general							
Promociones							
Seguidores							
Me gusta							
Alcance							
Visitas a la página							
Vistas previas de la página							
Acciones en la página							
Publicaciones							
Eventos							
Videos							
Historias							
Personas							
Estadísticas locales							
Mensajes							
Pedidos							
		Publicación promocionada Motivadas por la preservación del último monte ... Promocionada por Lihuen Peirone el May 2, 2018 Finalizada	4.568 Personas alcanzadas	182 Clics en el enlace	\$100,00 Gasto total: \$100,00	Ver resultados	
		Publicación promocionada Compartimos una nota escrita por la compañier... Promocionada por Lihuen Peirone el May 2, 2018 Finalizada	3.041 Personas alcanzadas	238 Clics en el enlace	\$30,00 Gasto total: \$30,00	Ver resultados	
		Publicación promocionada Compartimos la nota que escribió el compañero... Promocionada por Lihuen Peirone el Apr 19, 2018 Finalizada	1.377 Personas alcanzadas	49 Clics en el enlace	\$30,00 Gasto total: \$30,00	Ver resultados	
		Publicación promocionada La Ventolera está que salta de felicidad, hoy no ... Promocionada por Lihuen Peirone el Apr 19, 2018 Finalizada	1.472 Personas alcanzadas	29 Clics en el enlace	\$30,00 Gasto total: \$30,00	Ver resultados	
		Publicación promocionada En Villa María hace dos años que canta la alegr... Promocionada por Lihuen Peirone el Apr 18, 2018 Finalizada	1.708 Personas alcanzadas	39 Clics en el enlace	\$30,00 Gasto total: \$30,00	Ver resultados	
		Publicación promocionada No queremos ver tanta mentira organizada Des... Promocionada por Lihuen Peirone el Apr 17, 2018 Finalizada	1.013 Personas alcanzadas	2 Respuestas a men...	\$50,00 Gasto total: \$50,00	Ver resultados	

Anexo 4

Información general	País	Tus seguidores	Ciudad	Tus seguidores	Idioma	Tus seguidores
Promociones	Argentina	1.888	Villa María, Provincia d...	1.027	Español	1.533
Seguidores	Colombia	18	Córdoba, Provincia de ...	216	Español (España)	430
Me gusta	México	16	Villa Nueva, Córdoba	57	Portugués (Brasil)	7
Alcance	Perú	11	Buenos Aires, Argentina	44	Inglés (Reino Unido)	5
Visitas a la página	Chile	11	Bell Ville, Provincia de ...	34	Inglés (Estados Unidos)	5
Vistas previas de la página	Uruguay	8	Rafaela, Santa Fe (Arg...	28	Italiano	3
Acciones en la página	Estados Unidos de Am...	6	Puerto San Julián, Arg...	24	Árabe	1
Publicaciones	Brasil	6	Río Cuarto, Provincia d...	19	Alemán	1
Eventos	Costa Rica	4	Monte Buey, Provincia ...	14	Español (México)	1
Videos	España	4	Hernando, Córdoba	14	Francés (Francia)	1
Historias	Bolivia	4	Salta, Provincia de Salt...	12		
Personas	Italia	2	Arroyo Cabral, Córdoba	12		
Estadísticas locales	Canadá	2	Rosario, Santa Fe (Arg...	11		
Mensajes	Francia	1	General Cabrera, Córdoba	11		
Pedidos	Honduras	1	Oliva, Córdoba	10		

Anexo 5

Información general Promociones Seguidores Me gusta Alcance Visitas a la página Vistas previas de la página Acciones en la página Publicaciones Eventos Videos Historias Personas Estadísticas locales Mensajes Pedidos	Alemania	1	Marcos Juárez, Provin...	10	
	Nicaragua	1	Río Gallegos, Argentina	9	
	Egipto	1	San Francisco (Córdob...	9	
	Ecuador	1	Santa Fe (Argentina), ...	9	
	India	1	Lima, Departamento d...	8	
				La Plata, Provincia de ...	8
				Santa Eufemia, Córdoba	7
				Ciudad de México, Mé...	7
				Las Varillas, Córdoba	6
				Santiago de Chile, Reg...	6
				Tío Pujio, Córdoba	6
				Bogotá, Colombia	6
				San Juan (Argentina), ...	6
				Comandante Luis Pied...	6
				Justiniano Posse, Córd...	6
				Laborde, Córdoba	5

Anexo 5



LA VENTOLERA

Inicio

Publicaciones

Opiniones

Fotos

Información

Ver más

Promocionar

Administrar promociones

Te gusta Siguiendo Compartir

de subjetividad, de identidad política, que tiene que ver con un modelo civilizatorio que denominamos occidental, moderno, colonial, patriarcal, que está justamente explotando nuestras vidas cotidianas". Invitaron a participar: Asamblea Socioambiental el Monte Nativo Vuelve y Piedra Libre Unvm.

Lee la nota completa ingresando en este enlace.



LAVENTOLERA.VM.COM.AR

Se realizó un seminario taller sobre Ecología política y horizontes emancipatorios en la UNVM | La Ventolera Vill...

Enviar mensaje

Comunidad

Raquel Guadalupe Cardozo y 318 amigos más indicaron que les gusta esto o registraron una visita

Invitar a amigos

A 1.968 personas les gusta esto

1.989 personas siguen esto

Información



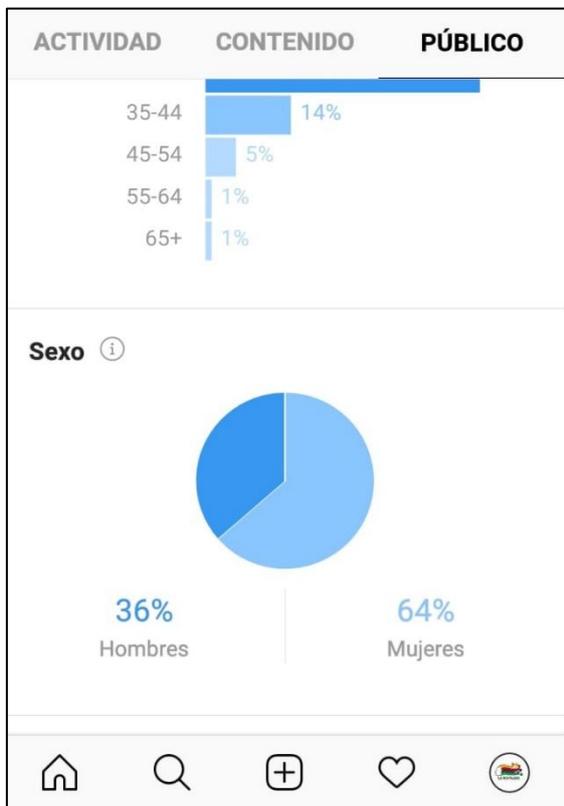
Promociona tu negocio en tu zona para que la gente vaya directamente a 5900.

Promocionar negocio local

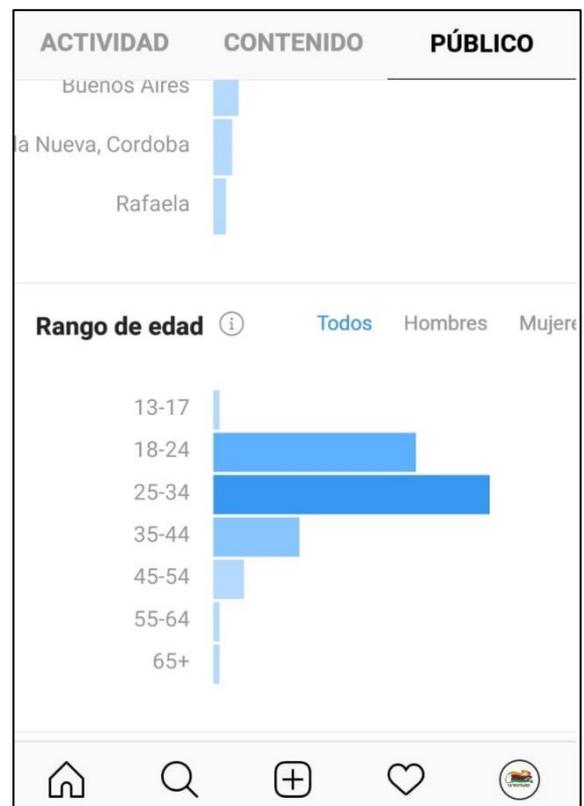
Anexo 6



Anexo 7



Anexo 8



Anexo 9



Anexo 10



Anexo 11

La Ventolera Villa María
61 suscriptores

SUSCRITO 61

INICIO **VÍDEOS** LISTAS DE REPRODUCCIÓN CANALES COMENTARIOS MÁS INFORMACIÓN

Videos subidos REPRODUCIR TODO

ORDENAR POR

Video	Visualizaciones	Tiempo
Agua de la Crecida - Eze Agüero / La Ventolera	136	3:41
Juliana Mosoni / La Ventolera	378	1:47
Nuestra tierra, monte y agua (Movimiento campesino de...)	269	6:11
La Lucha continúa: toma unvm	24	0:43
Toma UNVM	270	0:31
Marta Ramallo - La Ventolera	29	1:55
El Montecito Resiste - VM	615	7:36
#8M- PARO INTERNACIONAL DE MUJERES- Villa María	575	2:15
6ta Marcha de la gorra - Villa María, Córdoba	681	2:02

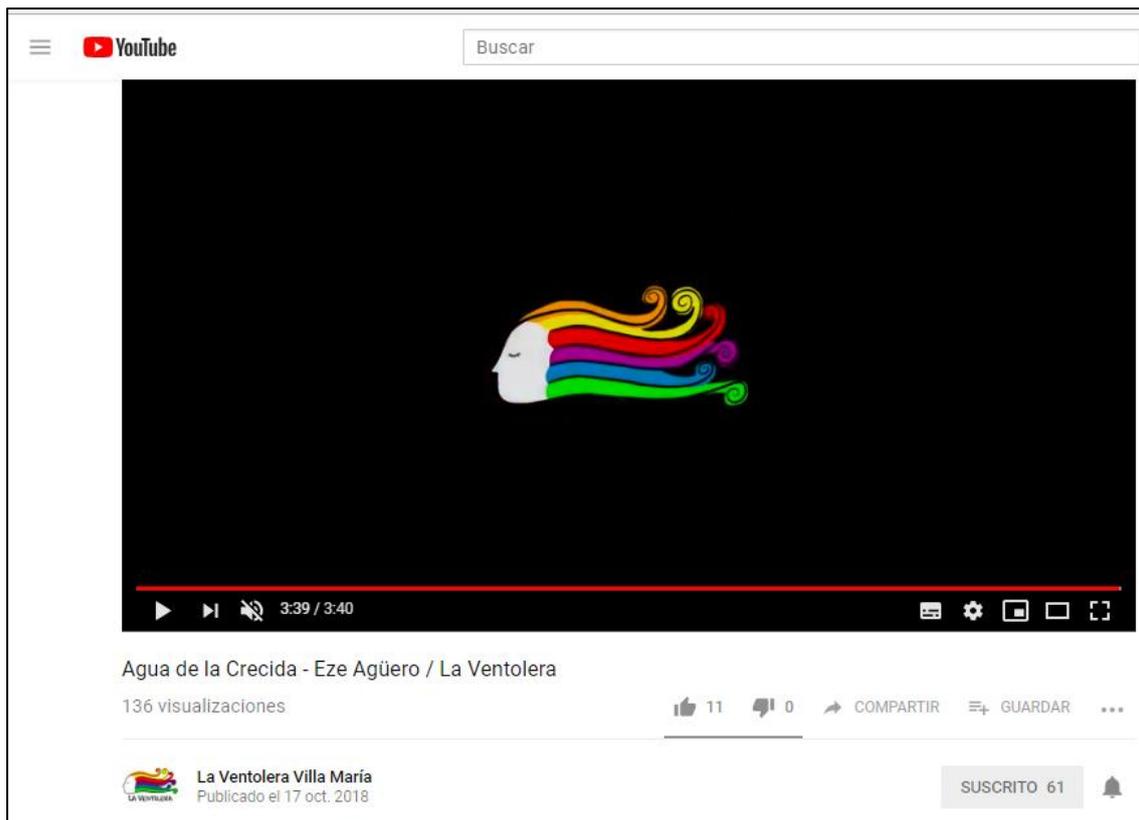
Anexo 12



Anexo 13



Anexo 13



Anexo 14



Anexo 15



Anexo 15

La tinta
@latintacba

Inicio
Eventos
Publicaciones
Fotos
Videos
Opiniones
Información
Comunidad
Información y anuncios

Crear una página

“Lo peor ya pasó”

la tinta
periodismo hasta mancharse
latinta.com.ar

Te gusta ▾ | Siguiendo ▾ | Compartir | ...

Más información | Enviar mensaje

4.8 4,8 de 5 - Según la opinión de 478 personas

Comunidad Ver todo

Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

A 90.890 personas les gusta esto

92.487 personas siguen esto

Julian Diaz y 190 amigos más indicaron que les gusta esto o registraron una visita

Publicaciones

La tinta
9 de noviembre a las 19:03

Anexo 16

la tinta
periodismo hasta mancharse

1047 13.1k 178
publicaci... seguidores seguidos

Enviar mensaje

La tinta
Medio de comunicación/noticias
#Noticias desde #Córdoba. Una herramienta para compartir las miradas sobre el mundo y difundir las alternativas que estamos caminando. @latintacba
Ver traducción
www.latinta.com.ar/
julian.diaazz, titospunks, malajuntacbapg y 87 más siguen a esta persona

IGTV AbortoLegal... Asociate #LTEnLugares

Anexo 17

la tinta
 Buscar en esta app

Inicio Cooñba Comunidad Nacionales Tercer mundo Opinión Cúida La 10 Géneros Fotografía

Tinta China Ducha



Los cuerpos como territorios de disputa: herramientas para pensar las luchas feministas y la violencia contra las mujeres



Juicios por la Verdad: "La impunidad los llevó a irse de boca"

La difa Patricia Ciarabá, secuestrada y torturada en La Escuela de Zuloaga, a 20 años de haberse agotado procedimientos judiciales no penales que se desarrollaron en las ciudades de La Plata, Ibar del Plata, Mendoza y la propia ciudad baziense.



Qué es ser intersex: conceptos para derrumbar mitos y prejuicios

Publicamos una serie de definiciones, datos y aclaraciones sobre la intersexualidad que Diana Ciarabá -activista intersex y trans, directora de GALT e integrante de "Justicia Intersex"- compartió en sus redes sociales el 26 de octubre, Día Internacional de la Visibilidad Intersex.

Anexo 18

← latintacba



TIEMPO DE SALARIO EMOCIONAL. SE QUE SE TRATA ESTE NUEVO BENEFICIO LABORAL

QUE DE QUE SE TRATA ES MEY DUNDE EN NUESTRA EMPRESA YA LO ANUNCIAMOS

MEY ESTANDO DE ANIMO PARA PAGAR MEJORES OTROS MEY SI SE HAZANDE CERO A LOS HODEROS INTERIOR

LAS COSAS SIEM LO MEJOR DE LOS ARGENTINOS

¿A PORQUE SE LO LLEFAN?

UNA MUJER ES MEJORA CUANDO ES MADRE

NO LE PREFIERE ATENCION A UN HODEROS

SORTEO ALTA YARA

PERU BOLIVIA ARGENTINA FMI BRASIL

SORTEO ORGANICOS DE MI TIERRA

EXCLUSIVO PARA SOCIOS DE LA TINTA

ORGANICOS DE MI TIERRA

PARA LOS SOCIOS QUE QUERAN DE UN MEJOR PRODUCTO

la tinta

Home Search Add Favorites Location

Anexo 18

VOS TAMBIÉN PODÉS SER DUEÑA DE UN MEDIO



Por solo **\$100** por mes podés ser dueña. Siendo socia o socio de **la tinta** es la mejor manera que tenés de apoyar a este proyecto libre, autogestivo y transformador que ya te ganó el corazón.

QUIERO SER DUEÑA
mediante Débito Automático

Nuestro objetivo nunca fue ni será el lucro. Todo lo contrario. Creemos que hay otra manera de hacer comunicación y esa otra manera involucra todo: desde la agenda que proponemos y la manera de abordarla, la relación con los protagonistas, con los demás medios y colectivos de comunicación, el discurso y la narrativa, lo físico y lo estético, hasta la manera de sostener el proyecto.

Cuando muchas personas se unen, pasan cosas increíbles. No sólo se trata de que queremos cambiar la manera de comunicarnos: queremos transformar todo lo que está mal en este mundo. Y en eso andamos, vos y todos nosotros.

La tinta, periodismo hasta mandarse.

latinta.com.ar | web@latinta.com.ar | latinta.com.ar | latintacba

la tinta

VOS TAMBIÉN PODÉS SER DUEÑA DE UN MEDIO



Anexo 19

Asociate 12 sem

ASOCIATE AMIGUE

“PORQUE LO PEOR NO PASÓ Y NECESITAMOS CUERPAS”
RAZÓN #49

SOBRAN RAZONES PARA DAR UNA MANO
POR \$100 PODÉS SER DUEÑA DE UN MEDIO. ASOCIATE.

la tinta
periodismo hasta machucarse
latinta.com.ar

Enviar mensaje

Anexo 20

Asociate 13 sem

HACETE SOCIE AMIGUEEE

“PORQUE SE VA A CAER! SE VA A CAER!”
RAZÓN #02

SOBRAN RAZONES PARA DAR UNA MANO
POR \$100 PODÉS SER DUEÑA DE UN MEDIO. ASOCIATE.

la tinta
periodismo hasta machucarse
latinta.com.ar

**SE V A A
C A E R**

Enviar mensaje

Anexo 20

Asociate 14 sem

HACETE SOCIE AMIGUE

“PORQUE LA COMUNICACIÓN NO ES UNA MERCANCÍA”
RAZÓN #17

SOBRAN RAZONES PARA DAR UNA MANO
POR \$100 PODÉS SER DUEÑA DE UN MEDIO. ASOCIATE.

la tinta
periodismo hasta machucarse
latinta.com.ar

Enviar mensaje

Anexo 20

Asociate 15 sem

Sobran las razones para seguir haciendo lo que hacemos. Hacete dueña. Asociate.

“PORQUE DEFENDEMOS LO QUE PENSAMOS”
RAZÓN #05

SOBRAN RAZONES PARA DAR UNA MANO
POR \$100 PODÉS SER DUEÑA DE UN MEDIO. ASOCIATE.

la tinta
periodismo hasta machucarse
latinta.com.ar

Enviar mensaje

Anexo 20



Anexo 21



Anexo 21



Anexo 21

la tinta
periodismo independiente

Buscar en este sitio...

Inicio Córdoba Comunidad Nacionales Tercer mundo Opinión Gilda La 10 Géneros Fotografía Tinta China Dueña



Nota de Tapa

Los cuerpos como territorios de disputa: herramientas para pensar las luchas feministas y la violencia contra las mujeres

Publicado: 9 noviembre, 2018

El 26 y el 27 de octubre de 2018, más de veinte organizaciones sociales y medios libres de comunicación vivimos a encontramos en el tercer trabajo colectivo de reflexión sobre nuestras prácticas en torno al eje "feminismos" en el marco de la Catedra libre Ideas Memorias.

0 comentarios

Hijas e Hijos de genocidas: la historia se reconstruye

7 junio, 2018 por Redacción La Tinta

El miércoles 16 de mayo en la ciudad de Rafaela (Santa Fe), se desarrolló la charla "Pariendo memoria y futuro", organizada por el Espacio de la Memoria de la ciudad, que contó con la participación de Analía Kalinec, integrante del colectivo "Historias desobedientes. Hijos e hijas de genocidas". La Ventolera tuvo la posibilidad de dialogar con ella, para lograr conocer de qué se trata este grupo y qué intenciones tienen.

Por La Ventolera

A los 24 años recibe un llamado telefónico de su mamá diciéndole "mira, no te asustes, pero papá está preso". Nació en el '79, nunca había vinculado a su papá con el accionar de la dictadura. "Además, yo crecí en años de impunidad, durante toda mi escuela secundaria estos temas no eran abordados y mucho menos al interior de la casa", afirmó.

POR \$100 PODÉS SER DUEÑA DE UN MEDIO. ASOCIATE.

Anexo 22

la tinta
periodismo independiente

Buscar en este sitio...

Inicio Córdoba Comunidad Nacionales Tercer mundo Opinión Gilda La 10 Géneros Fotografía Tinta China Dueña



Nota de Tapa

Los cuerpos como territorios de disputa: herramientas para pensar las luchas feministas y la violencia contra las mujeres

Publicado: 9 noviembre, 2018

El 26 y el 27 de octubre de 2018, más de veinte organizaciones sociales y medios libres de comunicación vivimos a encontramos en el tercer trabajo colectivo de reflexión sobre nuestras prácticas en torno al eje "feminismos" en el marco de la Catedra libre Ideas Memorias.

0 comentarios

Farsa y tragedia del Plan Primavera II

1 octubre, 2018 por Redacción La Tinta

Viajemos en el tiempo de 2018 a 1988 y a 1978 para entender algunas cosas del presente del tercer neoliberalismo en emergencia.

Por Alejandro Vanoli para El Cohete a la Luna

Tablita de salvación y Botes

Hace casi 40 años, a fines de 1978, Martínez de Hoz lanzó la famosa tablita que implicaba preanunciar la tasa de devaluación del peso mes a mes, suponiendo que en una economía con libre movilidad de capitales y apertura importadora, una devaluación descendente haría converger la tasa de inflación argentina de tres dígitos a la tasa de inflación internacional.

"PORQUE HAY QUE ROMPER EL BLINDAJE MEDIÁTICO"

Anexo 22

COSECHA ROJA.ORG

Cosecha Roja
@cosecharoja

Inicio
Publicaciones
Opiniones
Videos
Fotos
Ver más
Crear una página

Te gusta Siguiendo Compartir Más información Enviar mensaje

Crear publicación
Escribe una publicación...

Foto/video Etiquetar ami... Estoy aquí

Publicaciones
Cosecha Roja
1 h

4.3 4,3 de 5 · Según la opinión de 288 personas

Comunidad Ver todo
Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página
A 112.893 personas les gusta esto
114.497 personas siguen esto
A Wen Ceslae y 93 amigos más les gusta esto

Anexo 23

cosecharoja

COSECHA ROJA

215 publicaciones 35.3k seguidores 71 seguidos

Seguir

Cosecha Roja
Sitio web de noticias y medios de comunicación
cosecharoja.org/
América Latina, Buenos Aires, Argentina
nicolobustos, mariaved, eli_cronopia y 139 más siguen a esta persona

BecaCosech...

Correo electrónico Cómo llegar

Home Search Post Heart Profile

Anexo 24

The screenshot shows the COSECHA ROJA website homepage. The navigation bar includes: HOME, SOBRE LA RED, NOTICIAS DE LA SEMANA, BECA, COLUMNISTAS, CONTACTO, TALLERES, ASOCIATE. The main content area features a grid of articles:

- Top Left:** A group of people holding signs that say "X + MUJERES" and "MÚSICAS EN LOS ESCENARIOS". Below it, the article title is "Por qué hacen falta más mujeres músicas en los escenarios" (GÉNEROS - 06/10/2018). The text mentions the researcher Mercedes Laika and cultural manager Alicia Gardín.
- Top Right:** A portrait of a woman. Below it, the article title is "El rastro en los huesos: identificaron a una desaparecida 42 años después" (LESA/HUMANIDAD - 08/10/2018). The text mentions Marcos De Carlo and the identification of a body in a cemetery.
- Bottom Left:** A close-up of a person's face, partially obscured by a sign.
- Bottom Right:** A close-up of a person's face, looking upwards.

Anexo 25

The screenshot shows the COSECHA ROJA website homepage with a large banner and a sidebar:

- Navigation Bar:** HOME, SOBRE LA RED, NOTICIAS DE LA SEMANA, BECA, COLUMNISTAS, CONTACTO, TALLERES, ASOCIATE.
- Main Banner:** A large image with the text "En Tucumán quieren prohibir los abortos en caso de violación". Above it, there is a smaller banner for "MARTES 13" (NOVIEMBRE) with the hashtag #ChoripaneadaCosechaRoja. To the right of the main banner, there is a pink box with "0800 DEFENDER (33 - 338 - 337)" and a green box with "¡VIVIMOS MÁS VIVIR QUE NUNCA" and "mda.gob.ar".

Anexo 25

The screenshot shows the COSECHA ROJA website homepage with a large banner and a list of columnists:

- Navigation Bar:** HOME, SOBRE LA RED, NOTICIAS DE LA SEMANA, BECA, COLUMNISTAS, CONTACTO, TALLERES, ASOCIATE.
- Main Banner:** A large dark banner with the text "#AyudanosACosechar" and "Defendé el periodismo que te interesa." followed by the URL "cosecharoja.org/aporta".
- Section Header:** "Columnistas" is written below the banner.
- Columnist List:** A list of articles is shown below the section header. The first article is titled "Los derechos humanos de los jueces (y las juezas)" by "POR MARIO JULIANO", dated "07/10/2018". The text below the title reads: "Los jueces y juezas somos personas muy particulares, caracterizados -e..."

Anexo 26

Socompa
@socompa.web

Inicio
Publicaciones
Fotos
Comunidad
Videos
Información
Información y anuncios

Te gusta | Siguiendo | Compartir | Más información | Enviar mensaje

Información [Sugerir cambios](#)

INFORMACIÓN DEL NEGOCIO

Inicio el 31 de diciembre de 2016

Misión
Aportar una óptica amplia y diversificada sobre la realidad, con información, interpretación y opinión.

INFORMACIÓN DE CONTACTO

m.me/socompa.web
socompainfo@gmail.com
http://socompa.info

MÁS INFORMACIÓN

Descripción
Periodismo de frontera en <http://so-compa.com>

Sitio web · Periódico

HISTORIA

Nuestra historia
Socompa se constituyó en diciembre de 2016 como un proyecto periodístico en busca de un espacio para ejercer el oficio sin presiones de medios o de intereses. En cierto sentido explica la elección del nombre: Socompa es una localidad fronteriza con Chile, donde además se encuentra un volcán. El lema es: Socompa, periodismo de frontera. Queremos gen...
Ver más

MIEMBROS DEL EQUIPO

Rubén Levenberg
Daniel Cecchini

Anexo 27

Socompa
@socompa.web

Inicio
Publicaciones
Fotos
Comunidad
Videos
Información
Información y anuncios

Te gusta | Siguiendo | Compartir | Más información | Enviar mensaje

Crear publicación

Escribe una publicación...

Foto/video | Etiquetar ami... | Estoy aquí

Publicaciones

Socompa
5 de septiembre

Desde hace casi dos años, Socompa te divierte, te irrita, alimenta tus ganas de enojarte, te informa y te entrega periodismo de frontera, que es otra cosa... Ayudanos a seguir haciendo todo eso. Tu aporte es más que bienvenido: Desde 100 pesos. Transferencias a la cuenta de ahorro del Banco Patagonia: CBU 0340100808209959131005. Gracias totales

Pregunta a Socompa

"Quiero chatear con alguien." Preguntar
"Tengo una pregunta." Preguntar
Escribe una pregunta...

Nuestra historia
Socompa se constituyó en diciembre de 2016 como un proyecto periodístico en busca de un espacio para...
Ver más

Comunidad [Ver todo](#)

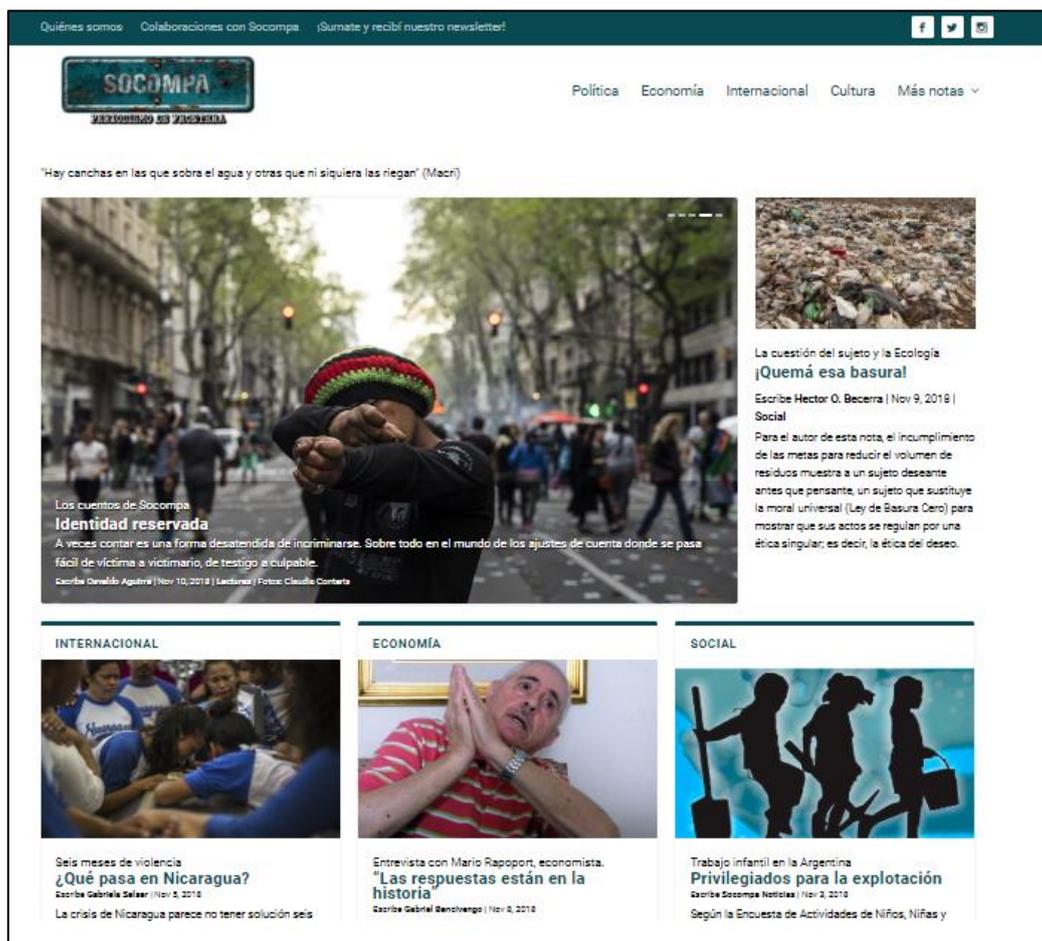
Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

A 17.156 personas les gusta esto
17.575 personas siguen esto
A Luu Martinez y 15 amigos más les gusta esto

Anexo 28



Anexo 29



Anexo 30

Quiénes somos Colaboraciones con Socompa ¡Sumate y recibí nuestro newsletter!

f t

SOCOMPA
PERIODISMO DE FRONTERA

Política Economía Internacional Cultura Más notas ▾

BUSCAR ...

Aquí estamos

Socompa, donde hacemos periodismo de frontera



Socompa comenzó a salir el 30 de diciembre de 2016 y se constituyó como un proyecto periodístico en busca de un espacio donde se ejerciera el oficio sin presiones de medios o de intereses. Algo que en cierto sentido explica la elección del nombre del sitio: Socompa es una localidad fronteriza con Chile, donde además se encuentra un volcán. El lema es: Socompa, periodismo de frontera. O sea generar contenidos claros pero que no adscriban a ningún sector.

Del proyecto participan periodistas y fotógrafos de una vasta trayectoria y que buscan ejercer su profesión como creen que se debe concretarla, sin responder a intereses que desvirtúen y condiciones lo que se escriba y se muestra. Una libertad que no se puede hallar en los medios tradicionales.

La temática se centra en la realidad política de Argentina, pero hay un espacio reservado a temas sociales y culturales. Por otro lado, se aspira a una amplia diversidad de géneros, dando un lugar especial a la crónica.

Su público tiene desde 25 hasta más de 60 años, utiliza activamente dispositivos móviles, de lectura hipertextual e hipermedial, con demanda de análisis e información sobre temas como política, economía, cuestiones sociales, cultura, lecturas, ciencia y una sección muy querida, "Ciencia Bruja", con una mirada por fuera de los paradigmas. Todo en un formato que permita tanto notas extensas como breves y que tenga un espacio para frases destacadas.

VOLVER A VER

 **Del caza reactor a El Justicialista**
Nov 11, 2018 | Historias

 **Cómo pensar la política hoy**
Nov 11, 2018 | Política

 **Historia del Pulqui y otros ingenios voladores**
Nov 10, 2018 | Historias

 **Identidad reservada**
Nov 10, 2018 | Lecturas

 **¿El nazismo es una trivialidad?**
Nov 9, 2018 | Opinión

ETIQUETAS

Aborto Ajuste Argentina Bolsonaro Brasil
Cambiamos Carrió CFK CCT

Aporte a la construcción de nuevas formas de escrituras en un Trabajo Final de Grado

A partir de la consulta realizadas a especialistas en el tema y de diferentes materiales que hablan de la utilización de un lenguaje no sexista en textos académicos se pudo llegar a diferentes consejos para generar nuevas formas de escritura en un Trabajo Final de Grado anclado en un lenguaje inclusivo. En este sentido, la UNESCO (1991) expresa que “el lenguaje, por su estrecha relación dialéctica con el pensamiento, puede cambiar gracias a la acción educativa y cultural, e influir positivamente en el comportamiento humano y en nuestra percepción de la realidad” (p.2).

¿De qué hablamos cuando hablamos de una comunicación con perspectiva de género?

Según el CNCA la comunicación con perspectiva de género “trata de incluir en las diferentes manifestaciones de la comunicación, en el lenguaje visual, hablado y escrito, un trato igualitario y respetuoso entre mujeres y hombres” (2016). A nuestro parecer, a su vez, se debe hacer una representación en el lenguaje de todos los tipos de identidades de género que coexisten cuidando de no generar términos binarios que excluyan y discriminen ya sea a través de la escritura o en cuanto a la representación audiovisual y fotográfica.

El lenguaje sexista tradicional según la Oficina para la Igualdad de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla “construye, refleja y perpetúa un pensamiento y una forma de trato sexista y discriminatorio, contribuye a transmitir una ideología y unas relaciones de poder patriarcales” (2014, p.4). “Se refleja el androcentrismo lingüístico, que confunde lo masculino con lo universal y una escasa voluntad de cambio” complementa.

¿Cómo construir un mensaje no sexista?

Dentro de los materiales consultados destacamos la utilización de la *Guía de Lenguaje Inclusivo de Género* creado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes del gobierno de Chile (CNCA) (2016). A su vez, las *Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje* elaborado por la UNESCO (1991) y *las Recomendaciones para un uso inclusivo del lenguaje* de la Oficina para la Igualdad de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (2014).

Es preciso dar cuenta que los materiales consultados hablan de “consejos” a la hora de escribir en este tipo de textos, que favorezcan a la supresión de estereotipos de género y de formas de discriminación. En ese sentido, hicimos un relevamiento y elección de aquellos consejos que nos parecían principales para la escritura en Trabajos Finales de Grado y que podían servir a estudiantes que estén transitando este recorrido y que le surjan los mismos interrogantes que a nosotras respecto a cómo escribir desde una perspectiva de género.

Los consejos propuestos a continuación, son netas sugerencias para una utilización del lenguaje con perspectiva de género que pueden ser aceptadas, rechazadas o transformadas según quien escriba. El objetivo es entender al lenguaje como una construcción que genera sentidos y subjetividades y apostar en la formulación de los contenidos a una democratización e igualdad real de las personas y sus derechos.

- Usar pronombres y determinantes sin género.
- En el caso de nombrar mujeres y hombres alternar su orden.
- Omisión de pronombres o artículos (los, las)

- Sustituir el artículo “uno”, por “alguien” o “cualquiera”.
- Evitar el uso de adverbios con marca de género.
- Evitar el uso del signo “@”.
- Evitar el uso de la barra inclinada: “/”.
- Utilizar expresiones neutras.