

**Memoria**  
**Trabajo Integrador Final de Producción**

**Datos personales**

Nombre y apellido: Alejo Salinas

Mail: salinas.ale@hotmail.com

Legajo: 20186/3

Teléfono: 221 – 155443201

**Directora:** Dra. Rossana Viñas

**Co-directora:** Dr. Cristian Secul Giusti

**Asesor:** Lic. Yemina López

**Título:** *Urva*: una revista de experiencias e información para el constructor platense

## ÍNDICE

1. Agradecimientos
2. Descripción del proyecto
3. Introducción
4. Objetivos
5. Justificación
6. Marco político-contextual
7. Herramientas teórico-conceptuales
8. Herramientas metodológicas
9. Alcances y limitaciones
10. Relatoría del proceso de producción del TIF
  - 9.1. Pre-producción
  - 9.2. Producción
  - 9.3. Pos-producción
11. Aproximaciones y aportes finales
12. Bibliografía
13. Anexos

## **1. AGRADECIMIENTOS**

A la flia, por estar, siempre.

A la vieja por sus abrazos, por criarme con alma y mente.

A mi viejo por enseñarme que en este viaje siempre hay que tener proyectos.

A Yemi por esa compañía y amor cálido de casi todos los días.

A Rama, Toni y Fede, por mil guitarreadas, mil mates y otras tantas pizzas-birras compartidas en suelo platense.

A los amigos, los de la plaza de Alvear, a los de la facu, por enseñarme siempre de la vida.

A Ber, a Nico por lo hermanos que son, por hacerme tío y dejarme disfrutar de esas luces nuevas en cada visita serrana.

A Ro y Cristian, por el increíble acompañamiento en esta última instancia.

A todos los que de alguna forma jugaron un papel para que hoy sea la persona que soy.



## 2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto consistió en realizar una producción gráfica de publicación periódica bimestral que aborde la actualidad y el desarrollo urbano de la ciudad, apuntando a recabar y recopilar las voces de los especialistas de estos procesos: los arquitectos y urbanistas (como diseñadores) y los usuarios (tanto particulares como de espacios públicos). Se trató de la producción de una revista centrada en la temática de producción social de formas espaciales en la ciudad de La Plata.

El nombre de la revista, *Urva*, surgió a partir de un juego de palabras entre "curva" y "urbanismo/urbanización", además de reunir ciertas características positivas, como lo fueron su corta extensión y la diferenciación respecto a los títulos de los materiales gráficos circulantes.

El propósito de la publicación ha sido el de brindar información útil y precisa para aquellas personas que se encaminen en el

diseño y construcción -o modificación- de su vivienda, como también datos en torno al barrio o zona en el cual se podría emplazar tal delimitación espacial.

El sustento económico para el emprendimiento se dio a partir de la venta de publicidades a diversos actores implicados e involucrados en el mundo constructivo, ya sean profesionales (arquitectos, ingenieros, diseñadores de interiores, por ejemplo), como también proveedores de materiales y servicios (albañilería, casas de grifería, gasistas).

La distribución de la revista se pensó de manera gratuita en puntos estratégicos de la ciudad, además de estar presente para ser retirada sin cargo en todas las oficinas y negocios que publicitaron y publicaron proyectos propios en la misma.

Finalmente, cabe remarcar la territorialidad de la producción, en tanto que se abordaron casos locales con posibilidades y soluciones locales. Se entendió, desde el inicio, que existe una gran diversidad de variables constructivas/arquitectónicas, pero es fundamental la cercanía para encontrar familiaridad con el caso y relación directa con la experiencia propia del lector.



### 3. INTRODUCCIÓN

¿Cómo comienza un nuevo proyecto? ¿Cómo se piensa? ¿Cómo se le da cuerpo? ¿De qué forma empieza a ser ese y no otro? ¿Cómo lo nutrimos para lograr alcanzar los objetivos? ¿Cómo encarar ese desafío presente ante tal emprendimiento?

Variables, interrogantes, idas y vueltas - muchas, tal vez miles – sobre una idea, sobre qué valorizar por sobre otras cuestiones; cuerpo y mente enfocados en el objetivo, expectativas sobre los resultados.

¿Se comenzaría solo o en compañía? ¿Cuáles fueron las posibilidades que se tuvieron para alcanzar lo propuesto? Preguntas y dudas, miedos y fortalezas que afloraron ante esta situación que no hacía más que generar sueños y esperaba encontrar satisfacciones.

El camino estuvo lleno de contingencias, factores que no se pudieron manejar y que me hicieron reubicar en el mapa ideado; se plantearon escalas de prioridades que fueron

variando, y surgieron nuevos factores a tener en cuenta. Es que cuando alguien se mete en un terreno que no conoce de lleno suele encontrarse con situaciones que lo superan, desarrollando profundamente la adaptabilidad, conociendo mundos, hasta ese entonces, desconocidos.

Imposibilidad/posibilidad, elecciones, valores, objetivos, ¿fines?; en fin, caminos que han de ser recorridos para reconocerse en nuevos ámbitos, ante nuevos desafíos, ante lo inexistente, ante lo que se le trata de dar forma, que se le trata de dar la impronta pretendida, querida y ansiada.

Consejos, voces, experiencias rodeando un trayecto. Muchos factores.

Es posible que todas estas cuestiones atravesaran a las personas que se ponen como meta construir una casa; todas estas cuestiones son las que me planteé para construir esta revista, un producto gráfico pero también el resultado de un proceso, no de unos meses, sino de varios años. Tratando de entender este camino -el de crear-, tratando de abrir un poco el abanico de posibilidades, se pensó a *Urva* como una caja de

herramientas para quien se sumerge y bucea el mundo constructivo.

Un trabajo de producción, pero también de investigación, donde se buscó ahondar en el sentido de la construcción, en el sentido de la vivienda propia, en la idea de posibilidad/imposibilidad de encarar un proyecto constructivo, situados en este momento histórico, en la ciudad de La Plata en el corriente año 2017.

Se parte, entonces, de la idea de retratar experiencias, no sólo proyectos arquitectónicos y las ideas que los sustentaron. Es por esta cuestión que se entiende a la producción enmarcada dentro de la producción social de sentidos, en contacto con la disciplina del diseño de espacios.



#### **4. OBJETIVOS**

A partir de la indagación de antecedentes y del trabajo de campo, se establecieron los siguientes objetivos:

##### **General**

- Planificar, diseñar y producir una revista con temática arquitectónica y urbanística en el marco de la ciudad de La Plata que sirva de repositorio de información y experiencias para los actuales y futuros constructores.

##### **Específicos**

- Recopilar y difundir experiencias en torno a los momentos constructivos y de diseño de espacios.
- Generar contenidos comunicacionales sobre la situación constructiva platense.
- Pensar y diseñar la revista como producto comunicacional.





## 5. JUSTIFICACIÓN

*Urva* surgió como una necesidad personal de llevar a cabo una producción que se conformara, por un lado, a partir una temática de interés, y por otro, como una posibilidad de entrada económica.

Uno de los interrogantes que me planteé en el recorrido de la carrera fue, lógicamente, qué iba a hacer una vez terminados los estudios; en qué ámbito divisaba una veta a profundizar para desarrollarme profesionalmente. Sabía que mi perfil estaba más relacionado con las cuestiones prácticas: durante toda la carrera fui consciente que lo que más me interesaba un emprendimiento personal, una campaña política, asesoramiento comunicacional, planificación y/o producción.

Cuando estaba cursando las últimas materias (Seminario de Tesis incluido), me propuse el desafío de darle fin al ciclo con una tesis de investigación, ya que iba a ser un campo el cual, creía, no iba a volver a transitar. Luego de varias idas y vueltas

sobre una temática que encontré frustrada, finalizado el año, decidí cambiar el rumbo del trabajo final y emparentarlo con un proyecto que venía trabajando en mi cabeza como una posibilidad de salida laboral, de práctica profesional.

La temática de la revista fue definida a partir de un interés personal: al momento de instalarme en la ciudad de La Plata para comenzar la vida universitaria, las carreras que barajé fueron arquitectura, otra comunicación visual y, claro, comunicación social. Se podría decir que, de esta forma, intenté cruzar una lista de ámbitos de interés, cuestiones que atravesaron mi formación.

La idea de planificar y llevar a cabo un material que pudiera abordar una temática de interés y, a su vez, conformarse como una entrada económica, siempre rondó en mi lista de desafíos. Llegar al fin de la carrera con la pregunta de si uno es capaz de crear a un proyecto propio, darle forma a algo que no existe -con las incertidumbres que se presentan a la hora de terminar este proceso- ver si uno está preparado para plantarse frente a quien no conoce a proponer y convencer de que lo que está

haciendo es y será de interés y beneficio mutuo, fue el motor que dio vida a *Urva*.

En este sentido, me pareció interesante anclar mi producto en una ciudad tan interesante como atrapante como lo es la ciudad de La Plata, la cual como pocas en el mundo, ha sido totalmente diseñada previa construcción de la misma. En su proyecto inicial, se plantearon valores e ideas de vida en sociedad, ejes estructurantes para la ciudad. La idea del higienismo fue central en el desarrollo del proyecto, donde los espacios verdes y la calidad de vida formaron pilares fundamentales para pensar y trazar la naciente capital provincial. Por otro lado, la educación también tomó un protagonismo imperante para sus creadores, cuestión por la que se pensaron la Universidad Nacional de La Plata y gran cantidad y variedad de escuelas públicas.

Entender esta situación que dio inicio a la urbe brindó un marco específico y delimitado para analizar y relevar de qué forma ha ido evolucionando la ciudad, cómo se piensan y producen nuevos espacios en la misma, y cuál es la idea sobre

la que ronda el futuro de ésta.

El fin de esta producción, entonces, ha sido que estos interrogantes y temáticas puedan brindar un panorama informativo al sujeto que se encuentra en vísperas de construir su propio hogar, modificarlo y/o seleccionar la ubicación donde se emplazará. Es decir, informaciones que puedan llegar a ser útiles a la hora de concretar, ya sea la compra de un terreno, o la obtención de datos sobre un barrio en particular; así como también al momento de re/diseñar su hogar, a partir de la recopilación de experiencias de personas (con sus aciertos y errores) que ya lo han hecho o estén en proceso de hacerlo.

En cuanto a la originalidad y viabilidad de esta producción cabe recalcar que se han encontrado publicaciones emparentadas con esta propuesta. *Espacio y Confort*, como también *En Escala*, son dos revistas de circulación local que abordan la temática, pero no centran sus miradas sobre las voces de los sujetos relacionados al mundo constructivo. Más bien abordan tendencias o ejemplos de resoluciones en ciudades del exterior o lejanas. Por otro lado, en la Facultad de Periodismo y

Comunicación Social se han hallado trabajos de producciones gráficas en formato de revista, pero no en relación a la temática.

Finalmente, si bien hay gran disponibilidad de materiales gráficos en la Argentina en torno a la arquitectura, mayoritariamente se trata de publicaciones que se centran en el diseño de espacios sin una vinculación o relación directa con el territorio donde se emplazan; el caso platense no es la excepción a la regla. Lo que sí existe es una publicación por parte de la Facultad de Urbanismo y Arquitectura, pero la misma apunta a un público académico disciplinar, primando lo teórico por sobre lo práctico. Es por estas razones que se ve viable la concreción del proyecto, ya que no se encuentran publicaciones relacionadas al objetivo aquí planteado.

El ideal, por lo tanto, ha sido desde el inicio el de conformar esta publicación como un material de referencia en el ámbito constructivo platense, abordando desde la arquitectura la realidad de la ciudad, recopilando informaciones y experiencias; sirviendo como un material al cual acudir para

encontrarse con ideas e informaciones útiles. En cuanto a la producción de la revista en sí, uno de los puntos que considero como más positivos es la diversidad de rubros implicados en el mundo constructivo es realmente grande, aspecto favorable para pensar la factibilidad económica del proyecto, en tanto que se sustentará a partir de la venta de publicidades.

Se entiende al destinatario, entonces, como aquel sujeto que se encuentra en un momento determinado de su vida: el de construir. Es por eso que la revista se encontrará a disposición del mismo en lugares a los que acuda a la hora de estar decidiendo sobre distintos aspectos del emprendimiento.

Por último, en relación a la materialidad, se puede decir que la propuesta gráfica en formato papel se encuentra emparentada con la idea de que el sujeto que se encuentra en búsqueda de materiales o presupuestos para la construcción, pueda acceder al material de manera gratuita. Es decir, al momento en el que vaya a efectuar una compra, o averiguar precios, pueda irse del negocio con el material.



## **6. MARCO POLÍTICO-CONTEXTUAL**

Dos grandes cuestiones atravesaron tanto al presente trabajo como a la idea de la revista: por un lado un crecimiento exponencial de las tasas de construcción en suelo argentino a partir de la implementación del Programa de Crédito Argentino del Bicentenario para la Vivienda Única Familiar (PROCREAR); y por otro las complicaciones habitacionales de la ciudad de La Plata.

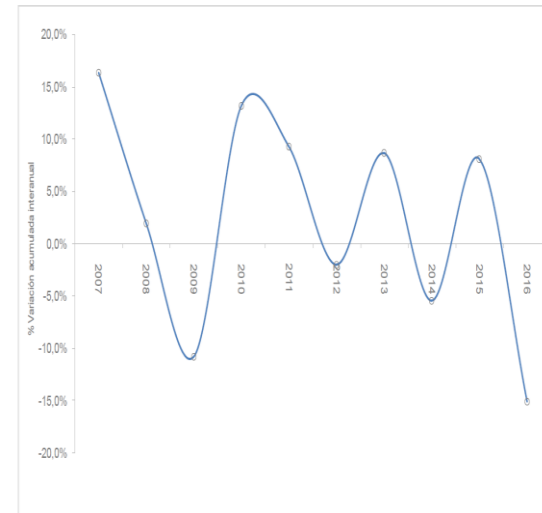
La primera de las situaciones determinantes se dio en torno a la política estatal llevada a cabo por parte del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner a partir del año 2010. Consistió en un plan de créditos hipotecarios a escala nacional a partir del cual se generó un considerable movimiento en el sector constructivo. Esta situación fue la que creó en gran parte al público de la revista; la página de ANSES publicaba estos números a finales de 2015:

Desde su comienzo el 12 de junio de 2012, PROCREAR BICENTENARIO tuvo como objetivo brindar el acceso a la casa propia de miles de argentinos. Luego de 11 sorteos y 7 repechajes, y con una inversión total de \$87.225 millones, PROCREAR puso en marcha 200.468 viviendas en todo el país, de las cuales 171.143 pertenecen a las líneas individuales (121.289 obras finalizadas) y 29.325 a los 79 desarrollos urbanísticos que se están emplazando en diferentes localidades argentinas (2015).

Miles de sujetos encontraron en estos años la posibilidad de acceder y concretar el proyecto del hogar propio. Pocas veces en la historia de Argentina se dieron estas posibilidades, de las cuales muchos ciudadanos de clase media resultaron beneficiados.

Se puede ver en el siguiente gráfico, generado a partir del "Índice Construya" el cual grafica la actividad del rubro construcción, cómo fue evolucionando el volumen constructivo en el país.

Gráfico VII – Índice Construya (con estacionalidad). Variación acumulada interanual. Años 2007 / 2016 (en %)



Fuente: elaboración IERIC en base a Grupo Construya

De esta forma se puede apreciar de qué forma fue fluctuando el volumen de obras del país, encontrando en el año 2013 y 2015 picos elevados de actividad, años coincidentes con los sorteos y los planes PROCREAR, impulsados y coordinados por

el ANSES.

Por el otro lado, en cuanto al déficit habitacional, se entendió y conoció de qué forma el negocio y la especulación inmobiliaria tuvieron un papel fundamental para dificultar el acceso a la propiedad. Como lo retratan un par de entrevistas, cuando se emitió el plan de créditos y realizaron los sorteos, el valor tanto de los terrenos, como de los departamentos, subió drásticamente.

Pocos eran los inmuebles a estrenar que reunían los requisitos para poder ser "apto PROCREAR", mientras que el valor tierra también subió directamente proporcional a lo destinado para la adquisición del terreno. Como relata Soledad, entrevistada por su casa en el Gigante del Oeste, en torno a la especulación inmobiliaria:

Tengo una amiga que compró dos lotes chicos, de punta de manzana, terrenos de esquina a 70.000 pesos cada uno. Al día siguiente que sale el sorteo PROCREAR, salía cada uno 130.000 pesos cada uno, se

fue al doble cada lote, ahí te das cuenta de lo que es la especulación inmobiliaria en esta ciudad.

Esa situación marcó, como lo sigue haciendo hoy día, un problema de acceso a la propiedad del suelo.

Ante este contexto especulativo fue que se conformaron varias juntas de vecinos en la misma situación y comenzaron a generar ellos mismos loteos que pudieran surgir como una solución ante esa limitante.

En síntesis, lo que se dio fue un aprovechamiento de los dueños de las tierras en torno a uno de los planes más federales de acceso a la vivienda propia de la historia de la nación; cuestión a la cual los beneficiarios del plan hicieron frente a partir de iniciativas colectivas y soluciones autogestivas.

Asumido el gobierno a nivel nacional de Mauricio Macri, la situación cambió. Presentando otro perfil económico/político, las posibilidades tanto de acceso a la tierra como de construcción se vieron dificultadas, o al menos sin demasiada

presencia y apoyo estatal. Se re-lanzó el programa crediticio, pero en sus inicios fue destinado sólo a la compra de inmuebles edificados, es decir, un duro golpe al mercado constructivo -como se puede apreciar en el índice Construya-. El último informe anual del Instituto de Estadística y Registro de la Industria de la Construcción (IERIC), publicado en 2017 y referente al 2016, plantea como cierre lo siguiente:

Recientemente el Gobierno Nacional anunció la transferencia del Plan PROCREAR de la órbita de la ANSES al Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, indicando además que destinaría en el año 2017 un presupuesto para el Plan de 40.000 millones de pesos contra los 17.900 millones de pesos asignados en 2016. Se mantiene la impronta dada por el nuevo Gobierno ya en el año 2016 se transformó el plan originalmente de construcción en uno de crédito hipotecario destinado a la construcción o a la adquisición de viviendas ya construidas nuevas o usadas (2017).

A su vez, retoma lo realizado durante el periodo 2012 - 2015, exponiendo que:

Es de destacar que según datos de la gestión anterior, entre Junio de 2012 y Noviembre de 2015 se financiaron 200.468 proyectos, de los cuales 171.143 correspondieron a líneas individuales. Estos últimos dieron un impulso a la construcción de viviendas fundamentalmente en el interior del país, lo que se vio reflejado en los indicadores de actividad del sector especialmente en 2013 y 2014. A mediados del año pasado fue relanzado el programa como PROCREAR ABC (Ahorro, Bonificación y Crédito), orientándose en forma más marcada a solucionar el acceso a la primera vivienda a través del mercado inmobiliario (2017).

Y cierra, finalmente, con las líneas de acción y planes que el gobierno de Mauricio Macri ha presentado de cara al año 2017:

Hoy se plantean dos canales. Uno es el llamado



Solución Casa Propia que apunta a facilitar el acceso a viviendas nuevas o usadas (casas o departamentos) de hasta \$1.500.000. Otro es la línea de Desarrollos Urbanísticos que apunta a la compra de viviendas a estrenar en alguno de los 70 desarrollos urbanísticos en ejecución (23.000 viviendas). Sin lugar a dudas el objetivo actual es facilitar el acceso a la vivienda y disminuir el déficit habitacional y no tanto promover la construcción privada, hecho que junto a la contracción de la obra pública fueron determinantes (aunque no los únicos responsables) de la menor actividad del sector durante el 2016 (2017).

Se puede apreciar la modificación del objetivo del programa. Al momento de redactar este trabajo se estaban redefiniendo estas cuestiones metodológicas y de fines del plan.

Dado este contexto, se buscará que la revista pueda conformarse como un espacio donde se puedan buscar respuestas y posibles soluciones a estas temáticas; consejos y datos de valor o interés para cada momento contextual

preciso.

En este primer número, por ejemplo, se buscó retomar experiencias no sólo en torno al momento constructivo en sí, sino también en torno a la búsqueda de terrenos y a la organización de los beneficiarios del plan PROCREAR para generar nuevos loteos en la ciudad de La Plata.



## 7. HERRAMIENTAS TEÓRICO-CONCEPTUALES

Definir de qué forma se entenderán ciertas nociones es el puntapié y base del proyecto presentado. Saber de dónde se parte y hacia dónde se apunta es fundamental para dar un marco a la publicación deseada, así como también para dejar en claro cuál es la posición política sobre este producto que se materializa en *Urva*.

Una de las primeras nociones que hay que definir es la del soporte en el que se inscribirá la producción gráfica. La revista, dentro de la familia de los materiales impresos, tiene ciertas características que han sido encontradas como positivas a la hora de pensar en el diseño y formato del producto comunicacional. En principio, se podría decir que “físicamente la revista es un conjunto de hojas impresas (...) tiene un título permanente que la caracterizará a lo largo de su tiraje (...) la periodicidad dependerá de su estructura y organización con respecto a sus objetivos específicos” (Saucedo, 2006: 23).

La misma se entiende como un soporte gráfico con el cual se puede abordar una temática específica, pudiendo generar un desarrollo informativo con una disponibilidad temporal mayor que la del diario, lo cual permite dedicarle el tiempo necesario a la elaboración y edición de la misma. En este sentido, este material ha sido clave y el más apropiado a la hora de comenzar a pensar en un producto gráfico que difundiera las experiencias de sujetos en proceso de construcción.

Pero más allá de lo material, como lo expone Ariel Garófalo,

la revista está en el registro de la vida privada de los lectores, busca guiños, códigos propios, juega con los pensamientos y los deseos. A diferencia de un periódico que registra la vida pública, los grandes temas regionales, nacionales o mundiales (2006: 2).

Es decir, se trata de un soporte material que establece ciertas características positivas para la empresa pretendida. Asimismo, la idea de cercanía con el lector/público apuntado es uno de los

aspectos más destacables, junto a la disponibilidad temporal, ya que se pretende llevar a cabo gran parte de la producción, al menos en los primeros números, por parte del director. En este sentido, la revista permite planificar, elaborar, diseñar y editar cada una de las publicaciones sin la vorágine que presentan otro tipo de publicaciones. Se han pensado seis tiradas anuales, donde cada una aborde una temática específica, como es en este primer número, el acceso a la tierra y las alternativas que se han gestado en torno a la cuestión.

Trascender la relación material papel/lector e insertarse en el mundo constructivo platense es el fundamento de *Urva*, buscando que el material consiga hacerse un lugar en el colectivo, y que el mismo lo identifique como un acervo de información y experiencias útil para recurrir. Encontrar una filosofía e identidad visual para que, por ejemplo, una persona que se encuentre con la revista dos veces ya sepa con qué secciones se va a encontrar, dónde buscar lo que le interesa y sirve; en fin, crear esos guiños a los que hace referencia

Garófalo, los cuales facilitan tanto la lectura como la circulación del material, el interés mismo sobre la revista y la funcionalidad.

Finalmente, en torno a las pertinencias del proyecto impreso en papel revista, se lo entiende como el ideal para la presentación de calidad de imagen pretendida. Se puede ir desde una gama de colores binario, hasta alcanzar una amplia variedad en la paleta de colores.

A continuación, la relación de las nociones de ciudad y comunicación deben ser descriptas ya que se entenderá a los conceptos de forma articulada. En este sentido, y enmarcado en una carrera de comunicación social, se entiende a la ciudad como un espacio relacional, donde la comunicación atraviesa y forma todos los lugares del entramado social y permite la interrelación de los sujetos que la habitan y transitan.

Cabe aclarar que, a lo largo del tiempo, y desde diversas disciplinas, se han abordado estas nociones por separado. Sin embargo, esta propuesta se inscribe a partir de una doble perspectiva, la cultural y la de la materialidad, las cuales

conforman la mirada desde la cual se partirá. En torno a esta cuestión,

la propia materialidad de la ciudad –en sí misma– constituye un relato sobre la organización social que la construyó. Todo proyecto urbanístico tiende a plasmar en piedras, muros y monumentos, los deseos y esperanzas de actores que la crean y recrean en el tiempo (Badenes, 2007: 7).

Es esta idea, esta perspectiva, a la cual se adhiere para entender el entramado social. Analizar y pensar la conformación de las ciudades es el punto de partida para poder hablar de ellas, ver de qué forma se desarrollan y qué soluciones encuentran para una situación deficitaria. En la ciudad de La Plata, como en tantas otras del país y el mundo, la falta o dificultad de acceso a la propiedad del inmueble atraviesa a una gran parte de la población.

Es a partir de esta óptica que se entiende no sólo a la ciudad, sino también a los sujetos que la transitan, que la hacen, que la viven. En relación a esta cuestión, este concepto:

apunta al ambiente no en tanto descrito y analizado, sino en tanto vivido y testimoniado. Las ciudades se transforman así en teatros; nuestros informantes, en actores. Estos últimos no son simples reporteros u observadores críticos, sino participantes comprometidos con cada fuente o recursos intelectuales y físicos a su disposición, para interpretar no la condición meramente urbana, sino la humana (Badenes, 2007: 3).

Por su parte, Rossana Reguillo aborda el eje comunicación y ciudad en su tesis doctoral, entendiendo a la ciudad como un espacio pluridimensional en el que coexisten identidades y proyectos diferenciados; donde "la ciudad se aparece a una gran red de comunicación que interpela a los actores de diversas maneras" (Reguillo, 2002: 76).

En este sentido, la autora incorpora en otro de sus trabajos la noción de espacio urbano, que es un concepto que está en consonancia con el desarrollo que se propone esta producción.

### Se conceptualiza al espacio urbano como

la concentración de una serie de elementos materiales y simbólicos que con base en un modo de producción específico existen en una determinada zona. Espacio en permanente construcción, atravesado por mediaciones políticas, económicas y culturales (Reguillo, 1991: 27).

Asimismo, la autora hace hincapié en la idea de que no han de ser confundidos el contexto con el hecho social en sí. Es decir, si bien el espacio urbano brinda el marco que da lugar a la existencia de hechos sociales, analíticamente no deben ser confundidos, sino entendidos de manera relacional (1992: 28).

En conclusión, se retomará esta idea dual a partir de la cual se comprende a las ciudades, o entramados sociales, como un todo que se conforma y muta a partir de la interrelación de los sujetos que la componen y la viven a diario. En este punto, también es necesario retomar la noción de actor social, en tanto Rossana Reguillo lo conceptualiza como un sujeto

históricamente posicionado, que “está expuesto desde el lugar social que ocupa en la estructura a múltiples y variados discursos sobre la realidad que va introyectando en la forma de esquemas de percepción, valoración y acción que serán transformados en virtud de su subjetividad en competencias”. (Reguillo, 1991; 29/30).

Por todo lo que se viene desarrollando es entendible que al sujeto histórico al que se hace referencia es quien está de alguna manera involucrado en este mundo constructivo, situado en este contexto definido de expansión de la ciudad y baja accesibilidad al terreno. Son quienes se reunieron en el Pasaje Dardo Rocha y se comenzaron a organizar para lograr loteos, como también aquellos que por su cuenta pudieron concretar su proyecto.

Íntimamente relacionado con lo hasta aquí planteado se encuentra la idea de la producción social de formas espaciales, presentada por Manuel Castells en su libro *La cuestión urbana* (2008), quien plantea una perspectiva estructuralista del devenir de las sociedades y el desarrollo de la red urbana. Se

entiende, a partir de lo propuesto, que

toda forma de la materia tiene una historia, o, mejor dicho, no es más que historia (...) para *leer* esta historia, para descubrir sus leyes de estructuración y de transformación, hay que descomponer, mediante el análisis teórico, lo que ya está *dado* en una síntesis práctica (Castells, 2008: 13).

El sociólogo plantea entonces que la “problemática sociológica de la urbanización debe considerarse como proceso de organización y desarrollo y, en consecuencia, partir de la relación entre fuerzas productivas, clases sociales y formas culturales (el espacio, entre ellas)” (Castells, 2008: 14).

Con estos aportes -y a partir de esta propuesta teórica- lo que se intenta señalar es cómo se encarará la diagramación de la revista, de qué forma se entiende a la misma y, por otro lado, que se comprenderá el desarrollo urbano desde una perspectiva histórica, donde el poder y el sistema económico

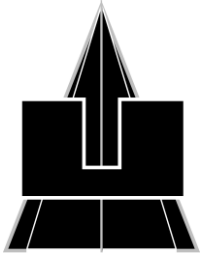
tienen un papel decisivo en el devenir del mismo.

También el autor define *lo urbano*, plantea de qué forma es entendido este concepto y a qué remite. Presenta la problemática de cuándo una población o aglomeración de personas es entendida como una ciudad, como algo urbano. La cuestión estadística y matemática de la cantidad de gente en conjunto (parámetro ampliamente utilizado) no termina de definir en sí a la ciudad ni a los sistemas que ésta sustenta y da vida. En esta línea que plantea el autor, y como ya se ha planteado anteriormente, se entiende a lo urbano como un entramado de relaciones sociales, como un sistema que posibilita a un entramado de relaciones (Castells, 2008). Las mismas brindan el marco necesario a esa creación social de formas espaciales, las cuales aborda *Urva*.

En este sentido, estas cuestiones apuntan a la tan mencionada -en el ámbito de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social- idea de producción social de sentidos, noción abordada por Jesús Martín Barbero en su libro *De los medios a las mediaciones*. Hacer foco en las experiencias y vivencias de las

personas que están construyendo -o ya lo han hecho- apunta a la idea de generar esa relación entre lector-entrevistado, buscando ganchos que sean tanto de interés como de utilidad para el público lector.

Jugar un rol en ese mundo constructivo, confluir sentidos y retratar experiencias, llegar a que el lector pueda sentirse identificado e interpelado por los contenidos y dinámicas de la revista.



## **7. HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS**

La producción de esta revista está enmarcada dentro de una metodología cualitativa, donde la recolección de documentos y experiencias fue de vital importancia para el proceso de elaboración.

En este sentido, el método cualitativo articuló con esta producción en tanto se pensó en una propuesta de recolección y análisis de los datos que fuera flexible y adaptable a la situación, donde las entrevistas a realizar y la recolección de información pudiese ser amoldable. Esta metodología tiene como punto básico de partida:

El desarrollo de conceptos y teorías derivados de los datos. Precisamente este interés por los significados sociales y la insistencia en que tales significados sólo pueden ser examinados en el contexto de la interacción de los individuos es lo que caracteriza a este paradigma (Angera Argigalga, 1999: 73-84).



La materia prima de la producción gráfica ha sido obtenida a partir de entrevistas semi-estructuradas a los sujetos que se encontraban construyendo su propio hogar; buscando con esta técnica analizar y mostrar las experiencias en torno a la edificación o al uso de espacios. El diálogo, por lo tanto, es el eje estructural sobre el que se desarrolla esta producción gráfica, debido a que

es especialmente útil cuando lo que realmente nos interesa recoger es la visión subjetiva de los actores sociales, máxime cuando se desea explorar los diversos puntos de vista 'representantes' de las diferentes posturas que pudieran existir en torno a lo investigado (Blasco Hernández y Otero García, 2008: 4).

Se buscó, principalmente, generar un clima de comodidad tanto para el entrevistador como para el entrevistado, con el objetivo de no realizar los encuentros en una situación de tensión o incomodidad. Asimismo, el esquema de interrogantes

y secuencia no fue prefijada, por lo que se buscó siempre que las preguntas fuesen de carácter abierto y el entrevistado construyera la respuesta. En este aspecto, me pareció clave poder generar un espacio de interacción donde el sujeto se sintiera cómodo y no percibiera esa situación como una entrevista, sino más bien como una charla en la que él/ella contara su proyecto de casa y cómo se vinculó con el ámbito constructivo. Me he posicionado, desde los inicios de esta producción, entendiendo que el proceso de construcción de la casa propia es un proyecto a largo plazo, que por lo general es el sueño de quienes lo protagonizan.

Por todo lo planteado, siempre intenté ser respetuoso y en la situación de entrevistas me interesó focalizar en lo que a ellos les había parecido más destacado de sus procesos: el proyecto, el inicio de la construcción, los problemas en el devenir de los meses, la falta de presupuesto...

Los ejes a los que se apuntó en el desarrollo de las entrevistas fueron los siguientes:

- ¿Cómo surgió la idea de construir tu propia casa?
- Construir/comprar
- Barrio/zona
- Tranquilidad y verde/servicios
- ¿Cuál fue el pedido inicial que le hiciste al/la arquitecto/a?
- ¿Cuál fue la idea principal que estructuró la vivienda?
- ¿Cómo fue el proceso del pre-proyecto?
- ¿Qué condiciones fueron determinantes a la hora de las definiciones?
- ¿Qué desafíos se presentaron a la hora de comenzar a construir?
- ¿Varió el proyecto durante la construcción?
- Fortalezas y debilidades
- ¿Cómo es la vida en tu nueva casa?
- ¿Le recomendarías a alguien que compre un terreno en el barrio?

Es por esas razones que se hizo uso de entrevistas no estructuradas, en tanto que “destaca la interacción entrevistador-entrevistado el cual está vinculado por una relación de persona a persona cuyo deseo es entender más que explicar” (Vargas Jiménez, 2012: 127).

Otra técnica clave en esta producción fue la recolección de datos informativos sobre distintos aspectos que rodean a la producción de la revista. Uno, sobre cual se analizó tanto antes como durante el armado y planificación de la revista, fue el contexto en el que se encontraba la construcción en el país y en la zona. En este sentido, la creación del crédito PROCREAR, como se ha mencionado en el marco político contextual, fue clave para comenzar a pensar en las entrevistas y en cómo se está diseñando el espacio urbano en la ciudad de La Plata, ya que todos los sujetos que se han contactado para el primer número de esta revista han accedido a la casa propia gracias a esta política pública.

Por eso fue necesario (y lo seguirá siendo, en cada uno de los próximos números circulantes) estar atento al estado de este

crédito, así como también al de otras financiaciones hipotecarias de bancos privados o estatales. El fin es el de saber cuáles son las posibilidades y condiciones de acceso al crédito para construcción (en muchos casos la única posibilidad de llegar a la casa propia) como también para poder generar informes sobre las distintas posibilidades de acceso al préstamo.

Otra arista que se analizó a la hora de pensar el emprendimiento fueron los otros materiales circulantes de la misma temática. Lo que se relevó del campo, a partir de un sondeo exploratorio, fue que existe una gran variedad de revistas (destacándose en tiradas y conocimiento del *Espacio & Confort*, *En Escala* y *Arqinfo*). Al leerlas e interiorizarse de los contenidos se puede decir que las mismas abordan cuestiones más relacionadas al diseño de interiores, de decoración y de obras de gran envergadura en distintos puntos del mundo, tópicos que si bien serán tenidos en cuenta para *Urva*, no serán los centrales. Lo que se entiende a partir de esta situación es que, si bien existen varios materiales, los mismos

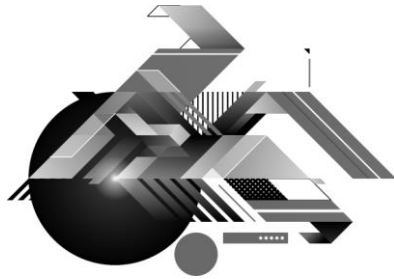
priman aristas del mundo arquitectónico que no son los casos platenses, o que, si lo hacen, lo retoman a partir de obras con presupuesto elevado o de categorías constructivas fuera del alcance del grueso de la población.

La revista se pensó como una recopilación de información y experiencias para proyectos constructivos locales, donde los usuarios puedan conocer no sólo cómo se desarrolla un proceso constructivo, sino también qué créditos están a su alcance, cuáles son las últimas innovaciones en el rubro y dar a conocer la mirada no sólo de quien sueña su casa, sino también de quien la diseña.

Cabe aclarar, a su vez, que el método cuantitativo se utilizó en el proceso de pre-producción del emprendimiento, principalmente en el inicio de la revista. Se indagó, en este sentido, la factibilidad del emprendimiento a partir de una encuesta a arquitectos y otra a los rubros relacionados con la construcción (pinturerías, ferreterías, corralones de materiales, mueblerías, casas de iluminación), ya que el mismo está dado, por un lado, por la posibilidad de conseguir el sustento

económico y, por otro, por la distribución y circulación.

Este análisis de mercado tuvo a su vez el objetivo de conocer el ámbito comercial de la construcción, conocer personas involucradas y conocedoras en el mismo. Si bien sirvió para conseguir datos cuantitativos, no hay que dejar de lado todas las conversaciones que tuvieron lugar, así como también los consejos e ideas de otras revistas o producciones.



## **8. ALCANCES Y LIMITACIONES**

Las limitaciones del material gráfico fueron, en un principio, la cantidad de ejemplares impresos por tirada, en tanto que, hasta que la revista tuviera un reconocimiento en el ámbito, se pensó en un proceso de expansión de tirada y circulación. Los costos de impresión son decisivos a la hora de pensar un proyecto impreso, por lo que en primera instancia a lo que se apuntó fue a tratar de conseguir la mayor cantidad de publicidades para poder solventar, mínimamente, los gastos de imprenta. El objetivo de conformarse como una herramienta va de la mano de la cantidad de lectores a los que se llegue, es por esto que hasta el momento es entendida como una limitación.

A su vez, la fluctuación en el mundo constructivo es un factor que determina en cierta medida el desarrollo de la revista, en tanto que si el nivel de construcciones decae considerablemente será, a priori, más complicado tanto

conseguir la sustentabilidad a partir de las publicidades, como también conformarse como una información útil para ese momento constructivo.

Otro obstáculo fue que en la categoría existían ya varias revistas que abordaban la temática, por lo que se apuntó a la distinción y novedad de *Urva* para conformarse como un material de interés para el público.

En torno a este aspecto, se buscó diferenciarse principalmente a partir de la producción general de contenidos de la temática, desde entrevistas a las personas relacionadas directamente hasta informaciones útiles; como por ejemplo proyectos urbanos para distintos barrios y/o zonas de La Plata, medios de transporte y servicios, préstamos hipotecarios y tasas de interés, entre otros.

Una arista del alcance, como ya ha sido mencionado en la justificación del proyecto, se basó en la alta diversidad de rubros que existen en torno a la construcción. Esta característica fue positiva en dos sentidos: por un lado, para la venta de la publicidad que sustentó el emprendimiento; por

otro, la alta posibilidad de circulación del material y la información contenida. A mayor posibilidad de publicidad, mayor circulación del producto y mayor cantidad de ejemplares impresos.

Por otro lado, el formato revista es conocido en diversos ámbitos de circulación. En el mismo rubro constructivo había varios materiales de similar forma y circulación, por lo que no se tuvo que "crear" un público ni una forma de leer el material, sino que se sumó a los existentes y se apuntó a ampliar las informaciones que se presentaban en ellos. Lo que se buscó en este aspecto fue distinguirse a partir de la calidad de la información presentada en la publicación bimestral, aportando datos y experiencias que no fuesen abordadas por las otras revistas.



## **9. RELATORÍA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL TIF**

¿Qué aspecto comunicacional tiene una revista de arquitectura? Se podría decir que la veta informativa es uno de los ejes, como también lo son las entrevistas. Desde mi postura de planificador comunicacional, pienso a *Urva* como una herramienta, una caja de la cual cualquiera pueda acceder a ideas, conjuntos de sentidos que puedan ayudar o facilitar algún momento constructivo. Una caja que sirva, ojala así lo sea, para que un grupo de vecinos puedan empoderarse y hacer frente a la especulación inmobiliaria; que circulen informaciones útiles. ¿Qué es eso si no es producción de sentidos? En torno a la urbanización, en torno a la construcción, en torno a las posibilidades reales que cada actor social tiene de soñar y acceder a una casa, una vivienda propia.

Es por esto que el posicionamiento político es uno de los pilares de la producción: que se hagan casas, que las mayorías

no tengan que ser sojuzgadas a los vaivenes del negocio inmobiliario. ¿Será que uno ve y siente que a una gran parte de la población se le hace prácticamente imposible acceder a su propio techo? Es un móvil, es la forma que uno encuentra para poder aportar aunque sea un poco a esta cuestión que nos atraviesa como sociedad. ¿Comunicación para la transformación? Ojalá que así se dé, ese es el horizonte, el de quebrar la idea de imposibilidad de construir, el de derribar el mito de que es imposible encarar un proyecto de cero, al menos abordar la mayor cantidad de variables constructivas y mostrar el panorama más adecuado para cada realidad.

El destinatario, desde el surgimiento de la idea de la producción, es el sujeto que está por comenzar a construir su casa; aquel que está a punto de remodelarla; el que está buscando zonas para comprar un terreno; quien está en búsqueda de un arquitecto con determinado perfil. La idea es conformar un acervo informativo que haga de herramienta en un momento determinado, donde a mayor cantidad de información, mayor cantidad de posibilidades de elección.

Como ya se ha mencionado, el mundo constructivo y sus etapas son ajenos para la mayoría que se adentra en él. Un material que funcione por un lado como una fuente de experiencias de pares que ya transitaron ese camino y por otro como una guía de contactos profesionales e insumos para la obra.

Es por eso que los objetivos apuntan a facilitar, de la mejor manera posible, una situación de incertidumbre y desconocimiento. No se deja de tener en cuenta que en el desarrollo de la obra el emprendedor de la construcción está acompañado –la mayor parte de las veces- por algún profesional o persona dedicada a la edificación. En este sentido lo que se busca no es competir o problematizar su postura, sino, más bien, abrir el abanico de posibilidades y cotejar otras formas y maneras.

Indirectamente también el público al que se llegará será al de los profesionales de la construcción, en tanto que en su quehacer laboral se encontrarán con el material a disposición.



### **9.1. Pre – producción**

Se puede decir que el inicio de *Urva* se da en la instancia de finales de cursadas de la carrera. En esos momentos ya comenzaba a rondarme en la cabeza la idea de producir contenidos en diversos ámbitos de interés, uno de ellos la arquitectura. Fue así que empecé a analizar la posibilidad de producir algún tipo de material en el que pudiera hacer uso de todo lo aprehendido en la carrera de Comunicación Social con orientación a planificación comunicacional.

En un fin de semana de visita a mi ciudad de origen me encontré con una revista de arquitectura, que luego se terminó convirtiendo en la del Colegio de Arquitectos de la Provincia de Buenos Aires (CAPBA) de la zona, y la leí con detenimiento y atención. Encontré que el formato utilizado tenía un gran atractivo visual y que se planteaba desde un lugar profesional. En ese momento, que se combinó con una charla con mi padre, fue el primero en el que pensé esta revista: quería

hacer una producción que abordara la temática de la arquitectura y que, a su vez, tuviese una utilidad bien definida. Como ya ha sido repetido en esta memoria, el contacto con el mundo constructivo es fugaz y prácticamente único, ya que no hay demasiadas personas que lo encaren más de una vez en su vida (si es que lo hacen, al menos una).

Por otro lado, la cuestión de la calidad del material y las fotografías (otro ámbito de interés personal) me hicieron pensar cómo podría hacer para desarrollar y plasmar esta idea. En ese momento ya me imaginé haciendo entrevistas y diagramando el material, metiéndome en este mundillo que alberga muchos deseos e incertidumbres para quien lo transita. Otra de las vivencias que sin duda tuvo que ver con el desarrollo de la revista fue la relación que mantengo con un primo hermano recibido de la Licenciatura en Arquitectura y Urbanismo. Muchas han sido las charlas en las que abordamos la cuestión del vivir, de la estructuración de los espacios, de encontrar el arte en cada espacio vivido. En varias oportunidades me problematizó la concepción de la

arquitectura, una de las cosas que siempre me ha dicho es que “la arquitectura la termina haciendo quien hace el uso de los espacios, uno puede diseñar y pensar muchas cosas, pero en sí la termina haciendo el que vive en ese espacio, esto es arquitectura”, remarcando de este modo la disposición de dos sillones opuestos en el angosto living de mi casa que sólo dejaba un fino paso.

Estas charlas me hicieron repensar muchas cosas, en tanto que deconstruí qué tan importante ha de ser pensar el espacio donde uno vive, con el que convive continuamente y al cual le puede dar una impronta deseada, o sólo la que se presenta.

Como ya lo comenté, esta idea de producción no tenía que ver con la culminación de la carrera de grado, sino más bien con un desafío personal.

Un buen tiempo rondó este proyecto en mis deseos, hasta que, después de dar de baja la investigación como TIF, decidí unir ambos desafíos y recibirme con la revista.

¿Cómo planificarla? Diagnóstico, el primer concepto que se viene a la cabeza para un planificador. Ver, analizar, conocer el

ámbito en el que se va a mover la revista eran cuestiones fundamentales. En ese momento me contacté con un ex-profesor para que me acompañara en el proceso de TIF, le presenté la idea y, si bien el plan se veía bien, lo primero que me cuestionó fue la viabilidad de la revista, en tanto que consideraba que ya existían varias con la misma temática y de distribución gratuita.

Estaba al tanto que existían producciones, pero no tantas. Me planteé entonces no sólo conocer las que estaban en circulación, sino también averiguar qué apreciación de las mismas tenían las personas relacionadas a la temática.

Fue entonces cuando comencé a realizar y a desarrollar el formulario de entrevistas y encuestas para interiorizarme en el territorio de la arquitectura y construcción platense. En ese momento traté de encontrar una vuelta diferente para entrar a esa realidad en la cual no conocía prácticamente a nadie; al menos eso fue lo que creí en su momento.

La comunicación con el director fue casi nula y pronto terminó cayendo en la nada. Desorientado en el accionar, en este

momento sin directores de TIF, decidí redactar dos cuestionarios a tipo de encuesta. La idea era averiguar la factibilidad del producto. Cuestión aparte, había que tener en cuenta que el impulso generado por el plan nacional PROCREAR había cesado. El cambio de gobierno y las distintas políticas implementadas pusieron un considerable freno al rubro.

En este sentido, esta instancia de pre-producción del material puede dividirse en diferentes momentos y/o actividades realizadas:

- **Encuestas**

Por lo anteriormente mencionado, fue que diseñé un cuestionario a llevar a cabo en casas de proveedores de materiales y materias primas para la construcción y, por otro, uno para los propios arquitectos.

Ambos tuvieron un eje en común que fue el de tener una idea de cómo venía adaptándose el rubro a las nuevas condiciones. Se mencionaba y puntualizaba en el PRO.CRE.AR ya que en la ciudad de La Plata no sólo se dieron miles de créditos, sino que también se lograron desarrollar distintas comisiones y formas de organización vecinal que dieron fruto a grandes urbanizaciones en las afueras de la ciudad. Uno de los casos de mayor renombre fue el del Gigante del Oeste, barrio que fue impulsado mediante una organización autónoma y logró un loteo de una quinta llegando a los 427 terrenos. Este caso, junto al desarrollo urbanístico que se dio en un antiguo barrio de casas quintas de las afueras de la ciudad, Barrio Parque Sicardi, se terminó conformando como el eje informativo del primer número de *Urva*.

Sin la continuidad de esta política gubernamental el rubro se vio afectado notoriamente, en tanto que varias de las encuestas realizadas a proveedores a mediados del 2016 indicaban que el movimiento prácticamente se había detenido. Al ser consultados los arquitectos también coincidieron en que

el sector había experimentado una notable disminución de actividad.

Esta realidad podía tener una doble lectura: era el momento menos indicado de los últimos años para lanzar la producción, ya que el rubro -después de un buen tiempo de auge- se encontraba en recesión; o bien era uno próspero ya que los potenciales publicistas no sólo iban a buscar destacarse entre los disponibles a partir de una publicidad sino que también se encontraban apostando por la recuperación del sector.

Para mi sorpresa, los datos relevados generaban un auspicioso entorno para el desarrollo de la producción.

A grandes rasgos, la mayoría creía en la viabilidad del formato papel (gran duda presente al planificar, ya que el formato digital también jugaba fuerte dentro de las posibilidades); también fueron los más los que encontraron la publicidad como una excelente forma de hacerse ver y conocer; en cuanto a los proveedores en su generalidad expresaron que publicitarían en una revista nueva (con ciertos factores a tener en cuenta, como calidad de papel, tirada y llegada) y en cuanto los

diseñadores de espacios todos enunciaron que veían factible que los dueños de las obras accedieran a publicarlas en la revista.

- **Análisis del sector**

Analizando los materiales ya circulantes, *Espacio&Confort* fue la publicación más notable y conocida del nicho: una revista de trayectoria, con una tirada elevada -50.000 ejemplares-, tamaño considerable – 27x54cm - que presentaba una tapa con una fotografía de un proyecto, buena calidad de papel, y en su interior gran variedad de notas. También entendí en este momento que para diferenciar la producción propia había que relegar un poco el espacio de la publicidad (varios de los encuestados comentaron que muchas de las revistas eran “pura publicidad”), a la vez que noté que una gran parte de la misma abordaba temáticas del exterior o fuera del partido de La Plata. Esta cuestión fue central entonces, en tanto la territorialidad ha de ser uno de los estandartes de *Urva*.

La otra rama, la académica, está abordada por “47 al fondo”, una revista identificada con la Facultad de Urbanismo y Arquitectura (FAU) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). De corte teórico, apunta específicamente al público profesional del sector y no se presentó como una competencia en tanto ninguna persona en proceso de construir recurriría a ese material.

- **Entrevistas**

La cuestión de las entrevistas se vio dificultada ya que no soy de La Plata, desde mi estadía en la ciudad me moví siempre en un ambiente universitario y parecieron pocos los conocidos que estuvieran en la situación constructiva.

El primer acceso a las entrevistas se dio por un amigo, Gonzalo, platense, que sí estaba en proceso constructivo gracias al PRO.CRE.AR. Fue de gran ayuda ya que me relacionó con varios de los entrevistados.

En cuanto a la vinculación con los arquitectos proyectistas se

hizo un poco más complejo. El único con el que se pudo concretar una entrevista fue con Ariel. Los pasos a seguir para concretar una reunión fueron los siguientes: búsqueda del perfil en redes sociales y/o en páginas amarillas; llamado telefónico para presentar la idea de la producción y la realización de la encuesta en caso de acceder (una de las últimas preguntas del cuestionario consultaba si estaría dispuesto a publicar un proyecto en una revista, gancho para el próximo llamado); volver a hablar telefónicamente para ver si estaba dispuesto a reunirse y poder charlar sobre algún proyecto.

En el caso de los profesionales, se llamó a varios, se avanzó en las coordinaciones para el encuentro, pero siempre se frustraron. Algunos también propusieron que les sea enviada la entrevista por casilla de e-mail, las cuales nunca fueron respondidas.

La cuestión de presentarse como un proyecto nuevo e incipiente fue uno de los grandes limitantes, en tanto que no se le prestó una verdadera importancia.

A partir de esta situación, y con el material disponible de las entrevistas sí concretadas, se decidió seguir camino y empezar a darle forma a la revista. La idea en estos momentos fue imprimir el material para poder ir a los estudios de arquitectura y tener el sustento material de la idea, capacidad de mayor convencimiento y demostración del formato, calidad e impronta de la publicación.

## 9.2. Producción

- **Diseño**

Rondando los meses de julio/agosto de 2016, me junté con un amigo, estudiante de comunicación visual a quien ya le había comentado la idea de la revista, para empezar a trabajar en el diseño. Idas y vueltas de por medio, pocos avances y finalmente un alejamiento por otras obligaciones de su parte

hicieron que entrara en contacto con otro amigo.

Nuevamente encarar el proyecto, charlar sobre la idea y empezar a plasmarla en formas visuales. Si bien se tomó como punto de partida el campo en el cual se va a distribuir la publicación, teniendo en cuenta las propuestas de las otras revistas, lo que se planteó fue quebrar con la lógica imperante y jugar un poco. En este sentido se buscó un impacto visual de tapa, por ejemplo, distinto al utilizado por las otras revistas, que son, la mayoría de las veces, una foto de una obra en particular.

La elección del formato apaisado se prefirió por sobre el tradicional por la posibilidad que brinda para la presentación de fotografías y plantas de los proyectos. En ese momento también se tuvo en cuenta el aprovechamiento de la página a la hora de la impresión, aporte fundamental de los comunicadores visuales: al tener una formación específica y precisa de esa temática, la posibilidades que se barajaron fueron acordes al presupuesto, a la utilización de la hoja, los formatos posibles, las distintas tecnologías de impresión,

además del diseño en sí de la revista. Fue central tener en cuenta estas cuestiones a la hora de diseñar un producto ya que la idea en sí puede ser sobresaliente, pero si no puede ser materializada, o si su costo es demasiado elevado, puede fracasar todo el emprendimiento.

En este sentido el contacto con personas de otros ámbitos académicos fue fundamental. Tanto el de comunicación visual, como el de arquitectura, son mundos que uno no conoce, ni en su contenido ni en su metodología de trabajo. Una reunión con el diseñador me demostró la complejidad subyacente del diseño en sí.

En mi trayectoria académica, hice uso en algunas ocasiones de programas de comunicación visual, como el Adobe InDesign, Photoshop e Illustrator, bagaje con el cual terminé de desarrollar la producción. Fue un acuerdo charlado con el diseñador, quien me dio la base de diseño y yo pude ir haciendo algunos avances. Terminó siendo de esa forma que se llegó al producto final. Por otro lado, si bien una vez entendida la lógica del manejo de los programas se facilitó el

uso, los videos tutoriales de Youtube, junto a algunos tips que me habían pasado, fueron fundamentales para aprender herramientas específicas del diseño.

Se decidió en ese momento realizar un primer número con el contenido recabado a partir de las entrevistas a personas en su momento constructivo y los distintos datos que resultaron pertinentes de sumar. La tirada de éste fue de 10 ejemplares, con el objetivo de hacer circular el material y poder mostrar tanto el contenido como la calidad y la presentación de *Urva*.

De esta forma, se intentó buscar el sustento publicitario con una prueba piloto que permita entrar en contacto con el material. El objetivo entonces fue el de empezar a hacer circular no sólo el nombre del emprendimiento, sino también una producción a modo de ejemplo que, una vez vendidos los espacios publicitarios, fue reimpressa.

Otra de las cuestiones fundamentales a decidir fue la de la cantidad de ejemplares del primer número. Haciendo cálculos de los costos y teniendo en cuenta que sería una producción nueva, se decidió llegar a los 500 números impresos.

El número no fue azaroso, sino que al momento de imprimir una tirada considerable es conveniente optar por el denominado sistema de impresión offset. La desventaja de esta tecnología es que los costos iniciales son altos ya que para comenzar se deben confeccionar chapas (negativos) con las cuales se procederá a la imprenta. El punto positivo es que una vez fabricadas estas piezas, la impresión por página se torna mucho más económica. Esta tecnología se justifica cuando se realiza una tirada de más de 3000 unidades. En este caso se harán 500 unidades de 18 pliegos, es decir 9000 hojas.

La otra tecnología posible, la que se utilizó para la primer impresión de 10 ejemplares, es la impresión digital. El producto terminado no varía demasiado, pero lo que tiene de positivo es la flexibilidad de la impresión, en tanto que un ejemplar no requiere de tanto presupuesto y puede ser modificado para reimprimir al instante.

Se mencionan estas características de cada tipo de impresión ya que son fundamentales a la hora de pensar una revista, o cualquier material impreso. Factores con los que uno juega y

los cuales terminan de definir cuestiones centrales, hasta la misma factibilidad del proyecto.

## **9.2. Pos producción**

- **Impresión**

Se llevó a cabo una impresión de cuatro ejemplares para la entrega formal del TIF, el cual fue el formato final con el cual se venderá la publicidad.

Fue el primer momento en el que se tuvo relación directa con revista, en el cual fue sumamente importante para verificar que todo el diseño esté plasmado de manera fiel a la impresión, es decir, poder ver y analizar cualquier tipo de detalle y desperfecto. En esta etapa es de suma importancia, por ejemplo, cómo quedan impresos los colores. No se profundizará en las distintas paletas de colores digitales, pero



es necesario decir que hay dos variables en el uso de tintas: RGB (Red, Green, Black – rojo, verde, negro) y CMYK (Cian, Magenta, Yellow –amarillo- y Key – negro). En el primer caso, al trabajar con tres tintas, la cantidad de tonos y medios tonos se reduce. En cambio, el segundo, al tener una variable más, logra mayor cantidad de colores. El medio seleccionado para hacer la tirada grande es el segundo, es por eso que, a la hora de imprimir, cada pliego necesita cuatro chapas para trabajar con cada tinta. Esta es la razón del coste elevado del sistema offset, pero que merma a medida que aumenta la cantidad de ejemplares realizados.

Haciendo esta breve introducción, hay que resaltar la idea que hacer un uso impensado de ellos puede generar un producto final indeseado.

- **Presupuestos**

Una vez decidida la manera de proceder para alcanzar la impresión de los 500 números se comenzó a buscar

presupuestos de impresión en el radio de la ciudad de La Plata y sur de gran Buenos Aires.

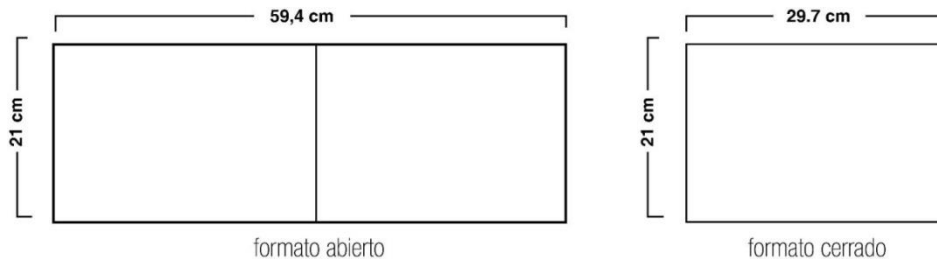
Se procedió, en primera instancia, a hacer un relevamiento de las imprentas de la zona. Una vez definida la cuestión artística y el diseño se realizó un esquema de impresión, donde se detalló la cantidad de ejemplares a imprimir, la dimensión, los tipos de papeles requeridos para las distintas partes de la producción (tapa/contratapa e interiores), el modo de afianzamiento y la cantidad de tintas. Se eligió que dos páginas se presenten en blanco y negro ya que abaratan el proceso de impresión: en vez de cuatro chapas necesarias para cada pliego, se debe realizar sólo una.

Luego se envió el esquema por *e-mail* y por chat de *Facebook* a todas las imprentas relevadas, pudiendo comparar de esta forma los mejores precios y prestaciones de cada una.

La primera prueba de impresión, la cual sirvió para la entrega formal del TIF, se realizó en *Xenon*, una imprenta cercana a la Facultad de Bellas Artes -10, 61 y 62-, donde se realizaron

cuatro números iniciales en offset digital.

La imprenta para la tirada final al momento de la impresión de este trabajo no estaba definida, ya que se obtuvieron varios presupuestos similares y, por consejo del diseñador, lo mejor es concurrir a cada una para definir bien detalladamente el trabajo a realizar.



**INTERIOR**

16 paginas  
soporte estucado mate 90 gr  
14 paginas 4/4 tintas  
2 paginas 1/1

**TAPA**

4/4 tintas  
soporte estucado brillante 170 gr.

**AFIANZAMIENTO**

grapado acaballado

Tirada de 500 copias

● **Publicidad**

Una vez conseguidos los presupuestos y habiendo designado una cantidad considerable y prudente de espacios publicitarios, se calculó el precio que se lo cobraría a cada publicista. A su vez, y como forma de incentivo para los posibles participantes a la producción, se averiguaron presupuestos de volantes y panfletos de similares tamaños y calidades de los espacios propuestos. De esta forma se pudo atraer a los auspiciantes, ofertando no sólo la impresión del área publicitaria, sino también la presencia en un material específico del rubro y una circulación específicamente apuntada al público activo del sector.

Finalmente, el aporte del diseñador gráfico en este momento fue de vital importancia. La experiencia de sujetos que ya han transitado el proceso de preproducción, producción y postproducción ayudó para poder definir estas cuestiones, como varias de *Urva*.

- **Distribución**

La distribución se dará a partir de los mismos negocios que publiciten en la revista, de modo que se calculará un estimado de revistas disponibles para cada uno de ellos. En otras palabras, si se imprimen 500 ejemplares, se calculará qué cantidad de ellos corresponderán a cada espacio publicitario, teniendo en cuenta el monto abonado y priorizando a los que elijan la más cara.

En el caso del primer número, por ejemplo, se previeron 18 espacios publicitarios, por lo que, en caso de asignar equitativamente, se distribuirían aproximadamente 27 ejemplares por negocio.

En este caso lo que se realizará es tener en consideración que las publicidades más caras tengan a disposición mayor cantidad de números, a la vez que quede un remanente para poder recorrer en persona a distintos potenciales publicistas

con el número en mano. Por lo tanto se comenzará con un determinado número de revistas y luego, en caso de ser requerido, se llevarán más a cada local.

## 10. APROXIMACIONES Y APORTES FINALES



El trabajo integrador final de una carrera como lo es la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, no puede dejar de lado el rol que tiene la formación académica pública en el seno de la sociedad. Como estudiante en determinado contexto intenté buscar el desarrollo de una herramienta de uso social, combinada también con una posible salida laboral.

Pensar una producción que tenga como objetivo ser útil en situaciones de incertidumbre en un momento particular de la vida tiene que ver con eso. No es casualidad que uno de los principales pilares que vieron nacer a esta revista sea un plan facilitador estatal para el acceso a la vivienda, en donde miles de sujetos de un día a otro se vieron inmersos en un sinfín de significantes y sentidos ajenos a su cotidianidad.

Con el cierre del PROCREAR no se quiere aludir a un cese de la

construcción en el suelo argentino/platense, sino que es importante resaltarlo para entender las bases del proyecto: el perfil social de la publicación fue, y será, un eje vertebrador de la misma.

En cuanto al plano personal, si tengo que pensar en un aporte, en una interpelación significativa que me haya brindado este trabajo, sin duda es la condensación del fin de la carrera y el deseo de desarrollar un proyecto en base a un interés personal.

Poner en práctica el rol de planificador fue la tarea más enriquecedora de este emprendimiento: comenzar a pensar el proyecto y su desarrollo, empezar a delinear los ejes sobre los cuales se basó una producción que requirió del apoyo y buena voluntad de muchas personas. Construir ese nexo que une la formación académica con un mundo laboral deseado. Es el hecho de poder pensar a través de nociones y posibilidades teórico-prácticas que nos brinda el campo de la comunicación, no sólo en el desarrollo del TIF, sino también en la propia gesta de la idea, de las bases del mismo, en la forma que

vemos, analizamos y actuamos en nuestro mundo.

También se pusieron en juego diversos saberes y experiencias a la hora de hacer *Urva*: reencontrarse con el rol periodístico, volver a diagramar una entrevista y encontrarse con un entrevistado cara a cara, grabador mediante; retomar esas prácticas de comunicación visual y el diseño gráfico en un material comunicacional, iniciadas allá por el primer año y el planteo del diario en el Taller de Producción Gráfica I. Distintos saberes y prácticas que se pusieron en juego para conjugar en el producto que tiene como objetivo conformarse como un referente del sector de la construcción en La Plata.

Por su parte, estas actividades también mostraron la profundidad específica de cada disciplina, vislumbraron desde qué lado puede un especialista sumar a un proyecto. Caso claro fue el encuentro con el comunicador visual, en tanto que un par de reuniones me dieron por entendido de qué y cómo se trabaja en su campo. Es por eso que se entiende un futuro transdisciplinar para la revista, la cual pueda proponerse como una fuente de trabajo en distintas áreas.

## **Elegir terminar/Elegir empezar**

Tanto como a la hora de elegir una carrera universitaria, el momento de optar por un ámbito de trabajo a la hora de la finalización de la formación de grado puede delimitar, encaminar, enrumbar nuestras vidas y destinos profesionales. No quiere decir que la vayan a decidir, pero es buen ejercicio analizar y problematizar áreas de intereses para poder divisar nichos en los cuales querer crear, desarrollarse, jugar.

Debe ser uno de los grandes interrogantes de los recién graduados -o próximos a serlo, el hecho de "qué es lo que voy a hacer una vez que termine de cursar, una vez que me convierta en un diplomado", además de las muchas ganas y algún que otro desafío por delante, o sueño -como se guste-.

Aunque, si bien, la revista aún no se encuentra en circulación, me pareció (y parece) una muy buena forma de terminar la carrera, apostando por esa idea que empezó a rondar entre varias, la cual vi factible, posible de concretar dentro de las posibilidades que manejo.

## **¿Caminos?**

Finalmente, en cuanto a los senderos en torno a los cuales se puede repensar, o bien sentar antecedentes, este TIF es la articulación del campo de la comunicación hacia otros. No hay que olvidarse ni desprenderse de la idea de que el arte de comunicar es la producción social de sentidos, y es allí, desde el acto de compartir y poner en común, que se crean paradigmas y cosmovisiones.

Como facilitadores de la palabra, como lectores y actores de realidades, debemos hacer y poner foco en estas cuestiones que nos atraviesan a diario y que hacen a nuestra vida como sociedad.

Un ejemplo de las posibilidades del campo de la comunicación puede ser una anécdota con un primo arquitecto, mencionado anteriormente. En el desarrollo de algunos trabajos prácticos durante su carrera, que tenían un peso y una dimensión política muy marcados y fundamentados, me comentó que en varias ocasiones le fue complejo poder explicar y llegar a

hacerse entender a partir de las memorias textuales que presentaban a los profesores.

Si bien se manejaba fluidamente en la capacidad de planificar y plasmar espacios, no le era suficiente la fundamentación teórica ni la explicación que los sustentaba. Es allí donde el aporte del comunicador encuentra fértil territorio para el desarrollo: ayudar, acompañar, hacer y dar forma a voces y experiencias.

Esta es una realidad determinada que se eligió para trabajar, como también existen tantas otras que pueden estar manifestándose y no estar encontrando la forma de hacerlo coherentemente a su propósito.

Esto puede servir como disparador de lecturas de otras realidades, de poder identificar de dónde provienen esas ideas ajenas e intentar mejorarlas.

## **A futuro**

Una de las cuestiones que tuve en cuenta y que jugó fuerte en las primeras decisiones en torno a la producción fue el mundo digital. Se pensó y analizó varias veces la posibilidad de realizar la revista en formato virtual al alcance de un click, pero se terminó decidiendo por la materialidad del papel.

Claro está que una decisión no prohíbe la otra, por lo que uno de los primeros desafíos de *Urva* es poseer su propio dominio digital donde poder presentar su propuesta en un soporte multimedial, abarcando y ampliando la accesibilidad del destinatario propuesto.

Si bien no pensé para la entrega de este TIF, ya se estuvo planificando y observando diversos portales web relacionados a la temática constructiva con el fin de darle forma prontamente a un sitio propio. El objetivo es disponer de distintos formatos comunicacionales y lograr un intercambio fructífero entre los lectores a partir de un foro de consultas. La revista también estará colgada de la página y servirá, por otro lado, como un

espacio publicitario más que ofrecer.

También he pensado en el desarrollo de comunicación digital en redes sociales, planteando y planificando contenidos y estrategias para la mayor difusión al público deseado, intentando aprovechar la mayor cantidad de posibilidades comunicativas.

Claro está que estos serán ejes complementarios a desarrollar una vez confeccionada la revista, siendo ella el material primordial y la identidad del emprendimiento en general.



## 11. BIBLIOGRAFÍA

- Anses (2015) "Gracias a PROCREAR 200.468 familias ya accedieron a su casa propia". Recuperado de: [www.anses.gob.ar](http://www.anses.gob.ar). Fecha de consulta: 15 de junio de 2016.
- Anguera Argigalga, María Teresa (1999). "La Observación Participante". En Metodología Cualitativa en la Investigación Sociocultural. En Revista "Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal ([www.redalyc.org](http://www.redalyc.org))". Pp. 73 -84.
- Badenes, D. (2007). "Comunicación y ciudad: líneas de investigación y encuentros con la historia cultural urbana". Question, 1(14). La Plata: IICOM. Recuperado de: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/354/286> Fecha de consulta: 11 de octubre de 2016.
- Barbero, J.M. (1987) De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Gustavo

- Gili.
- Blasco Hernández, Teresa y Otero García Laura (2008). "Técnicas cualitativas: la entrevista (I)". En Nure investigación, N° 33, marzo-abril 2008. España: S/E.
  - Castells, M. O. (2008). La cuestión urbana. México: Siglo XXI.
  - Garóflo, A. (s.f) "Revistas". Recuperado en: <[www.sudtipos.com/articles2](http://www.sudtipos.com/articles2)> Fecha de consulta: 11 de octubre de 2016.
  - Informe de Coyuntura de la Construcción (2017). Informe N° 135 Correspondiente al período Noviembre – Diciembre 2016. Recuperado de: <http://www.ieric.org.ar/coyuntura.asp>. Fecha de consulta: 15 de abril 2017
  - Reguillo, Cruz, R. (2005) La construcción simbólica de la ciudad. Tlaquepaque, Jalisco: Iteso.
  - Reguillo Cruz, R. (1991). En la calle otra vez: las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación. Tlaquepaque, Jalisco: Iteso.
  - Saucedo Ríos, K. L. (2006). "El diseño Soft como estrategia de composición en revistas de Criminología". Tesis de Licenciatura. Diseño de Información. Departamento de Arquitectura y Diseño, Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades. México: Universidad de las Américas Puebla.
  - Vargas Jiménez, I. (2012) "La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos". En Calidad en la Educación Superior, 1 (3). Costa Rica: Universidad Nacional a distancia. Recuperado de: [http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION\\_UNPAN/BOL\\_DICIEMBRE\\_2013\\_69/UNED/2012/investigacion\\_cualitativa.pdf](http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_DICIEMBRE_2013_69/UNED/2012/investigacion_cualitativa.pdf) . Fecha de consulta: 20 de mayo de 2017