



**FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

**LABORATORIO DE PRODUCCIÓN Y PRÁCTICAS
MULTIMEDIALES Y TRANSMEDIA**

ACOSTA, CAROLINA

LESCANO, NICOLÁS

SÁNCHEZ BARÚ, JULIETA

1- DE CLUBES SOMOS

En algún momento de nuestras vidas transitamos por clubes barriales, ya sea para alguna actividad deportiva o cultural, como así también para algún evento social.

Las experiencias y valores que estos espacios dejaron en nuestra historia fueron los que impulsaron nuestras búsquedas y anhelos por reflejar, en el documental transmedia, la realidad por la que pasaron los clubes barriales ante la ausencia del Estado durante el periodo 2015-2019 que no impulsó políticas públicas, que permitieran atravesar la crisis socioeconómica.

En la instancia de producción no existía tarifa de servicio diferencial para los clubes lo que los puso en riesgo permanente para su funcionamiento, ya que los recursos económicos, al no ser los mismos que una institución privada, los ubicaba en un lugar de desigualdad y vulnerabilidad.

El equipamiento y las condiciones edilicias deberían tener la posibilidad de ser renovados por lo menos una vez al año, pero este mantenimiento resultaron muy difíciles de costear con las cuotas de los socios.

Decidimos elegir tres clubes pertenecientes al barrio Altos de San Lorenzo, porque reconocemos las realidades y situaciones complejas que atravesaron y aún atraviesan y cómo el club de barrio se transforma en un espacio de contención e inclusión.

Altos de San Lorenzo es un barrio con mucha riqueza y valores, con multiplicidad de comunidades extranjeras, comunidades culturales, deportivas y religiosas. Se caracteriza por su humildad y su falta de infraestructura apropiada para una buena calidad de vida. El barrio creció con las corrientes inmigratorias que se dieron entre los años 1990 y 2000 desde los países latinoamericanos, movimiento que no fue acompañado de la infraestructura necesaria, dejando a las casas ubicadas más hacia la periferia en un lugar de desigualdad con respecto a las otras.

La elección de estos tres clubes en particular no fue solamente por la ubicación barrial sino también por las actividades donde se trabajan cuestiones sociales como en el caso de la feria de canje en el Club Juventud Zona Sur, y las actividades deportivas como por ejemplo el fútbol femenino que fomenta la igualdad de género,

teniendo un atributo de identidad. Además, el fútbol femenino en el club Villa Lenci así como también el boxeo en Chacarita Platense, son disciplinas que ayudan a los jóvenes a desarrollar un sentido de pertenencia.

Tomamos como disparador inicial la tesis de Virginia Cáneva quién nos brindó su mirada sobre la realidad de los clubes platenses. “Los clubes platenses representan el crecimiento y el desarrollo de cada uno de los barrios, la participación en comunidad, el compromiso de trabajo en conjunto, la solidaridad entre los vecinos y la unión familiar para participar en la vida social.” (Cáneva,2007, p. 38).

Claro testimonio de la solidaridad y unión que se generan en los clubes se vieron reflejadas en las inundaciones del 2013, en donde numerosos vecinos se acercaron al Club Chacarita Platense, siendo las instalaciones intermediarias entre los sujetos damnificados y el Estado.

Para el desarrollo de nuestro proyecto llevamos adelante una serie de entrevistas, en donde indagamos a quienes trabajan directa o indirectamente en las instituciones.

En este sentido es importante conocer estas voces, para así dar cuenta de cómo los clubes de barrio hacen a la identidad individual y colectiva, de los sujetos.

Elegimos como producto principal el documental transmedia por su poder discursivo y la riqueza que encontramos en sus relatos.

Buscamos reflejar la realidad sobre los clubes, sin dejar de lado al público hacia el cual nos dirigimos, posibilitando su participación activa en la narrativa, construyendo nuevas historias y nuevos desarrollos discursivos.

Interpelamos a los usuarios sobre la situación de crisis que atravesaron y atraviesan los clubes, creando conciencia sobre esta problemática, animándolos a ser parte de sus actividades sociales, culturales y deportivas, y generando vínculos entre los otros.

Es por eso la importancia de nuestro recorrido académico, ya que nos brindaron las herramientas necesarias para pensar, planificar y desarrollar nuestro producto.

Además de la importancia del deporte y la contención que brindan estos espacios, el documental está contextualizado en medio de una crisis socioeconómica donde la

suba desmedida de precios y la falta de políticas terminan afectando al barrio entero, provocando que muchos socios dejen de asistir al club por no poder pagar la cuota mensual, a la vez que esos clubes no pueden costear con sus ingresos, los impuestos periódicos implementados en los últimos años.

Esto sumado a la inflación y al desempleo, incrementan desigualdad social y generan cada vez más necesidades en las zonas más vulnerables de la ciudad.

Si bien se declaró una Tarifa Social de Barrio y Pueblo que promueve la Subsecretaría del Deporte para que estas condiciones no afecten el funcionamiento de los clubes, esta ayuda es solamente un 30% de descuento en la tarifa de la luz pero con la inflación que crece, inmediatamente queda sin efecto.

Por último desde nuestro rol de Comunicadores Sociales nos resultó importante involucrarnos con los clubes y con la comunidad barrial desde un lugar de responsabilidad, estableciendo vínculos con los diferentes actores sociales, y reconociendo la comunicación desde una perspectiva integral, ya que la consideramos como todo proceso de producción social de sentidos.

Los clubes de barrio conforman un espacio de gran valor para la formulación de procesos comunicacionales y de interacción social, por esto fue importante reconocer todas las voces que se manifestaron y analizar sus posicionamientos.

Asimismo consideramos valioso analizar de qué herramientas comunicacionales se valieron las diferentes instituciones en un contexto de crisis socioeconómica y en la construcción de nuevos vínculos sociales emergentes, y de qué sirvieron para la organización de nuevas estructuras de poder.

2- CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

El deporte y las culturas populares

En nuestro trabajo establecimos una relación entre el deporte, las culturas populares y los clubes barriales, tomando como referencia la expansión y popularización del fútbol en nuestro país con el gobierno de Juan Domingo Perón, quien fue uno de los

propulsores de los clubes de barrio y las prácticas del deporte como medio de estimulación de quienes lo practicaban.

Desde una perspectiva de inclusión de niños y jóvenes a través del deporte, en espacios de contención, como lo es un club de barrio, y reconociendo la importancia que estos tienen en su construcción: “los Estados no sólo a través del deporte y la actividad física están garantizando un derecho actual de la niñez y adolescencia, sino también trabajando en pos de la calidad de vida de los adultos del futuro. En efecto, las políticas orientadas al deporte y la actividad física en la infancia representan una inversión en el presente y en el futuro de las sociedades” (Tuñón, 2014, p. 2)

Para la realización del documental nos propusimos recuperar aquellas herramientas conceptuales que nos permitieran concebir al deporte como prácticas desarrolladas en una trama sociocultural. Por esto, nos resultó importante acercarnos a la concepción de identidad de los sujetos alrededor de estos espacios sociales. En este sentido y acorde con nuestros intereses, abordamos los conceptos de CULTURA, CULTURAS POPULARES e IDENTIDAD.

En primer lugar podemos decir que el concepto de **cultura** nace como “ALTA CULTURA” -(Canclini,2004),es decir como el sentido común y la relación entre la cultura y la civilización.El etnocentrismo europeo veía a la sociedad como la cuna de la cultura donde esta alcanza su máxima expresión y por lo tanto la única que se debía difundir. Este proceso de cultura se puede pensar como producción significativa con:

Una mirada superadora de sesgos funcionalistas, estructuralistas y hermenéuticos, está en las perspectivas que conciben a la cultura como proceso de construcción simbólica que se conforma en las prácticas de los sujetos (..) un conjunto de procesos de producción, circulación y consumo de significación en la vida social. Se distingue entre prácticas estructurales (objetivables) y su incorporación simbólica en prácticas subjetivas (culturales), la cultura es una dimensión de la práctica sólo analíticamente discernible. Se hace especial énfasis en el poder como movilizador de las relaciones sociales, es en la

disputa por el poder en donde los actores sociales se mueven y se constituyen
(Rosboch, 2014, p. 10)

Por otro lado, cuando hablamos del concepto de **culturas populares** nos referimos al concepto de pueblo y a lo popular como un marco referencial para señalar la distinción. Desde este lugar podemos pensar que hablar de cultura popular es hablar de política, de ideología, de modo de ver concebir el mundo desde una perspectiva de pertenencia. En tal sentido, podemos decir que la cultura popular es parte de un “proceso político dentro de un sistema jerarquizado de producción de hegemonía” (Velasco, 1992, p. 21).

Por último hablamos de **identidad** retomando a Gilberto Giménez (1997) cuando señala tres ejes esenciales para construir este concepto:

a) *La identidad como distinguibilidad* pensando en que es un proceso de internalización de la cultura tanto para individuos como por grupos. Funciona como principio de distinción donde se establecen actos de reconocimiento social ya que necesita de una intersubjetividad lingüística donde se forma, se mantiene y manifiesta en procesos de interacción y comunicación.

b) *La identidad como red de pertenencias sociales*, como aquella que se forma con otras identidades e implica relaciones de desigualdad, luchas y contradicciones

c) *la identidad como narrativa biográfica y memoria colectiva*, a la que se puede definir en el plano individual como la historia de vida que provee de coherencia y orientación a la vida y en el plano colectivo como identidades relacionales que se presentan como totalidades diferentes a los individuos que la componen y que obedecen a mecanismos y procesos específicos (Giménez, 1997).

En este contexto actual de crisis socioeconómica en donde los clubes de barrio ocupan un lugar fundamental en nuestra sociedad y en la integración de las personas, recuperamos en nuestro trabajo categorías como la de deporte social o deporte como inclusión.

El deporte social es un medio para la ocupación del tiempo libre, es una herramienta para la motivación de realizar una actividad física, además de generar incentivos para el compromiso con una actividad ya que promueve el desarrollo psicofísico dentro del marco de diversión, recreación y creatividad como así también permite la libre elección,

la participación y el protagonismo personal del mismo modo que genera conductas de salud, auto cuidado, auto valoración y superación mientras que favorece la comunicación, la socialización y la integración. (Cabeza, 2007, p. 51)

En este sentido, es en el club de barrio donde se establecen este tipo de relaciones y nuestro rol se inserta en ese entramado para poder transmitir los elementos que constituyen las políticas públicas como así también las diferentes facetas que fueron adoptando las instituciones, conforme a la realidad política y al camino que transitó el Estado, en la promoción y difusión de sus actividades.

De audiovisual a lo transmedia

Reconociendo nuestro contexto hipermediatizado en donde los contenidos fluyen y se expanden por diferentes canales y plataformas, y en donde los usuarios se transforman en prosumidores, dejando de lado aquella imagen de consumidor pasivo, nos resultó importante plantear nuestro documental desde una perspectiva transmedia, teniendo como principal exponente a Carlos Scolari, quien define al concepto transmedia como “Un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari,2013, p. 1).

Considerando el rol fundamental que ocupan las nuevas tecnologías en lo cotidiano, transformando los modos de trabajo, de relación, de comunicación y de acceso a la información e impactando en las maneras de producir, de vincularse y de leer el mundo, es sumamente necesario reconocer y analizar este fenómeno. En Argentina creció de gran medida el modo en que los sujetos se relacionan con la tecnología, ocupando un lugar protagónico los celulares, no solamente para usos tradicionales sino más bien para usos más complejos o de entretenimiento.

Si bien el hábitat digital se constituye por la existencia de las nuevas tecnologías, los consumidores ocupan un rol fundamental en su constitución por medio de sus prácticas, trayectorias y experiencias, construyendo en primer lugar un plano simbólico para luego trasladarse a lo físico, al mundo offline.

El género documental ha ido evolucionando a lo largo de los años a medida que la tecnología y las nuevas innovaciones en reproducción y proyección iban cambiando. Desde el fílmico hasta el cd-room para luego trasladarse a las pantallas, los realizadores pudieran mostrar y abarcar una construcción de realidad de muchas maneras, enriqueciendo más al espectador. En este último tiempo, la narrativa transmedia permitió un nexo entre la historia y el espectador devenido en prosumidor, quien no solamente interactúa con el contenido explorando distintas plataformas sino que puede ser parte y accionar a través incluso de activismo social a modo de reclamo o colaborando desde su lugar.

“Su característica más singular es la interactividad, que concede un nuevo rol al usuario y plantea nuevas relaciones con los productos, hacia la inmersión, el juego y la colaboración. Sin embargo, destacan también por ser géneros con una buena adaptación a la red, donde han sabido explotar los recursos hipertextuales y multimedia.”
(Lovato, 2017, p. 1)

Hay ejemplos sobre cómo un documental transmedia puede provocar reacciones positivas ya sea accionando o simplemente tomando consciencia sobre una situación en particular tales como *The Cove* donde se visualizó la caza de delfines en Japón. O “18 días en Egipto”, un documental interactivo donde se pedía a los ciudadanos egipcios que filmaran o sacaran fotos desde su celular en medio de las manifestaciones sociales contra Hosni Mubarak para que pudieran ser subidas y difundidas en el sitio web oficial, para ser vistos por miles de usuarios en cualquier momento y experimentar desde otras partes del mundo el clima revolucionario. En lo particular de nuestro documental buscamos que se puedan generar reacciones en la comunidad del barrio y en los actores que participan de las actividades de los clubes, interpelando sobre el valor que estos tienen como espacios de inclusión y de contención social. Además buscamos difundir las actividades de estos clubes y concientizar a la sociedad en general, impulsando a la solidaridad y el apoyo de estas instituciones que se encuentran en crisis.

“De este modo, la narrativa transmedia, aplicada al género documental, tiene la potencialidad de utilizar un conjunto de estrategias de empoderamiento

ciudadano que desde la sociedad civil pueden contribuir a la transformación de las injusticias y las desigualdades sociales.” (Guifreud & Castells, 2015, p. 1).

La elección de realizarlo en formato documental y no una historia de ficción es que consideramos que los actores sociales pueden implicarse mejor en el proceso de representación de sus realidades. El documental consta del encuentro real entre realizadores y sus protagonistas donde se cuestionan y plantean objetivos entre todos, formalizando o no una definición o acuerdo en común: “La autoridad textual se desplaza hacia los actores sociales reclutados: sus comentarios y respuestas ofrecen una parte esencial de la argumentación de la película” (Nichols, 1997 , p. 79).

En la ficción también puede mostrar estas realidades pero la escritura de un guión o historia imaginaria no permite entrar y acceder a ese mundo o realidad de la misma manera sino mejorado: representa puntos de vista y formas de ver la vida.

El documental de modalidad participativa va más allá de las entrevistas y comentarios y trata de una construcción colectiva que no queda anclada solamente a la visión del realizador. Es mucho más abierta en cuanto a construcción fílmica también porque es transparente y no trata de ocultar la presencia de la cámara como en la modalidad de representación observacional. Incluso el mismo proceso de preparación puede estar presente en la filmación sin que eso le quite veracidad al producto.

Nuestro documental transmedia fue pensado, planeado y desarrollado en un contexto nacional muy complicado, de crisis socioeconómica y de estancamiento en la economía nacional, en donde los clubes barriales fueron una de las tantas instituciones sociales afectadas, a partir de una serie de aumentos en los servicios públicos, lo que sumado a la inflación hizo y hace muy difícil su funcionamiento y subsistencia.

Consideramos a este como un fenómeno que se da a nivel latinoamericano, en donde una serie de gobiernos con ideología y economía liberal, establecen medidas que afectan directamente a los sectores más vulnerables de la sociedad, en donde sin duda se encuentran los clubes barriales.

Tomando la obra de Subcomandante Marcos:

La nueva bomba neoliberal, a diferencia de su antecesora atómica en Hiroshima y Nagasaki, no sólo destruye la polis (la Nación en este caso) e impone la muerte, el terror y la miseria a quienes la habitan; o, a diferencia de la bomba de neutrones, no sólo destruye "selectivamente".

La neoliberal, además, reorganiza y reordena lo que ataca y lo rehace como una pieza dentro del rompecabezas de la globalización económica. Después de su efecto destructor, el resultado no es un montón de ruinas humeantes, o decenas de miles de vidas inertes, sino una barriada que se suma a alguna de las megápolis comerciales del nuevo hipermercado mundial y una fuerza de trabajo acomodada en el nuevo mercado de trabajo mundial. (Marcos, 1997)

3- MÉTODOS Y TÉCNICAS

Para alcanzar los objetivos, la producción del documental transmedia estuvo enmarcada dentro de la metodología cualitativa. “Esta es una investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor, 2000, p. 7).

El investigador cualitativo estudia a las personas en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se hallan en el presente.

Las herramientas que utilizamos para cumplir con los objetivos planteados fueron la recolección de documentos, observación participativa, entrevistas formales e informales y no estructuradas, notas de campo, e historias de vida.

Para la realización del producto fue necesario pasar por diferentes momentos:

Indagación, realización de entrevistas y observación participante.

En esta primera etapa y luego de leer la tesis que nos dio el puntapié inicial para la realización de nuestro Trabajo Final (TF), realizamos un mapeo de los clubes sociales de la ciudad de La Plata. A partir de ahí indagamos cómo los medios gráficos y audiovisuales locales visibilizaron las cuestiones sociales, económicas y edilicias de las mismas. Así se seleccionó uno de los clubes que formaron parte de nuestro transmedia, el Club “Chacarita Platense”.

“La tradicional institución (Chacarita Platense) atraviesa una situación de acefalía, apenas mantiene alguna de las actividades que la caracterizaron y ni siquiera se

tienen certezas sobre la cantidad de socios que componen el padrón” (*El Día*, 2 de marzo 2018).

Una vez seleccionado el primer club, nos cuestionamos qué era lo que nos impulsaba a realizar la producción transmedia y qué queríamos mostrar, lo que nos llevó a establecer contacto con el presidente de la institución con quien en un primer diálogo, dimensionamos las dificultades que atravesaban los clubes de barrio en el contexto de crisis, y el lugar importante que ocupan en la comunidad.

Con el objetivo de realizar una producción que demuestre las situaciones de los clubes, específicamente ubicados en los barrios, es que decidimos seleccionar tres instituciones ubicadas en el mismo barrio: Altos de San Lorenzo.

En un primer acercamiento hacia las instituciones, para recolectar datos, información y testimonios, observamos las diferentes estrategias que utilizan las autoridades para sostener sus actividades cotidianas y además contener a la comunidad. Un caso relevante es el del Club Juventud Zona Sur en donde se realiza una feria de canje dos veces a la semana, en la que los vecinos se encuentran a intercambiar alimentos por ropa.

Para recolección de los datos y/o entrevistas realizamos un cronograma en donde planificamos algunas actividades para realizar una recopilación de la información que necesitamos para la producción.

En este sentido en nuestro acercamiento a los clubes realizamos observaciones y descripciones de sus actividades, búsquedas y recopilación de notas periodísticas que hablan sobre el tema.

Por otro lado, como es necesario que el investigador comprenda la realidad a partir de su presencia, se utilizó la observación participante que consiste en dos actividades principales:

“Observar sistemática y controladamente todo lo que acontece en torno al investigador, y participar en una o varias actividades de la población, en el sentido de desempeñarse como lo hacen los nativos; de aprender a realizar ciertas actividades y a comportarse como uno más” (Guber, 2001, p. 57).

Las entrevistas como herramienta de interiorización

En una segunda etapa realizamos las entrevistas a diferentes actores: presidente del club, miembros del club, profesores, etc. Aquí formulamos preguntas en común para los que son parte de las instituciones con el fin de detectar la vinculación y pertenencia con el club de referencia. Además establecimos preguntas que orientaran a los entrevistados para poder realizar una correcta edición y vinculación entre los tres clubes en el documental.

La entrevista:

“Es la más pública de las conversaciones privadas. Funciona con las reglas del diálogo privado (proximidad, intercambio, exposición discursiva con interrupciones, un tono marcado por la espontaneidad, presencia de lo personal y atmósfera de intimidad), pero está construida para el ámbito de lo público (Halperín, 2008, p. 23).

Las entrevistas tuvieron el propósito de indagar a aquellas personas que tuvieran relación directa con los clubes seleccionados para nuestro documental. Como técnica personal, nos permitió recolectar datos a partir del diálogo con los actores sociales que forman parte de estas instituciones sociales, teniendo en cuenta la importancia de las preguntas que formulamos haciendo foco en las problemáticas que surgen a partir de la crisis socioeconómica, las nuevas relaciones sociales que se construyen y las relaciones de poder que se establecen entre los clubes, los actores sociales y el Estado.

Tratamos de que estas entrevistas informales y semiestructuradas, priorizando la intimidad con los entrevistados, y el vínculo cercano.

A partir de las respuestas de los mismos se construyó el producto en tres ejes: Presentación del tema y/o clubes, realidad social/crisis y reflexiones finales.

4- PROCESO DE PRODUCCIÓN

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Primera entrevista al Club Chacarita Platense	Acercamiento a los Clubes Villa Lenci y Juventud Zona Sur	Contacto con los representantes de las instituciones	Filmación del documental audiovisual	Post Producción: edición de audiovisuales
Redacción del Marco Teórico	Búsqueda de videos sobre clubes de barrio platenses	Elaboración de cuestionarios para las entrevistas		Organización el universo transmedia- Sitio Web
	Búsqueda en diarios sobre los clubes seleccionados	Comienzo de Pre-producción		Consideraciones Finales

. Pre-producción

Primero realizamos una investigación previa antes de concretar las entrevistas, contactando a quienes íbamos a indagar, a través de lecturas y visualización del tema en varios medios de comunicación como para ver qué tratamiento se les daba. A partir de ahí seleccionamos los entrevistados y las locaciones. Fue esencial que los reportajes se realizaran en los mismos establecimientos ya que es en ese contexto donde se profundizan y se visualizan bien claro las necesidades edilicias. Además de las preguntas estar orientadas a lo social y barrial, también referimos a una lectura y conclusión política determinante.

En el caso de la diagramación del universo audiovisual como la organización de las

distintas plataformas y el sitio web, armamos un esquema a modo de guía de recorrido para el usuario para que él mismo pase por segmentos específicos acordes a un orden cronológico

. Producción

En la etapa de producción filmamos las entrevistas a personas directas con las entidades elegidas.

La elección de estos no fue al azar, sino que influyó la cantidad de años que trabajan en el club y por la cantidad de gobiernos y crisis por las que han pasado.

Entre los entrevistados ya mencionados se encuentran el presidente del Club Chacarita Platense, José Guttman, la secretaria Claudia Leguizamon, las encargadas de la feria de canje, y el presidente del Club Juventud Zona Sur Cristina, Eva Giordano, Lali y Lucas Acosta, y por último al encargado del Club Villa Lenci, Carlos Mereles.

Las dos entrevistas al Chacarita Platense se filmaron en plano medio con cámara fija con la biblioteca del club detrás a modo de escenografía. En la feria de canje la cámara se mantuvo fija en pocos planos y en algunos hubo seguimiento a modo de travelling mientras se dialogó con Cristina. Lo mismo con el Club Villa Lenci y la entrevista a Carlos Mereles, que se realizó mayormente con planos abiertos y fijos. En todos estos casos la luz fue natural y no se usó una puesta de luces específica. Por otro lado realizamos planos a las diferentes instalaciones de cada club, mostrando los sectores donde se entrena o donde se realizan diferentes actividades recreativas como clases deportivas o partidos.

A partir de las conclusiones que surgieron de las mismas, procedimos a recopilar y relevar el material obtenido para adaptarlos y adecuarlos a nuestro documental final. Utilizamos la plataforma Drive, que nos permitió organizar y almacenar los archivos para una posterior edición con el programa Adobe Premiere.

En esta etapa además se determinaron los criterios estéticos acerca del diseño de los demás elementos como el sitio web, las redes sociales y los contenidos.

Por otro lado, a partir del trabajo realizado en el Taller de Producción Radiofónica III de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, en donde trabajamos en un formato deportivo desde una perspectiva social y de inclusión algunos clubes

platenses, realizamos una selección de materiales de audio para la producción de un podcast. Los mismos surgen de las entrevistas en vivo a Santiago y Pablo Acosta, referentes institucionales y deportivos del Club Chacarita Platense, en radio Fm Universidad y fueron editados por medio del programa de edición Audacity.

. Post-producción

En esta etapa editamos todo el material audiovisual que nos sirvió para el documental transmedia para de esta manera dar cuenta de las tres partes de la estructura secuencial de dicho producto: el club como espacio de recreación, contención y construcción de identidades / contextualización de crisis económica / el club y sus vínculos con el deporte desde una perspectiva de inclusión.

Decidimos que en la edición del material audiovisual la extensión total fuera de entre cinco (5) y diez (10) minutos, segmentado a modo de clips que no tengan demasiada extensión, para Instagram no más de 30 segundos y en Facebook alrededor de un minuto o minuto y medio. Agregamos música extradiegética¹ para darle un ritmo más dinámico a los videos. Una vez terminado el montaje, los empezamos a ubicar en la plataforma transmedia al que pertenece, organizando a todo lo visual con un patrón en común y adaptándolo según la plataforma. En las redes sociales por ejemplo toda pieza audiovisual no va a durar más de cuarenta segundos.

El objetivo en la post producción fue poder construir y ubicar todas las partes en el universo transmedia con coherencia y la posibilidad de diagramar maneras de difusión.

¹ Música que no pertenece al universo narrativo. Solo es escuchada por el espectador y se agrega únicamente en la post-producción.

5- ESTRATEGIAS DE CIRCULACIÓN Y TRANSMEDIACIÓN



Espacio de interacción de todas las producciones planeadas y desarrolladas en nuestra transmedia además de las redes sociales de cada club, incluido el podcast. A modo de interacción se presenta un mapa para ubicar los diferentes clubes deportivos barriales platenses mediante una experiencia en 360°.

Experiencia: Los usuarios pueden redirigirse a las redes y buscar direcciones y locación de clubes deportivos mediante Google Maps y a su vez visitar en 360 cada uno de sus espacios.



Compilador de las entrevistas audiovisuales realizadas a los diferentes actores de los clubes barriales. Estos relatos funcionan a modo de reconstruir la historia, actividades, pasiones y por supuesto la crisis con las que conviven día en el club deportivo de barrio.

Experiencia: Los usuarios pueden visualizar todas las entrevistas y opinar sobre lo que se habla en cada uno de estos micro-videos, además podrán replicarlo en sus propias redes sociales



Espacio para generar comunidad en torno a la actualidad de los clubes deportivos barriales visibilizando las actividades que se realizan y la situación presupuestaria del deporte relatada en portales de noticia y medios gráficos de los últimos años.

Experiencia: los usuarios pueden informarse sobre la actualidad del club a través de las noticias sobre el presupuesto deportivo y actividades elegidas, También compartir inquietudes y opiniones con sus pares para generar debate alrededor del tema. Lo mismos criterios de esta red social también van a ser implementados en Twitter.



Audiovisuales e imágenes de las actividades propias de los clubes para resistir a crisis, además de destacados que se encuentren en las entrevistas y/o temas de interés sobre los que podamos realizar sondeos, Contraste en el antes y el después de la crisis económica en cada club mediante fotografías. Promoción de actividades deportivas y eventos

Experiencia: Interacción mediante reacciones/respuestas y también dirigirse a las demás plataformas. Visualizar mediante la galería las actividades que el club realiza.



Offline – Organización de Kermesse al final del documental para circularlo entre los vecinos que tendrá un lugar para que puedan dejar su opinión y dar su relato en video que puedan ser parte de las entrevistas que se sumen al documental.

Experiencia: Interacción con el documental y los vecinos de cada barrio, además de poder animarse a dar su opinión en cámara o relato de vida en relación al club deportivo barrial.

DISEÑO ESTÉTICO DE CLUBES SOMOS

SITIO WEB

- Identidad del sitio: logo quienes somos
- Tipografía
- Colores
- Imágenes y videos- ubicaciones
- Podcast
- Estructura de la página
- Menú a modo de pestañas
- Soporte Wix
- Elección de plantilla
- Ubicación de logos de redes sociales
- Google Maps
- Experiencia 360

YOUTUBE

- Foto de perfil
- Videos - Duración
- Tipo de Edición
- Lista de reproducción

REDES SOCIALES: INSTA/ FACE

- Foto de perfil
- Estructura en post: informal
- Utilización de parametros para la redacción de posts
- Utilización de imagenes y videos de un minuto
- Hipervinculos a sitio web constante
- Fomentar el debate

PODCAST

- Edición de material para acortar la duración
- Uso de música
- Subir a plataforma Youtube y otras relacionadas con programas de radio
- Enlazar en el sitio web

6- CONSIDERACIONES FINALES

A raíz de la experiencia vivida en el proceso de planificación y realización del documental transmedia nos llevó a interiorizarnos sobre las realidades de los clubes platense, y su importancia para la comunidad, además de reconocerlos como espacios de inclusión de jóvenes, y de la comunidad en general, a diferentes deportes, experiencias artísticas y culturales.

Son el reflejo de la realidad social y los más perjudicados en cuanto a políticas neoliberales debido a que son uno de las pocos espacios que fueron construidos desde el barrio y para los vecinos, con un sistema de autogestión y solidaridad en pos de trabajar bajo un único desafío que es sacar a los chicos de la calle e incluirlos en grupos a través de estas actividades.

Como comunicadores nos generó muchísimas ganas de buscar modos de colaborar, como por ejemplo planificar una kermesse para intercambiar vivencias con las comunidades, visibilizar la situación que atraviesan los clubes, y recaudar fondos para cada uno.

El trabajo realizado en conjunto con las instituciones nos permitió adquirir nuevos conocimientos y experiencias sociales que sin duda contribuyen a nuestra formación y al modo en el que optamos por contar las historias y realidades.

7- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Canclini, N. (2004). Diferentes, desiguales y desconectados. *La cultura extraviada en sus definiciones.* (pp 34-43.) México. Editorial Gedisa.
- Cánova, V., Mendoza Jaufret, H. (2007) Clubes platenses: Al rescate de lo colectivo. Riesgos, desafíos y posibilidades de las instituciones barriales en la trama de la ciudad posmoderna. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/3331>
- Cabezas, J. El deporte social. Una estrategia para la integración social. Tesina de Licenciatura en Ciencia Política y Administración Pública. Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza. 2007.
- Diario "El Día" 3 de diciembre de 2018- "Un ejemplo de integración: Isaías cumplió el sueño de usar la "10" en Villa Lenci. Recuperado de la web: <https://www.eldia.com/nota/2018-12-3-13-25-0-un-ejemplo-de-integracion-isai-as-cumplio-el-sueno-de-usar-la-10-en-villa-lenci-deportes>
- Diario "El Día"- 02 de Marzo 2018 - "El club del barrio Cementerio que supo ganarle a la adversidad" , recuperado de la web: <https://www.eldia.com/nota/2018-3-2-4-59-53-el-club-del-barrio-cementerio-que-supu-ganarle-a-la-adversidad-la-ciudad>
- Giménez, G (1997) Materiales para una teoría de las identidades sociale. Revista Frontera Norte N°18 Vol. 9 Julio-Diciembre. México.
- Gifreu-Castells, A. (2015). El uso del documental transmedia como herramienta para el cambio social. Análisis de casos focalizados en las desigualdades de género en el siglo XXI. Congreso Internacional Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social. Universitat Jaume I. Nos Aldás, E.; Arévalo, Á. I.; Farné, A. (Eds.) #comunicambio: Comunicación y

Sociedad Civil para el Cambio Social. Madrid: Fragua, pp. 1154-1177. ISBN: 978-84-7074-694-9.

- Guber, R. (2001). La etnografía, método, campo y reflexividad. La observación participante. Cap. 3 "La observación participante". Buenos Aires: Editorial Norma.
- Halperín, J. (2008). La entrevista periodística: intimidades de la conversación pública. [en línea] Recuperado en: <http://goo.gl/2brYDC>
- Mosetti, E, Núñez, E , Rojas, A y Sánchez, M .Deporte e inclusión social: políticas deportivas municipales Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 2, diciembre 2016 ISSN 2469-0910. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
- Rosboch, M. E. (2014) "Altas y bajas de la cultura. Aproximaciones sobre la dinámica cultural". En: Rosboch M. E. (Compiladora) Culturas populares y deporte. La Plata: EPC.
- Scolari, Carlos. Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto, 2013, 342 p. ISBN 978-84-234-1336-2.
- Subcomandante Marcos (1997). Siete piezas sueltas sobre el rompecabeza mundial.El neoliberalismo como rompecabezas: la inútil unidad mundial que fragmenta y destruye naciones. EZNL.
- Taylor, S.J. y Bogdan R. (1992). Cap. 6 "El trabajo con los datos. Análisis de los datos en la investigación cualitativa". En Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona, Paidós.
- Tuñón, I.Laiño,F. Castro, H. El juego recreativo y el deporte social como política de derecho. Su relación con la infancia en condiciones de vulnerabilidad socia. Educación Física y Ciencia, vol. 16, nº 1, 2014. ISSN 2314-2561. Disponible en: <http://www.efyc.fahce.unlp.edu.ar/>
- Vazques, J., Lovato, A. Transmedia desde la universidad. Estudio de caso del modelo DocuMedia. Aisti. 2017.
- Velasco, H. M. (1992). "Los significados de Cultura y los significados de Pueblo. Una historia inacabada" en Revista REIS Nº 60 Octubre-Noviembre