

**Título: Contratos de lectura en revistas de Villa María:**

Apellido y Nombre: MARTINEZ, Fabiana

DNI: 18.173.106

Pertenencia Institucional: Universidad Nacional de Villa María

Eje temático: Eje 10 -

E-mail: fabianam@arnet.com.ar

Apellido y Nombre: CASTILLO, Jimena

DNI:

Pertenencia Institucional: Universidad Nacional de Villa María

Eje temático: Eje 10 -

E-mail:

Esta indagación se ubica en un campo más amplio de estudios sobre “industrias” y “consumos culturales” realizados por nuestro equipo de investigación en la ciudad de Villa María, y en este caso, se propone el análisis de los sentidos que adquiere “lo local” en los contratos de lectura de las revistas que allí se producen. Nuestro objeto se recorta en relación a un nutrido trayecto que recurrió tanto a metodologías cuantitativas como cualitativas, cuyos aportes reseñamos a continuación. Por un lado, un relevamiento cuantitativo amplio realizado sobre tiempo libre y consumos culturales en los años 2010 y 2015 permitieron realizar una descripción generalizada de los distintos medios y comprobar la vigencia de los hábitos de lectura de los habitantes de la ciudad, y en particular la preferencia por aquellos “contratos de lectura” (Verón, 1984, 1985, 2002) de producción local que eran particularmente interpelativos en función de una identidad “local” o “vecinal”. En segundo lugar, se realizaron unos años después investigaciones cualitativas sobre procesos de recepción, en las que se indagó sobre las formas de reconocimiento de diferentes grupos socioeconómicos y etarios de los dispositivos de enunciación ofrecidos por los diarios del lugar. En este caso, se constató la identificación y preferencia de los lectores con las temáticas regionales y las interpelaciones vinculadas a la propia ciudad, es decir, con los diarios que presentaban un perfil local más nítido. En la actualidad, estamos desarrollando un proyecto vinculado a las “industrias culturales”, en el que se constata la heterogeneidad de emprendimientos mediáticos de todo tipo de características y alcances (desde el multimedia hasta las cooperativas y los segmentos informales), con la particularidad de la existencia de emprendimientos “de autor” a cargo de jóvenes (revistas de cultura, sobre cooperativismo, propuestas comunitarias, etc.).

La encuesta a la que aludimos nos permitió realizar tanto un panorama de las preferencias de las audiencias como una descripción de las prácticas de lectura. La ciudad presenta un pleno desarrollo de una oferta que incluye varios soportes (diarios, televisión, radios) que compiten y/o conviven con medios provinciales y nacionales disponibles. Sin embargo, se destaca la preferencia por los medios locales particularmente en dos rubros: en el campo de la producción

gráfica (El Diario de Villa María es leído por el 61% de quienes eligen este medio de comunicación) y en el de las radios (el campo es hegemonizado por un grupo mediático cordobés, Cadena 3, pero las radios locales suman otro 30%). Esta preferencia no rige, por ejemplo, a la hora de elegir productos televisivos, pese a las múltiples opciones informativas que la ciudad produce (Canal Mirate, Canal 20 y UniTv), ya que se prefieren los programas nacionales y provinciales. Por otro lado, esta primera aproximación cuantitativa nos permitió confirmar la vigencia de las prácticas de lectura de diarios, revistas y libros, tanto en soporte papel como digital (Martínez, 2012). Sin negar la evidente importancia que poseen los nuevos soportes y modalidades de producción y acceso a contenidos diversos, y aunque experimenten el impacto de las llamadas TIC's, los medios "tradicionales" no han perdido vigencia. En ese sentido, esta encuesta realizada en las ciudades de Villa María y Villa Nueva reveló una notable incidencia del consumo de prensa gráfica (diarios y revistas) entre las prácticas más desarrolladas por los habitantes de estas localidades<sup>1</sup>. En efecto, sobre una muestra conformada por 400 casos, que incluyó a hombres y mujeres mayores de 13 años de edad, un dato significativo es que el 74,3 aseguró ser lector asiduo de diarios y un 37,2 afirmó leer revistas con una periodicidad mensual. En el ítem referido al tiempo libre, la lectura de "diarios, revista y libros" se presenta también como actividad preferida entre los adultos, teniendo además una estrecha relación con la vida escolar de los adolescentes, los que también leen en un porcentaje significativo (aunque prefieren "navegar en Internet"). La práctica de la lectura de textos aparece como significativa en relación al ocio y se vincula con el entretenimiento y la elección voluntaria: casi la mitad de los entrevistados (45%) afirma leer frecuentemente o casi siempre en su tiempo libre, aunque hay que reconocer que esto no excluye la presencia dominante de otros dispositivos mediáticos. Esta referencia tiene diferente presencia según la edad. El porcentaje de quienes eligen leer, es decir, vinculan esta práctica con un momento lúdico y el placer, crece notablemente con la edad: en el grupo de los adolescentes sólo el 19% prefiere la lectura, y este porcentaje va creciendo hasta llegar a un 71.4% a los 65 años. Inversamente, la preferencia por "navegar" alcanza sus más altos valores en los jóvenes, mientras que desciende drásticamente en los grupos de adultos. Esto indicaría que es sobre todo el grupo de los adultos el que elige la lectura por placer, vinculándola muy frecuentemente con su tiempo libre. Así, como señala García Canclini (2006), no es homogénea la vinculación entre lectura y gusto (para ese autor se trata de una "pobre vinculación"); la mayoría de los entrevistados la considera como una tarea práctica, incluso una obligación, para cumplir con el trabajo o con la escuela. Un dato interesante al observar estos resultados es que en todos los estratos de edad, la

---

<sup>1</sup> Nos referimos a los resultados obtenidos en el marco del proyecto "Estudio cuanti-cualitativo de recepción y consumo de medios y tecnologías en la ciudad de Villa María", desarrollado por el equipo de investigación en el año 2010, con subsidios del Instituto de Investigación de la UNVM y PICTO-FONCYT.

preferencia se inclina marcadamente por una u otra práctica: “leer” o “navegar”. Los grupos focales confirman esta tendencia, los jóvenes prefieren navegar por Internet (“todo el día”) resaltando sobre todo su valor lúdico (jugar, colgar fotos, escuchar música) y de sociabilidad (chatear, enviar mails, estar conectado con los compañeros del colegio), mientras que los adultos vinculan la lectura de libros, diarios y revistas con el placer, a la vez que ésta aparece como una actividad más solitaria. La lectura tiene también un valor diferenciado en relación al tiempo libre según el estrato socioeconómico. La brecha entre hogares de clase alta y media se reduce, mientras que los sectores más bajos prefieren la “navegación” y los soportes digitales. Así mientras que en los tres primeros sectores socioeconómicos los valores son similares (ABC1: 60%, C2: 58.6%, C3:50.3) el porcentaje desciende drásticamente entre los sectores de menor capacidad adquisitiva (D1: 36.3, D2: 31.1).

Estos resultados son al menos análogos a otros recientes estudios de alcance nacional. Tanto el análisis realizado por la Universidad Nacional Tres de Febrero como el del Consejo Nacional de Lectura coinciden en señalar un ciclo producido entre los años 2001 y 2011 en el cual la lectura aumentó notablemente, creciendo la presencia de lectores del 21 al 90% (definidos en este caso como quienes afirman leer más de 15 minutos). Es decir que, si se consideran todos los soportes y productos, 9 de cada diez argentinos lee, en algún soporte, papel o digital. Sin embargo, es necesario señalar que en este panorama los lectores de revistas parecen decaer: de 2001 a 2011 pasan del 65 al 60% (CNL, 2011). Estos estudios indican que las revistas presentan una distribución por edad similar a la de los libros. Curiosamente, los adolescentes consumen casi tanto revistas como libros (73% frente a 80%, *Lectores, libros, lecturas*, 2011), y al no estar presente el efecto de la escuela secundaria podría pensarse en una “elección espontánea” del formato revista por parte de los sectores más jóvenes (interpretación en cierta forma contraria a la que realiza García Canclini).

Esto es concomitante a un campo editorial que se ha consolidado enormemente en los últimos quince años. El relevamiento realizado en todo el territorio nacional por el Sistema Nacional de Consumos Culturales (2006) constata que la lectura de libros creció significativamente entre los años 2004 al 2006 (de 46.4% al 55.2%). Los informes del Observatorio de Industrias Culturales de nuestro país permiten confirmar este proceso: el sector Editorial y gráfico es uno de los que más crece a partir de este año, manteniendo esta tendencia (en el año 2006 el conjunto Editorial y Gráfico acapara el 53% del conjunto de las industrias culturales). Tanto en el 2006 como en el 2007 el sector productivo editorial continúa con la recuperación, con un crecimiento global muy importante para todo el período. En este año, la producción de libros es récord, y alcanza los 85 millones de ejemplares para unos 22.500 títulos (Anuario 2006/2007, 110). El Informe Especial del Observatorio de Industrias Culturales (CABA, 2014) señala en cambio que desde el 2010 al 2013 la lectura de revistas cayó un 28.5% en total, de modo independiente a los ciclos económicos. Aún así, en el año 2014 mantiene sin embargo su vigencia, con un total de 1455

títulos existentes en el año 2014. El informe señala también que el 45% de la distribución se concentra en el Área Metropolitana de Buenos Aires, con una mayor venta de las revistas por suscripción (como las vinculadas al cable, Cable Visión, Acces DirectTV) que por el kiosco y con una cierta preferencia de cuatro rubros (actualidad, didácticas, mujer y hogar, deporte y tiempo libre). En el caso de Villa María existe incluso una Editorial Universitaria que ha dado gran visibilidad y difusión a los escritores y poetas de la ciudad y la región. En síntesis, tanto estudios locales como nacionales permiten corroborar la existencia de prácticas de lectura de distintos productos y soportes, tanto como la preferencia en ciertos rubros por los medios locales, que se constituyen en una verdadera alternativa frente a los medios provinciales y nacionales con los que compiten. En síntesis, aunque el consumo de revistas decae lentamente, tiene todavía una presencia importante, que se vincula con el tiempo libre y las opciones lúdicas. Las revistas más citadas por los propios entrevistados remiten a las siguientes categorías: de espectáculo o “chismes” (Paparazzi, Gente, Caras, Pronto) de actualidad (Noticias, Veintitrés, Perfil, Semanario) ,de deportes (El Gráfico, de autos), revistas que acompañan a diarios (*Viva*, de Clarín). También tienen presencia las revistas destinadas a mujeres: *de peluquería, de cocina, de recetas*.

Un estudio empírico cualitativo sobre lectura de diarios permitió, unos años después, indagar en la producción de sentido de estas audiencias sobre dos diarios locales (El Diario de Villa María y El Puntal, año 2013). En este caso, se realizó un relevamiento empírico, de carácter cualitativo, orientado a generar datos a partir de entrevistas en profundidad que nos permitieran comprender la particular interacción entre los lectores y los diarios, el funcionamiento del contrato de lectura desde el punto de vista de los propios usuarios, el significado que adquiere para ellos la práctica de la lectura y la percepción general del diario como soporte de sentido y canal de información sobre la realidad. La técnica seleccionada para el estudio fue la de los grupos focales (focus group), con la finalidad de captar “las representaciones ideológicas, valores, formaciones imaginarias y afectivas dominantes en un determinado estrato, clase o sociedad global” (Ortí, 2000), considerando diferencias de género, edad y socioeconómicas. En este caso, se constataron gramáticas de reconocimiento diferenciadas en los distintos grupos de lectores, pero también una invariante que se presentó como una constante en casi todos los participantes: la valoración de la agenda propia de la ciudad y del diario que presentaba un dispositivo de enunciación basado en una “deixis local”, en la que enunciadores y destinatarios se identifican simétricamente como “vecinos de Villa María”; esto en detrimento de diarios provinciales y nacionales, que aparecían como complementarios y secundarios en relación al primero<sup>2</sup>. Como ya se ha dicho, del 74% de personas que leen diarios, el 61% elige El Diario de

---

<sup>2</sup> Lo mismo sucede con sitios digitales informativos creados a partir del año 2015, íntegramente conformados por noticias de Villa María y Villa Nueva (*Villa María Ya!*, *Villa María Vivo!*), sitios que no

Villa María En este caso, los lectores valoran particularmente la aparición de acontecimientos, protagonistas y lugares que son conocidos previamente en la esfera de la experiencia intersubjetiva (planteando una inversión de la confirmación de la noticia: primero se conocen los escenarios, y luego el reconocimiento en lo mediático del personaje proporciona un plus de placer, y el fundamento para una poderosa identificación con la modalidad de enunciación villamariense, particularmente en el caso de El Diario). Para la mayoría de los entrevistados, aparece como una necesidad saber qué está pasando en la ciudad, no sólo en un sentido de actualidad estricta sino también en vinculación con problemas referidos al desarrollo y el crecimiento urbano, como así también a diversas actividades institucionales. Varios entrevistados remarcan esta característica, planteada en términos de “identificación” o incluso de sentimiento compartido y orgullo por los logros de la comunidad. En esta modalidad de recepción es importante un componente pathemico que reviste a la identidad local y al “nosotros, los villamarienses” e interpela a los lectores en términos de una pertenencia regional: Así, la presencia de este medio es significativa para la construcción de un nosotros comunitario y una autorepresentación valorativa, que se diferencia imaginariamente de otras zonas y de los ámbitos provinciales y nacionales. La dimensión social de una ciudad mediana, en la que no sólo es clave una percepción de centralidad y desarrollo, sino también el lazo vecinal, aparece de modo particular en referencia a este diario. De hecho, para varios entrevistados –tanto jóvenes como adultos- es significativo el sencillo hecho de que ellos mismos o algún conocido pueden aparecer en esta particular agenda, lo que no sería posible en una gran ciudad; en este sentido, la construcción mediática de la actualidad social se cruza de modo significativo con la experiencia subjetiva. Y este mismo rasgo parece presentarse en la lectura de revistas producidas en la misma ciudad.

Así, partimos de la afirmación de la vigencia de la lectura de revistas y del interés por las agendas locales, y en este caso intentamos describir de qué modo este componente es significado en los contratos de lectura de las distintas revistas producidas en la ciudad. Nuestras preguntas se orientan a este objetivo: ¿qué lugar ocupa en estos “contratos de lectura” lo local (Verón, 1984, 1985, 2004)? ¿Qué asuntos tematizan, priorizan o enmarcan en referencia a lo local y lo regional en distintos rubros? ¿De qué manera se construyen las fronteras geográficas de las regiones y simbólicas de ese “nosotros, los villamarienses” o “nosotros, los productores locales” en distintas producciones gráficas de este tipo? ¿Qué interpelaciones activan, y qué figuras de emprendedores, jóvenes y otras subjetividades configuran? Para esto, presentamos en este caso un análisis discursivo, recurriendo fundamentalmente al concepto de “contrato de lectura”, sin dejar de considerar el enunciado, tal como esta categoría ha sido propuesta por Eliseo Verón en sus diferentes artículos. Estrechamente vinculada a una teoría de la

---

constituyen trasposición de ningún otro medio previamente existente (es decir, no corresponden a ediciones de diarios, radios, etc.).

enunciación, se trata de una propuesta orientada a describir qué es lo que hace posible un cierto posicionamiento de un soporte en un espacio estrecho de competencia con otros medios, para comprender su diferencia específica y su eficacia relativa. Para este autor, el vínculo de un lector con un producto no se vincula tanto con el contenido, lo dicho, sino con unas ciertas “modalidades de enunciación” o “dispositivo”, compuesto por tres entidades discursivas: la configuración del enunciador, la del destinatario y el vínculo que se establece entre éstos (de pedagogía, de pedagogía sin distancia, de complicidad). Vinculado a un análisis de las gramáticas de producción, la noción de “contrato de lectura” apunta a “conocer en detalle las propiedades de un discurso de soporte tal como se ofrece al lector” (Verón, 1985). Este “espacio imaginario” (Verón, 2004) ofrece a un lector múltiples recorridos, aparece como “un espacio habitado, rebosante de actores, de escenarios, de objetos y leer es *poner en movimiento* ese universo, aceptando o rechazando” (Verón, 2004). Lo “singular” de cada medio es una cierta estrategia enunciativa que se hace cargo de una regularidad temática global y propone un cierto vínculo a los lectores. En este sentido, nuestra pregunta es: ¿qué lugar ocupa *lo local* en ciertos contratos de lectura?, ¿de qué modo ofrece un espacio habitado y *rebosante* de actores, espacios e instituciones locales?, ¿qué estrategias discursivas de pedagogía distanciada o de complicidad territorial se traman en los contratos de estas revistas?, ¿quién habla, y a quién configura como destinatarios?

Analizaremos un conjunto de revistas de producción local referidas a temáticas heterogéneas: *Cátedra Libre*, *La era ecológica*, *Wam*, *Claves*. *Mirada empresarial*, *Todo agro*, las que abarcan las áreas de educación, ecología, arte y cultura, y economía regional. Estas revistas comparten algunas características: son temáticas y específicas, tienen una larga presencia de quince años o más en la región, y desde hace poco tiempo han sido complementadas con sitios digitales de importante producción y diseño comunicacional. En términos de Eliseo Verón podría afirmarse que cada una construye la “actualidad” en relación a su campo temático: qué es *lo actual* en educación, cultura, economía. La revista *Cátedra Libre* construye la “actualidad educativa” de la región, incluyendo acontecimientos y personajes de todos los niveles educativos de Villa María y de varias ciudades aledañas o “del interior” (Bell Ville, Marcos Juárez, Embalse, Etruria, General Deheza, Carlos Paz, etc.). Presenta una mirada amplia y flexible de la educación, y considera problemáticas vinculadas en términos más amplios a la “actualidad” social del momento, como la violencia de género, la seguridad, la política, la noción de juventud, etc. Fue fundada en el año 2003, y un elemento central de su identidad es el cruce de la problemática educacional con la ciudadanía, inscripta en un claro imaginario democrático que coloca a la educación como una herramienta para la igualdad. Su director es Fernando Ceresole, y cuenta con un importante soporte digital [www.villamariaeducativa.com.ar](http://www.villamariaeducativa.com.ar), cuyo lema es “Herramientas para comprender el estado actual del sistema, creando ciudadanía”. Por su parte, la revista *Wam* existe desde el año 2015, y

es un original emprendimiento dedicado a cultura, arte y modas desde una mirada juvenil y local. Se presenta a sí misma como “un medio gráfico para la difusión de las producciones artísticas y culturales de la provincia de Córdoba. Entrevistas en profundidad, crónicas de eventos, reseñas de discos y libros, fotoreportajes, calendario cultural”. Más allá de esta autodefinición, los distintos números muestran una prioridad en relación a la actividad cultural de la ciudad y la región, desde la perspectiva de jóvenes comunicadores emprendedores con una concepción amplia de la cultura, que incluye moda, fotografía, y con un particular interés por los músicos locales. Producida, editada, ilustrada y protagonizada por jóvenes (Rodríguez Álvarez, Vanesa Ardiles) es más bien una propuesta de “cultura juvenil” antes que de “cultura” a secas... Consideraremos también dos revistas referidas a la economía regional. Por un lado, TodoAgro se define como un “periódico quincenal de formato tabloide que refleja al sector agropecuario, agroalimentario y mecánico-agrícola argentino. Es una herramienta de difusión de tecnología de procesos e insumos; y de gestión, que ayuda a tomar mejores decisiones. Posee un espacio exclusivo de mercados, único a nivel país, y hay un gran esfuerzo por publicar contenidos de alta calidad”. Actualmente, su página web aclara que se trata de “un grupo de comunicación y capacitación que trabaja para el sector agropecuario y que opera desde hace 20 años en el universo agroindustrial argentino”, contando con tres canales directos (la revista, TodoAgro.com y TodoAgro Tv). Sus referentes son José Iachetta y Antonio Lozano. En la edición gráfica, el área de cobertura incluye a Córdoba, Santa Fé, Entre Ríos y Oeste de Buenos Aires, incluyendo casi toda la zona de producción agrícola-ganadera. Por otro lado, la revista Claves está más orientada al ámbito empresarial urbano (inmobiliarias, parques industriales, información bursátil), y tiene también un importante sitio digital que explicita su perfil: “ClavesDigital.com.ar es un portal de noticias de negocios, creado y dirigido por Alberto Costa, profesional de las ciencias económicas con una larga trayectoria en la producción de productos vinculados a la economía y la producción en medios convencionales y digitales. Es el lugar de consulta permanente para quienes buscan estar actualizados y al tanto de las últimas novedades en materia de negocios: aperturas, lanzamientos, inversiones, alianzas, inauguraciones, eventos, presentaciones, construcción, finanzas, recursos humanos, comercio exterior, campo, política local y regional, marketing, y servicios, entre otros tópicos, como turismo, autos, tecnología, deportes y ocio”. Finalmente, la revista Era Ecológica, a cargo de José Luis Hernández: su lema *Villa María. Un lugar para vivir con ganas* anuncia el abundante contenido de autoayuda y salud, mientras que –extrañamente– no hay ninguna referencia a la problemática medioambiental de la zona, que ha generado en los últimos años acciones organizadas por parte de ciertos sectores sociales (como la constitución de la Asamblea Socioambiental, a principios de 2017, que se ha integrado a la Coordinadora Provincial que repudia el proyecto de la llamada “Ley de bosques”).

Como veremos a continuación, la escenificación de lo local contribuye a configurar ciertos imaginarios: ciudad pequeña, pero de ethos democrático y de instituciones educativas progresistas; cultura innovadora, de jóvenes que transgreden fronteras, marcan tendencias, exhiben producción de alta calidad y “economizan” su producción cultural; imaginario de zona empresarial y económica productiva, nuevos emprendedores y antiguos productores convergen en un imaginario de progreso constante.

En el caso de *Cátedra Libre*, encontramos una enunciación perfectamente didáctica, en la que predomina la posición complementaria entre enunciador y destinatario, a partir de la permanente preminencia de enunciados delocutivos (en tercera persona). Se configura un destinatario al que hay que proveerle el saber, a partir de un espacio ordenado, un índice que resalta y una organización simétrica tanto de la tapa como de cada una de las hojas. En estos títulos se concentran los principales “operadores semánticos” del hecho en cuestión: “Operativo Nacional de Evaluación Aprender 2016: Miradas y pareceres”, “ESI: A 10 años de su promulgación, impactos y estado situacional dentro de las escuelas”, “Experiencias con la música del viento”, “Estudiantes y docentes de Bellas Artes intervinieron vagones en barrio Las Playas” (Edición Especial, Año 13, nov/dic 2016). Se trata de una enunciación transparente, con una voluntad informativa enfatizada desde la tapa. Este enunciador clasifica, jerarquiza, cuantifica, ordena, hasta el índice anuncia “un enunciador pedagógico que preordena para el lector el universo del discurso; que va a guiarlo, que va a contestar sus preguntas, a explicarle, en suma a informarlo, manteniendo sin embargo con él una distancia objetiva” (Verón, 2004: 176). Sus títulos son informativos, en el siguiente sentido: anuncia un acontecimiento singular, identifica el acontecimiento mediante un operador (nombre propio, lugar, etc.) (Verón, 2004: 138). Excepcionalmente encontramos un matiz interpelativo que enfatiza la gravedad de algún tema: A vos varón te estoy hablando!!! (Año 13, nov/dic 2016), referido a la violencia de género. Es posible afirmar que a nivel de la enunciación no encontramos operaciones semióticas orientadas a la simetría o complicidad entre enunciador y destinatario. Sin embargo, la cercanía se evidencia en el enunciado, pues la mayor parte del contenido refiere a la ciudad de Villa María, ocasionalmente, a alguna aldeaña. Así, indirectamente, va construyéndose una deixis en la que las huellas de la condición de producción local constituyen lo específico de este contrato de lectura. En primer lugar, casi la totalidad de las temáticas, al menos un 80%, refieren a las instituciones educativas de Villa María: escuelas secundarias, terciarias, Escuela Superior de Bellas Artes, la Universidad Nacional (la que además amerita Separatas en las que aparecen temas científicos específicos, de los distintos Institutos que la componen). Con menos peso, aparecen ocasionalmente algunas referencias a la provincia (como el Ministerio de Ciencia y Tecnología).

La presencia de lo local es preponderante, y opera como referencia inmediata de la agenda que aquí se presenta. Por un lado, en una configuración metonímica que marca la contigüidad



imaginaria, la escuela aparece como un fragmento de una totalidad social más amplia con la que comparte problemáticas y cuestiones: “Múltiples problemáticas atraviesan muros e ingresan a cualquier institución que compone una sociedad, violencia, adicciones, abuso... no son propias de un ámbito o sector sino que están y forman parte del tejido social. En Villa María estas problemáticas también están y vale como ejemplo para auscultar el caso ocurrido en una escuela” (Nº 120, título de tapa, “La escuela no es violenta, somos violentos”). Esta entidad abarcativa es la ciudad misma. Así, múltiples cuestiones constituyen una agenda educativa, pero marcan a la vez el ethos y la “actualidad” de la comunidad villamariense, incluso a partir de definiciones (lo que *somos*) que engloban pronominalmente tanto al enunciador como al destinatario en una misma entidad imaginaria. Temas como una “universidad integradora e inclusiva” en un contexto que excluye, Memoria y Derechos Humanos (para una pedagogía de la memoria...), la preocupación de los docentes por los asuntos de seguridad, el vínculo entre la escuela y la comunidad, el medioambiente, evidencian la articulación con la actualidad más amplia. Pero, en otro sentido más diferencial que metonímico, se remarcan las acciones y proyectos propios de una comunidad muy preocupada por la escuela, construida como institución política e integradora. Aquí lo local muestra *lo propio* y define sus fronteras, al presentar lo específico. En este rubro, se destacan tres componentes del enunciado que atraviesan a casi todas las ediciones: la innovación, el mérito (premios en Ferias científicas, reconocimientos culturales, matizadas pathémicamente: “enorgulleció a toda la comunidad educativa”, etc.), y los roles de docentes y alumnos, que no aparecen dados, sino que se presentan como sede de diferentes problematizaciones. *Lo propio* de lo local aparece, como ya hemos dicho, en los espacios (centro culturales, barrios, plazas de la ciudad), pero también en la frecuente aparición (jerarquizada en tapa) de los funcionarios locales (Intendente, Secretaria de Educación de la Municipalidad, docentes, directores, inspectores de escuelas, expertos locales en distintas temáticas, autoridades de la Universidad). La innovación es también un tópico recurrente, que adquiere incluso un matiz prescriptivo. En este dispositivo, no caben dudas: un enunciador (*villamariense*) preocupado por la educación, la democracia y una variedad de colectivos (jóvenes, profesionales, docentes, expertos) configura y hace saber a un destinatario de la misma condición, investido de las mismas propiedades. En este sentido, tanto la enunciación como el enunciado ponen permanentemente en escena *lo local*.

La política aparece reiteradamente en esta agenda: “La política va a la Escuela. Los candidatos a intendentes expusieron ideas y proyectos frente a un aula completa de estudiantes secundarios. Renovada e interesantísima experiencia, casi inédita en Villa María, que hizo que esta revista le dedicara su nota central” (Nº 113). En este caso, un dispositivo de enunciación transparente jerarquiza cierto acontecimiento, con intensa subjetivación en el orden del enunciado, al marcar valorativamente la experiencia y también su condición local, indicando explícitamente la jerarquización que el propio enunciador le otorga. La escuela se convierte así en un espacio

axiológicamente valorizado en función de un imaginario progresista, inclusivo y participativo de la democracia, en un dispositivo que la interpela como parte de una entidad territorial más amplia (la ciudad), *contaminando* de estos valores al ethos de esta comunidad. El propio slogan municipal que la revista presenta en contratapa insiste en esta vinculación, “Con educación Villa María avanza. Somos la primera ciudad del aprendizaje en la Argentina (UNESCO)”<sup>3</sup>. He aquí el rasgo propio de la enunciación política, que a partir de un nosotros inclusivo convoca a la comunidad local imaginaria en el principal diagnóstico que es también promesa programática (la educación, el aprendizaje); en esta identificación la diferencia que articula el nosotros es la ciudad diferenciada (de otras) en su reconocimiento como la “más educativa”. Así, en el orden del enunciado más que en el de la enunciación, es que lo local adquiere una preeminencia significativa.

La revista Wam ofrece, en cambio, la construcción de “la actualidad” en el campo de la cultura, desde una estética transgresora, en la que lo visual y lo fotográfico ocupan un lugar central, caracterizada por una enunciación opaca, que coloca a enunciadorees y destinatarios en un vínculo de complicidad y reconocimiento de un mundo y una axiología en común. Esta revista es indiscernible de las transformaciones en las subjetividades de los jóvenes, y de ciertas condiciones propias de esta ciudad, como es una activa vida cultural y la oportunidad de formación en el campo de la comunicación y las artes (música, lenguajes audiovisuales) que ofrece, lo que ha generado un nutrido movimiento productivo, organizado fundamentalmente alrededor de algunas carreras universitarias (UNVM). En su estrategia enunciativa se encuentran múltiples huellas de estas condiciones: revista hecha por jóvenes, para jóvenes, sobre actividades y producciones culturales (de jóvenes!). Así, como señala Canclini (2012), debemos situar esta revista entre “las tácticas y estrategias creadoras en las nuevas generaciones, que ofrecen vías distintas de las encuestas de públicos y los balances de ventas”, es decir, forma parte de una nueva tendencia en el campo de la producción cultural que tiene como principal protagonista a los jóvenes. En este caso, la identificación con la ciudad es explícita, y se transforma en criterio de noticiabilidad, es decir, de selección y jerarquización de acontecimientos, tal como se explicita en varias editoriales: su objetivo es “apoyar la difusión de la cultura local, que tiene un rol más que importante en el desarrollo y crecimiento social” (Nº 7); “con el objetivo de ubicar en un lugar de privilegio a los artistas que se desenvuelven en Villa María y Villa Nueva. La idea fue ofrecer una alternativa diferente que revalorizara las producciones independientes y autogestionadas que suceden a nuestro alrededor, convencidos de que mirar hacia adentro de la comunidad produce un crecimiento cultural recíproco, tanto de los artistas como de los públicos” (Nº 12). Por un lado, lo local, pues todos los artistas e

---

<sup>3</sup> El 20/01/17 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura otorgó a Villa María el premio “Ciudad del Aprendizaje”, junto a otras 15 ciudades de todos los continentes, distinción otorgada por el Instituto de UNESCO para el Aprendizaje a lo largo de la vida, presidido por Arne Carlsen.

instituciones nombradas pertenecen a la ciudad de Villa María; por el otro, la condición de una producción cultural independiente y de calidad; finalmente, una multiplicidad de rubros conforman una concepción amplia de “cultura local”.

Cualquiera de las ediciones permite confirmar la diversidad de producciones incluidas: en el número de abril/2015 encontramos notas sobre teatro, un café literario, los tatuajes y los dibujos, la música, la producción de una película, otra vez música, el reciente canal de la Universidad, y dos secciones fijas, Escritores de la ciudad y Calendario Cultural. Si vemos otras ediciones, se suman: el diseño de indumentaria (carteras, zapatos, ropa, por ejemplo, “Andrea Troya”, local multimarca de ropa para hombres, de estilo Urban Rocker), fotografía a cielo abierto, museos, exposiciones de artes visuales y plásticas, instalaciones, el “arte ecológico”, cines, libros, productoras y editorias independientes, etc. También productoras editoriales y audiovisuales independientes y de autogestión, el “indí villamariense”, las puestas en escena en distintos teatros locales. Junto a estas formas, la lectura ocupa en todas las ediciones un lugar central. Presenta secciones fijas (“Libros para leer”, de Darío Falcone, de la editorial independiente El Mensú Ediciones; “Escritores de la ciudad”, siempre jóvenes, sección que incluye la penúltima página con entrevistas y fragmentos de los autores; y la contratapa es íntegramente ocupada por EDUVIM (Editorial de la universidad), con la novedad de últimos libros editados o incitaciones a la lectura (*Siempre hay tiempo para un buen café*, en alusión a un café que es espacio de lectura).

En este panorama, la música y las bandas ocupan el lugar principal. Tal como lo anuncia en su primera editorial, la revista se propone la difusión de producciones de “artistas independientes que lleven a cabo proyectos musicales, teatrales, audiovisuales, artes plásticas, literatura, entre otros...la escena artística va tomando cada vez más fuerzas” (Nº 1). En este panorama se destaca fundamentalmente la música, que encuentra en la ciudad un fuerte desarrollo. Sólo en su edición número 12 encontramos enumerados muchísimos músicos locales, a menudo con aclaraciones sobre los estilos musicales: Benigno Lugar, Los jóvenes, Matías Pérez, Pedro Cabal Somaza (de la productora musical independiente La Bicicleta), Madre Chicha, Carlos Loarte Flores, Fer Mercadal (productora independiente de discos La Basura), Cuerda y cuero (folklore), el trío El pulso y guadal, Fausto Vercellino, Angel Díaz, Tito Sánchez, Fabi Oviedo, Edgardo Sepeda, Agustín Druetta, dúo El Viejo Greco, Harén (quinteto de punk rock), Rayos Laser (pop), The Songlines (punk rock), Trío de rap de Angel Casas, La Pichurri (banda instrumental de bossa nova), Cumbia Vox (cumbia y cuarteto), Debieras Pitar (*banda de rock de nuestra ciudad*), Kolín Markis (*banda creada para tocar en vivo las canciones de una Tesis de Licenciatura en Composición Musical*, que luego perduró). Algunos titulares unifican ciudad y música: “Costanera rock. Ciudad música”, en la que se presentaron 32 bandas locales (Nº 2). Estilos musicales juveniles, jóvenes músicos independientes, la revista construye todo el

circuito de producción cultural alternativa en una ciudad mediana: “De Villa María para el mundo”, referido a una plataforma digital de música independiente.

Lo local atraviesa todos los rubros, y es en general una importante carta de presentación de los protagonistas de cada edición: “Qué decir de un artista que hace diez años viene trabajando en el arte y la cultura de Villa María y Villa Nueva, que es más que reconocido en estas dos ciudades...que no para de generar proyectos culturales de manera independiente y autogestionado” (Nº 2). Una noción de comunidad se tematiza en cada editorial: “la materia prima –los artistas- con que trabajamos es muy rica y muy abundante, tenemos esa suerte y ese privilegio. Es así que seguro hay mucho más de lo que nosotros llegamos a contar, pro eso queremos renovar la invitación a participar a todos los artistas que tengan algo para mostrar, que nos escriban o nos manden material suyo, para cubrir sus eventos o para hablar sobre sus trabajos” (Nº 4), la convocatoria es a compartir los proyectos artísticos. En esta identificación, hasta la misma ciudad aparece como un espacio para la cultura, para preguntarse acerca de la identidad: “toda escultura emplazada en la ciudad nos cuenta algo de nuestro hogar” (Nº 4); “Caminar por nuestra ciudad se sumergir en un mundo lleno de historias, territorios, habitados por palabras...Nuestra ciudad es un territorio que guarda, muchas veces sin saberlo, parte de la historia de todos, huellas de los orígenes, los inmigrantes, el ferrocarril, las instituciones” (Nº 9), “¿Qué es la cultura local?, ¿Existe en Villa María una identidad cultural?, ¿Qué es lo propio?, ¿Cuántas culturas conviven en la ciudad?”. La respuesta a las preguntas es la agenda sostenida por la revista: sí, existe lo local, y este local se constituye como una comunidad de artistas jóvenes, de una sociedad que habita los espacios y los eventos, de una variedad artística pujante, todo contenido en el “nosotros” que el propio pone en escena, en una escena *rebosante*, al decir de Verón, esta vez de jóvenes locales emprendedores culturales. El soporte parece vinculado a las nuevas nociones de una “ciudad creativa”, donde las tecnologías digitales y los dispositivos en red crean relaciones sociales más horizontales y flexibles que las establecidas en las últimas décadas. Por otro lado, la cultura aparece como sinónimo de desarrollo económico, y los emprendimientos exhiben su condición comercial. Como señala García Canclini (2012) los jóvenes están redefiniendo su rol en las industrias culturales, ya no son sólo consumidores: “en las nuevas generaciones, dedicados a actividades creativas o expresivas, está siendo analizado como emprendedores independientes, trendsetters, techsetters, prosumidores, o sea, como actores claves”. Estos “jóvenes creativos” se dedican a las artes visuales, las editoriales independientes y las prácticas musicales, se encuentran en las franjas más altas del nivel educativo y capacidad tecnológica, sus prácticas se construyen a partir de experiencias con nuevas formas de organización socioeconómica y tecnológica, así como por el fracaso de las prácticas previas. En el contexto de un mercado de la cultura precarizado y flexibilizado, han reemplazado la noción del trabajo fijo por la de proyectos efímeros y pasajeros, encaran cada proyecto con estrategias colaborativas, son interdisciplinarios y

versátiles, combinando lenguajes visuales, literarios y tecnológicos. Con nuevos estilos y contra la especialización de las antiguas industrias culturales, la propia revista se muestra como un espacio de reconocimiento de estos “jóvenes creativos”, agregando a este colectivo una propiedad fundamental: *locales, de Villa María y Villa Nueva*.

## **Bibliografía**

- Baudelot, Christian, Cartier, Marie y Détérez, Christine. (1999) *Et pourtant ils lisent...* París: Editions du Seuil.
- Chapailen, Brigitte (2002). Actes du Colloque “*Écritures en ligne: pratiques et communautés*”. Université de Rennes.
- Chartier, Roger (1994). *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chartier, Roger “*Muerte o transfiguración del lector?*”. Versión en Internet.
- Consejo Nacional de Lectura (2011) *Encuesta nacional de prácticas de lectura*. Buenos Aires.
- Cuesta, Andrés y Zelcer, Mariano (1998) “El diario en la pantalla. La transposición de los periódicos a Internet”. Buenos Aires: *IV Jornadas de Investigadores de la Cultura*, Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- García Canclini, Néstor (2006). *Leer ya no es lo que era*. En: Goldin, Daniel (2006). Encuesta nacional de lectura. Informes y evaluaciones. México: Conalcuta.
- García Canclini, Néstor et al (2012) *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Editorial Ariel, Barcelona.
- Logan, Robert (2009). ¿Qué es un libro? ¿Pasado, presente y futuro?. En: Carlón, Mario y Scolari, Carlos (eds.) *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía.
- LUCHESSI, Lila y RODRIGUEZ, María Graciela (2008) *Fronteras globales*. Ed. La Crujía, Buenos Aires.
- Martínez, Fabiana (2014) “Hacia una semiótica de tercera generación: contrato de lectura y prácticas lectoras en un medio gráfico local”, en Benasayaga, Ariel (comp), *Memorias del XII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación*, UMAZA.
- Martínez, Fabiana y Sgammini, Marcela (2016) “Prácticas de consumo de prensa y uso de TICS en Villa María”. En: *Públicos. Aproximaciones empíricas desde la Comunicación en Argentina*. INESCO; Aníbal Ford, La Plata.
- Moreno, Hilario et al (2012) *Lectores, libros, lecturas. Cambios en las prácticas y cambios en la lectura*. Universidad Nacional Tres de Febrero.
- Sistema Nacional de Consumos Culturales (2006) Secretaría de Medios de Comunicación presidencia de la Nación: *Informe sobre Consumos Culturales*. Buenos Aires: Quevedo, Luis y Barman, Roberto.
- Observatorio de Industrias Creativas (2007) *Anuario 2006/2007, Anuario 2010*. Buenos Aires: Dirección General de Industrias Creativas.
- Verón, Eliseo (1974). “Para una semiología de las operaciones translingüísticas”. En: Revista *Lenguajes*, N° 2. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Verón, Eliseo (1985) “El análisis del contrato de lectura. Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media”. *Les Medias: experiences, recherches actuelles, applications*”. IREP, París.
- Verón, Eliseo (2004) *Fragmentos de un tejido*. Barcelona, Gedisa.

Faltan: Ortí – Tres de Febrero – García Canclini, jóvenes -

## QUEDO AFUERA

TodoAgro Edición Impresa tiene una tirada de 15.000 ejemplares por edición, destinada a productores, técnicos y empresas del sector.

Se publica desde marzo de 1998, y su edición de 24 páginas a todo color, se imprime en Artes Gráficas del Litoral en Santa Fe, donde se imprimen importantes diarios del país. Aparece los viernes cada 15 días, y en su historial ya se editaron más de 680 ediciones ininterrumpidas en 20 años de labor.

Posee distribución propia en más 300 localidades de Córdoba y Santa Fe con repartidores exclusivos. Además, llega a 50 localidades de otras provincias mediante convenios con cooperativas y empresas, como Entre Ríos, Buenos Aires y La Pampa.

## QUIÉNES SOMOS

Ideas Comunicación Integral es una editora de la ciudad de Villa María que nació a mediados del año 2003. En sus comienzos produjo la edición de un mensuario de educación superior, denominado Cátedra Libre, y la primera guía del estudiante de la ciudad, bajo el nombre de Guía del Estudiante -Educar-se- ambos productos impresos en papel prensa, tamaño tabloide, a uno y dos colores, respectivamente. A su vez, comenzó a forjarse un segmento comunicacional dedicado a la comunicación institucional, elaborando productos gráficos en distintos soportes destinados a diversas entidades de la ciudad, la región y a nivel provincial.

En lo que formó parte de una decisión editorial, se reformula el mensuario de educación Cátedra Libre, en marzo del 2006, la cobertura periodística en su accionar y cobija, hasta estos días, a todos los niveles de la educación en la ciudad, estos es: nivel inicial, primario, medio, terciario no universitario y universitario; además de mantener un fluido contacto con academias y otros entes relacionados con el quehacer educativo y académico. Desde entonces, la revista mostró un cambio sustancial en su calidad gráfica, imprimiéndose en fotocromía su pliego de tapa, en blanco y negro sus páginas interiores, todas ellas con un trabajo de preimpresión con originales en película. Dicha publicación, se encuentra recorriendo el decimosegundo año de edición ininterrumpida con nueve (9) ediciones anuales: marzo a octubre y una edición especial (fin de ciclo lectivo) a mediados del mes de noviembre, contando con prácticamente el doble de páginas. Esta revista cuenta con 2.200 suscriptores y se distribuye de la siguiente manera: suscripciones, kioscos de diarios y revistas y distribución personalizada.

En relación a la Guía del Estudiante -Educar-se-, esta editorial, publicó dos ediciones consecutivas (en los años 2003 y 2004) en papel prensa, a dos colores, y en tamaño tabloide entregando un ejemplar gratuito a cada estudiante que cursaba el último año del nivel medio en

una vasta zona de influencia de esta ciudad. A la postre, y apostando a un cambio permanente, IDEAS C.I. decide cambiar el formato y la distribución de este producto comunicacional: se pasa a imprimir una reseña de casi 100 páginas, en fotocromía alrededor del 30 por ciento y a un color la oferta educativa que ofrece esta ciudad. La tirada fue creciendo de esta manera: en el año 2005 fue de 3.000 ejemplares; 2006 y 2007 4.000 ejemplares. Actualmente se imprimen 5.000 números, manteniendo la llegada a cada institución educativa del interior de Córdoba (de manera gratuita, sí de manera gratuita), aunque en forma individual se la puede adquirir en distintos puntos de ventas de la ciudad de Villa María o el interior de la provincia.

La cobertura (publicación de la oferta académica terciaria y/o universitaria) de esta guía alcanza a los siguientes pueblos y ciudades del interior cordobés: Alcira Gigena; Alejo Ledesma; Almafuerte; Alta Gracia; Arroyito; Balnearia; Bell Ville; Brinkmann; Canals; Capilla del Monte; Coronel Moldes; Corral de Bustos; Cosquín; Cruz Alta; Cruz del Eje; Dean Funes; Despeñaderos; Embalse; Etruria; General Cabrera; General Deheza; Huerta Grande; Huinca Renancó; Inrville; Isla Verde; Jesús María; Jovita; Justiniano Posse; La Carlota; La Falda; Laborde; Laboulaye; Las Varillas; Leones; Marcos Juárez; Mina Clavero; Monte Maíz; Morteros; Noetinger; Oliva; Oncativo; Pascanas; Pozo Del Molle; Río Cuarto; Río Primero; Río Tercero; Salsacate; Sampacho; San Francisco; San Francisco del Chañar; San José de la Dormida; Saturnino María Laspiur; Sebastián Elcano; Serrano; Ucache; Unquillo; Vicuña Mackena; Villa Allende; Villa Carlos Paz; Villa de Soto; Villa del Rosario; Villa del Totoral; Villa Dolores y Villa Huidobro.

Estos dos productos fueron evaluados por parte del Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba y se declararon de Interés Educativo (Guía del Estudiante: según resolución 887/08); se cosechó la declaración de Interés Municipal en Villa María (Guía del Estudiante: Ordenanza N° 5224/03) y la Adhesión Legislativa Provincial, de acuerdo a la Ley 5676/I/04), adhiere la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) de la Nación; en tanto que Cátedra Libre fue declarada de Interés Municipal en la Sesión Ordinaria del Concejo Deliberante de Villa María el 29 de mayo de 2008 y posee el ISSN N° 2250-7256.

A comienzos de 2008 se comienza a trabajar en la reproducción de una página Web educativa; lográndose presentar [www.villamariaeducativa.com.ar](http://www.villamariaeducativa.com.ar) el 4 de junio del corriente año. La idea central de esta herramienta es brindar un puente de comunicación directa y ágil entre la comunidad educativa y la sociedad en general en lo que se refiere a trabajos áulicos, de investigación y de promoción de la enseñanza como pilar fundamental en la construcción de una ciudadanía responsable y democrática.

El sitio que Ud. está observando, fue prácticamente todo renovado y subido a la red en los primeros días de setiembre de 2015; para esta editora, otro gran paso.

Esta editora, además, administra y realiza todos los trabajos de comunicación en los sitios Web [www.timondecarreras.com.ar](http://www.timondecarreras.com.ar) y [www.365villamaria.com.ar](http://www.365villamaria.com.ar).



STAFF

RESPONSABLES DE EDICIÓN

Fernando Fabián Ceresole

[MÚSICA](#) [LITERATURA](#) [TEATRO](#) [ARTES VISUALES](#) [AUDIOVISUAL](#) [SOCIEDAD](#)

Sobre nosotros

El portal se destaca por su estética de vanguardia, con detalles que realzan su diseño elegante y moderno, logrando una fácil lectura y navegabilidad para los visitantes.

El mismo ha logrado imponerse en la mente de los lectores, gracias a sus contenidos originales, fuerte presencia de marca y un óptimo posicionamiento en las redes sociales y en los buscadores más utilizados por los navegantes. Desde su lanzamiento, es el portal líder en la región.

Su misión es la de ofrecer la más certera, precisa y confiable información, siendo fieles a los principios del periodismo tradicional, utilizando un manual de estilo que lo mantenga a la vanguardia en el respeto para con sus profesionales y lectores.

Director general

---

Alberto Costa

[acosta@clavesdigital.com.ar](mailto:acosta@clavesdigital.com.ar)

Coordinador de Redacción

---

Natalia Paez

[npaez@clavesdigital.com.ar](mailto:npaez@clavesdigital.com.ar)

Claves Portal de Negocios es un desarrollo de

ace ya diez años Alberto y su equipo comenzaron con la idea de desarrollar un producto gráfico que viniera a cubrir un vacío entre los medios de la ciudad y la región.

Otra situación que recuerdo es cuando en un improvisado brainstorming o lluvia de ideas, aporté un granito de arena en la búsqueda del nombre de la revista y en el slogan que terminó siendo “revista de negocios”.

Luego con la consolidación del medio, en donde en casi todas las ediciones pude dar a conocer mi opinión sobre distintos temas relacionados con la actividad empresarial, llegaron los eventos que sirven como puntos de encuentro entre los empresarios de la ciudad y región, ocasión en la cual Poncio Consultores Asociados ha presentado en varias oportunidades, la encuesta de

expectativas de los asociados de Aerca, donde durante varios años los encuestados fueron muy certeros al momento de pronosticar el valor que tendría el tipo de cambio al año siguiente.

En estos diez años de consolidación de Claves, es mucha “el agua que pasó debajo del puente” desde aquel lejano 2005 hasta la actualidad.

En el 2005 el conglomerado Villa María-Villa Nueva no llegaba a los 90.000 habitantes y hoy estamos por encima de los 105.000 habitantes. (1).

Desde aquel año hasta la fecha se estima que la diferencia entre altas y bajas de automóviles nuevos y usados está por encima de los 12.000 vehículos que transitan a diario por las calles de nuestra ciudad y que vienen a sumarse al abultado parque automotor de Villa María. (1) Esto no es todo, para acentuar el cada vez más complicado y por momentos caótico tránsito de la ciudad, se estima que entre altas y bajas desde el año 2005 hasta la fecha, son casi 20.000 las motos que se han sumado a las motocicletas ya existentes. (1).

La comunidad universitaria de la Universidad Nacional de Villa María, integrada por alumnos, docentes, graduados y no docentes no superaba en el 2005 un total de 5.000 personas, hoy los números que maneja el OIR dan cuenta de que la comunidad supera largamente los 11.000 integrantes (1).

Esa importante demanda sumada a la que aportan la UTN Facultad Regional Villa María y los estudiantes de los terciarios de la ciudad, generó un mercado potencial de demanda de viviendas, que permitió que muchos inversionistas de la ciudad y región, en una época de excelentes años en el sector agropecuario, hayan destinado sus excedentes a la industria de la construcción.

Y ello queda patentizado, que según datos disponibles desde el año 2009 hasta el 2014 inclusive se han autorizado la construcción entre casas, complejos habitacionales, torres, locales comerciales y galpones, la extraordinaria cifra de aproximadamente 1.350.000 metros cuadrados, que para tener un parámetro comparable si estimamos que una vivienda tipo tiene una superficie cubierta de 100 metros cuadrados, equivaldría a la construcción de 13.500 casas en solamente seis años (1).

Costaba imaginar en aquel 2005 donde la ciudad no tenía ningún diputado nacional, que hoy contara con tres representantes en el parlamento nacional, mientras otras ciudades importantes de la Provincia como Rio Cuarto y San Francisco no tienen representante alguno. Tampoco era

fácil imaginar, que la ciudad tuviera en la actualidad, un parque industrial y tecnológico donde más de 100 empresas han comprado terrenos para construir sus plantas industriales y que puede marcar un punto de inflexión en la actividad productiva, marcando el camino hacia una ciudad más industrial.

Tampoco que tuviéramos desde el año 2010 un aeropuerto que permite tener cuatro servicios aéreos semanales a la capital federal y que una importante empresa como ACA eligiera Villa María, ganándole la pulseada a Rafaela y Junín, para construir su planta de bioetanol con una inversión superior a los 130 millones de dólares y que emplea directa e indirectamente a 300 colaboradores.

También costaba imaginar en aquel 2005, que el país en general y la ciudad en particular, tuviera los problemas de adicciones, de violencia de género, inseguridad y otros males que nos aquejan y que lamentablemente nuestra ciudad no es la excepción.

No obstante estas situaciones negativas, creemos que en el balance de este decenio son muchos más las cuestiones positivas, que toda la comunidad debe seguir trabajando para seguir consolidándolas y buscando nuevos objetivos.

Al igual que Claves que celebra su aniversario número 10, buscando su consolidación y afrontando el desafío de la era digital.

Villa María, 12 de junio de 2015.

- Cr. Darío Poncio Titular de Poncio Consultores Asociados.-

La era ecológica: Tirada de 5000 ejemplares, revista al interior de blanco y negro, Edición N° 82, Declarada de interés municipal por el Honorable consejo Deliberante de la ciudad – “Medio ambiente, superación personal, salud, alimentación, bienestar, turismo” – Director-Editor José Luis Hernández. Página poco desarrollado.

