

TÍTULO DEL PROYECTO: *Al Margen*: fortalecimiento de un medio de comunicación comunitaria de Bariloche

DIRECTORA DEL PROYECTO: Ana Atorresi - aatorresi@unrn.edu.ar

La revista *Al Margen* es un medio gráfico independiente de San Carlos de Bariloche, sin vinculación con ninguna organización política o religiosa, que publica 9 números anuales de 32 páginas cada uno y que en julio de 2014, tras diez años de trabajo continuo, alcanzará los 64 números. Desde 2006, forma parte de la Red Nacional de Organizaciones Sociales, con el objetivo de ampliar su campo de intervención y la interacción articulada con múltiples actores locales; es miembro de ARECIA (Asociación de Revistas Culturales Independientes Argentinas) y de la Red Nacional de Medios Alternativos y promueve la institucionalización del marco regulatorio que establece la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. En 2007, fue declarada de interés cultural, social y educativo por la Municipalidad de San Carlos de Bariloche y la provincia de Río Negro (N° 22/07). *Al Margen* desarrolla temáticas alternativas a las establecidas por la agenda mediática local y campañas comunitarias y de concienciación sobre derechos vulnerados; intenta dar voz a los sectores populares y a organizaciones sociales y políticas del territorio, y posibilita a sus vendedores quedarse con dos tercios del precio de tapa.

La producción periodística, la producción fotográfica, la escritura, la edición, la corrección, la ilustración y el diseño, así como la búsqueda de pautas publicitarias, son trabajos voluntarios, ya que ninguno de los trabajadores percibe ingresos fijos, sino a lo sumo un monto simbólico por su contribución.

En este contexto, la revista se ha mantenido por 10 años y nunca ha dejado de publicar sus 9 números anuales. Sin embargo, principalmente por el crecimiento de las producciones audiovisuales independientes o financiadas por el Estado y por el desplazamiento de publicidades hacia esas producciones, se vio obligada a disminuir paulatinamente su tirada a partir de 2010, salvo en números especiales, hasta 20% o 30%. La caída de las ventas afecta el ingreso de los vendedores y, particularmente, la posibilidad de dar voz y oportunidades de discusión y cambio a los sectores vulnerables respecto de las problemáticas abordadas —el territorio, el medioambiente, la economía social, el espacio público, los derechos de la infancia y la adolescencia, los derechos de los pueblos originarios—.

Por tanto, nos planteamos dos grandes propósitos: por un lado, buscar modos para contribuir con el fortalecimiento de una publicación de suma relevancia por el público al que se dirige, los sectores a quienes da voz y los contenidos abordados y, por otro, hallar formas de expandir la llegada de esos contenidos a su público mediante la producción audiovisual. Procuramos que los estudiantes se integren en cada uno de esos procesos de acuerdo con la formación de base que están adquiriendo.