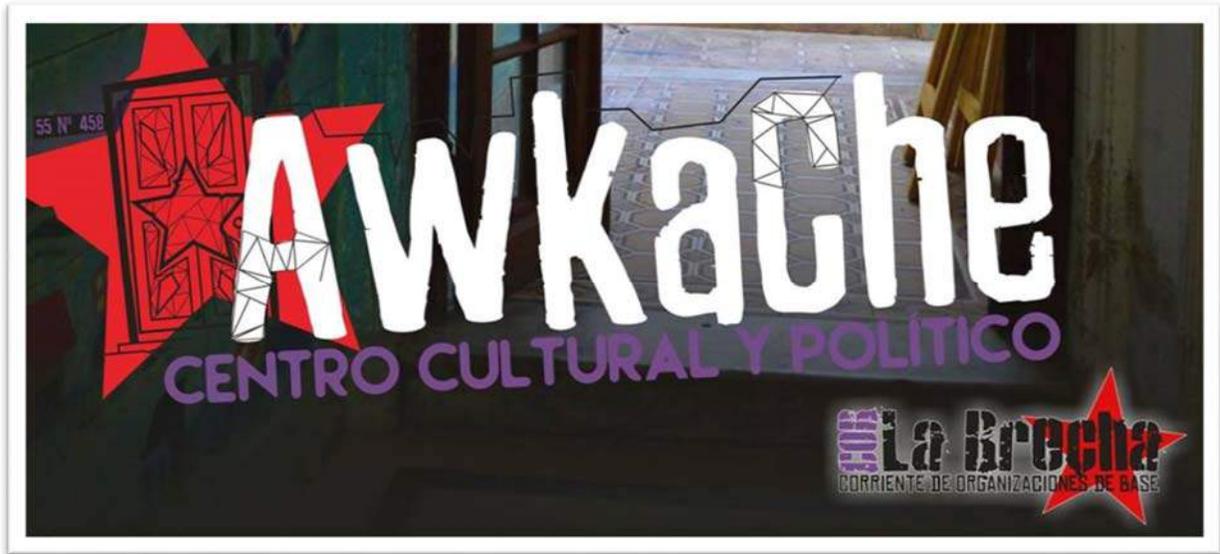


**Organización:** AwkaChe, Centro Cultural y Político



## DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

### **Awkache, centro cultural y político**

Dirección: 55 N°458 e/ 4 y 5

Página en Facebook: Awkache

### **Historia**

El centro cultural y político *Awkache* surge en el mes de agosto del año 2014 como iniciativa de la Corriente de Organizaciones de Base La Brecha (COB) de impulsar en la ciudad un nuevo tipo de espacio cultural auto-gestionado por fuera del circuito comercial de la ciudad de La Plata y que a su vez pueda visibilizar su práctica política.

El centro cultural funciona en una casa en el casco céntrico de la ciudad, que se alquiló en el 2014 con un grupo teatral llamado Telón Negro Teatro y cuatro proyectos productivos de arte y diseño que mantienen su local en el garaje de la casa con el nombre de Amalgama- tienda en el garaje-. El alquiler comenzó financiándose, también, con a un aporte de una de las organizaciones de la corriente, el colectivo de abogados y abogadas populares La Ciega, junto con un aporte extraordinario de otras organizaciones como el Movimiento Cultural Hagamos lo Imposible y el Frente de Organización en Lucha.

En el mes de septiembre del mismo año, comenzó a funcionar en el espacio un productivo de comidas Sopa de Caracol. El productivo surgió ese mismo año como un proyecto de cinco personas que con la idea de producir y generar un trabajo autónomo cooperativo y sin patrón comenzaron a cocinar comidas caseras para vender por encargo a través de la red social Facebook. Una vez avanzada su producción buscaron tener un espacio físico estable donde realizar su trabajo. Es a raíz de esto, que comienzan a funcionar en el centro cultural y político, ya que varios de sus integrantes forman parte de Corriente de Organizaciones de Base (COB) La Brecha.

En la actualidad el grupo teatral Telón Negro Teatro ya no participa del espacio pero se sumaron nuevos talleristas. Actualmente funcionan, en el espacio, distintos talleres artísticos, entre ellos: danza contemporánea, magia, clown, oficio de calzado, teatro, plástica para niños y marroquinería.

Awkache está organizado por una comisión llamada “gestión cultural” en la que participan cinco personas, entre ellas dos forman parte del movimiento cultural Hagamos lo Imposible, que se encarga de organizar las actividades artístico culturales, una integrante de Amalgama – tienda en el garaje - y dos que participan sólo en la organización del espacio. Esta gestión garantiza la coordinación de los horarios de los talleristas que se encargan del mantenimiento general de la casa y certifican el diálogo entre los talleristas y los distintos actores que participan del espacio.

El alquiler se financia a través del aporte mensual de abogados y abogadas populares La Ciega, del porcentaje que aporta el local Amalgama – tienda en el garaje -, un porcentaje cooperado por los talleristas de acuerdo al valor de los talleres y con las actividades artístico culturales que se realizan en el espacio.

### **Actores que participan del espacio**

#### **Corriente de Organizaciones de base La Brecha (COB)**

La corriente de organizaciones de base La Brecha, es una corriente social y política que nació en el 2011 y está conformada por distintas organizaciones de base con la idea de *“unir los problemas y luchas por la contaminación, trabajo, salud, educación (en nuestros barrios), la falta de presupuesto universitario, la precarización laboral, la opresión de géneros en una herramienta capaz de potenciar la intervención política de los de abajo; en la conformación de una corriente política de nuevo tipo”*

La corriente de organizaciones tiene distintos acuerdos políticos compartidos. Las organizaciones se definen como anticapitalistas, anti-patriarcales, antiimperialistas, contra el saqueo a los bienes naturales y opresión a los pueblos originarios. Ya que *“sabemos que el sistema capitalista y patriarcal (por más vueltas que se le quiera dar) siempre implica*

*hambre, explotación, atropellos, miseria e incapacidad de progreso real de nuestros pueblos. Por eso, decidimos, en cada lugar donde estamos, construir poder popular, a sabiendas que para cambiar de fondo las cosas, debemos ser millones organizados desde abajo, construyendo hoy (prefigurando, anticipando) la sociedad que soñamos (por eso, emprendemos bachilleratos populares, cooperativas de trabajo sin patrón o punteros, formas y contenidos críticos en la construcción de conocimientos). En la vocación de una unidad real y debate sincero entre las organizaciones del campo popular, nos definimos por una nueva cultura militante, capaz de priorizar lo común (los problemas de nuestro pueblo) por sobre las ansias de crecimiento o presencia de cada organización.”*

En la ciudad de La Plata las organizaciones que conforman la corriente son el movimiento cultural Hagamos lo Imposible, el colectivo de abogados y abogadas populares La Ciega, Brecha Sindical, la colectiva anti-patriarcal diversa Desde el Fuego, el colectivo de artistas Mostro, la corriente universitaria CAUCE, el centro cultural El Galpón de Tolosa y el Frente de Organizaciones en Lucha (FOL)

Las distintas organizaciones utilizan la casa para reuniones semanales o exposición de plenarios. A su vez se encargan también del mantenimiento y limpieza de las distintas salas y de realizar actividades político-culturales.

### **Talleristas**

Los talleristas que participan del espacio son, MaiaVogel en el de danza, experimentación y creación. En el de magia Martin Priest; el de clown por Pablo Nasti y Pablo Rearden; el taller de oficio de calzado está dado por Emilia ALvides una vecina de Awkache; el de teatro Jerónimo Buffalo; el de plástica para niños Verónica Alday y Emilia Alvides y el de marroquinería a cargo de Santiago López.

### **Amalgama – tienda en el garaje –**

Amalgama - tienda en el garaje - funciona en el garaje de la casa y participan seis personas que impulsaron cuatro proyectos productivos iniciales que dieron iniciativa al espacio. Entre los proyectos productivos se encuentran el de ropa de diseño “Bicha”, Serigrafía artesanal “Cruela”, arte y decoración de “Flora”, artista plástica y el de artículos de mosaico “Por amor al arte”.

Actualmente se sumaron al proyecto “Upa Diseño”, con una producción de materas, billeteras, camperitas y chalecos, “Manigueta Diseños” que produce cuadros artesanales y “Modorra Alfombras”.

Facebook: Amalgamatiendaenelgarage

### **Productivo de comidas - Sopa de Caracol –**

El productivo surge en el año 2014 como un proyecto independiente de cinco personas que comenzaron a cocinar comidas caseras para vender por encargo a través de la red social Facebook. Una vez avanzada su producción buscaron tener un espacio físico estable para mantener su trabajo. Es a raíz de esto comienzan a funcionar en el centro cultural y político, ya que varios de sus integrantes forman parte de COB La Brecha.

El productivo realizaba ventas de comidas durante las actividades artístico culturales. En la actualidad también venden viandas de comidas en distintos ámbitos laborales como en ministerios y facultades a los trabajadores administrativos.

Facebook: Sopa de Caracol

### **Gestión Cultural**

“la Gestión del centro está a cargo de una comisión que se encarga de generar el funcionamiento del espacio. En ella participan cinco personas entre las cuales, dos forman parte del movimiento cultural Hagamos lo Imposible que se encarga de organizar las actividades artístico/culturales, una es integrante de Amalgama y dos que participan únicamente en la organización del espacio.

A su vez esta gestión garantiza la coordinación de los horarios de los talleristas que utilizan las distintas salas del espacio, se encargan de mantener en condiciones la casa, ya sea en cuestiones de mantenimiento o de distribuir las tareas de limpieza entre todos y todas las que utilizan el espacio, y garantizar el diálogo entre los talleristas y los distintos actores que participan del centro cultural y político

### **Casa - Centro político cultural Awkache**

Awkache, su nombre deriva del idioma mapuche y su significado es gente (che) rebelde (awka).

Actualmente la casa cuenta con seis salas que se utilizan para las distintas actividades. Las mismas están divididas por nombres:

- Sala de teatro, se encuentra en la parte posterior de la casa y se utiliza específicamente para esta actividad.
- Sala Julio López que se utiliza tanto para talleres como para reuniones.
- La oficina, o informalmente llama Sala de las Mariposas, que es donde se encuentra una de las computadoras y la biblioteca.
- Arriba Los y las Que Luchan, que es una de las salas en la planta alta de la casa que se utiliza para talleres y para reuniones.
- El garaje que lo utiliza el local Amalgama.

La sala Vamos Al Frente, que es una de las salas que tiene ventana hacia la calle y es la primer sala que puede visualizarse al entrar a la casa, después del hall de entrada. También se utiliza también para reuniones y talleres.

La casa cuenta a su vez con una cocina, donde cocina el productivo de comidas Sopa de Caracol, con un patio interno utilizado por todos y todas las que participan del espacio y una terraza en la planta alta de la casa al lado de la sala arriba las y los que luchan.

## CONTEXTO E IMAGEN INSTITUCIONAL

### Características sobresalientes del entorno

Hay una gran cantidad de Centros Culturales en La Plata que no están regularizados dado que es un fenómeno relativamente nuevo en la ciudad y todavía no está amparado por las leyes.

El Centro Cultural no cuenta con habilitación municipal y utilizan la prevención para evitar conflictos, reglas internas y criterios para realizar los eventos. El sonido debe estar adentro y los horarios de finalización están pautados previamente. En una ocasión Control Urbano se acercó al Centro pero el evento ya estaba terminando por lo que no hubo mayores inconvenientes.

Luego de este episodio, la gestión cultural comenzó a interiorizarse en el tema para buscar regularizar su situación, a través de la comunicación con otros centros culturales con el mismo conflicto y la asistencia a las asambleas por la ley. No obstante, es algo lejano ya que piden numerosos requisitos.

### *Hechos actuales que afecten la organización*

Los hechos actuales que afectan a la organización es la habilitación del espacio como centro cultural. En relación a esta problemática, se identifican dos hechos puntuales:

- a) El impulso de un proyecto que busca la modificación de la ordenanza que regula la el funcionamiento de los espacios culturales alternativos en la ciudad de La Plata.

Por lo cual, distintos sujetos del ámbito cultural artístico como dueños de centros culturales, músicos y artistas, debatieron una iniciativa promovida desde el Bloque del FpV-Nacional y Popular, que tiene como fin modificar ordenanza ya que la misma perjudica el crecimiento y el desarrollo de los distintos espacios.

El debate se llevó a cabo en la Facultad de Bellas Artes en el mes de abril y se trataron distintos puntos como promover las actividades culturales y la creación de una Comisión Permanente de Espacios Culturales.

- b) A raíz de lo mencionado anteriormente surge la UCECAA – Unión de Centros Culturales Alternativos y Artistas de La Plata

Es un espacio donde participan distintos centros culturales alternativos y artistas de la ciudad con el fin de apoyar los diez puntos de la nueva ordenanza para los centros culturales alternativos. Como así también exigen la incorporación taxativa de los artículos

que regulen la habilitación de los espacios y la efectiva implementación de la normativa, de forma que en la letra final se asegure la claridad y continuidad de los logros.

Los diez puntos son en base al proyecto de ley y son los siguientes:

1. Que regule responsablemente la seguridad de nuestros espacios, artistas y público.
2. Que fortalezca las propuestas culturales alternativas
3. Que fomente la diversidad, la descentralización y la autogestión
4. Que de visibilidad a todos los lenguajes artísticos
5. Que facilite la creación de nuevos espacios de cultura
6. Que adapte los requerimientos legales a las necesidades de los espacios autogestivos
7. Que establezca excepciones para emprendimientos no comerciales
8. Que promueva la participación de espacios alternativos de diseño y evaluación de políticas culturales
9. Que flexibilice los trámites y acelere los tiempos de habilitación para los nuevos espacios culturales
10. Que proteja y facilite la subsistencia de emprendimientos culturales no lucrativos

Otros objetivos:

- Asesoramiento: COMISION DIRECTIVA, ESTATUTO, PERSONERIA JURIDICA, ENTIDADES, HABILITACION DE BOMBEROS y la utilización de las normas LEGALES que hay hasta ahora en nuestra ciudad.
- Metodología de PREVENION y CONTENCION ante una situación de CLAUSURA
- Utilización de herramientas culturales bajadas por el Ministerio de Cultura: SUBCIDIOS-LEY FEDERAL DE LAS CULTURAS-LEY DE LA MUSICA
- Concientización y medidas de SEGURIDAD no convencionales.
- Comunicación e interacción entre los espacios en sus actividades artística
- Comunicado de la Unión de Centros Culturales Alternativos y Artistas de La Plata – UCECAA: La multiplicidad de identidades y expresiones artísticas, junto a la escasez de espacios para su manifestación, nos obligó a los trabajadores y trabajadoras de la cultura, a buscar nuevos modelos de gestión cultural. Así comenzaron a funcionar los Centros Culturales Alternativos, donde desde la autogestión fomentamos la cultura popular, brindando un espacio a las manifestaciones culturales que no encuentran lugar en los circuitos tradicionales. Así todos los barrios de la ciudad tienen, al menos, un Centro Cultural desde donde se promueve la cultura comunitaria y colectiva.

La Ordenanza 10.463 que nos regula fue gestada a partir de serios debates de los centros culturales platenses, y finalmente se sancionó en el 2008 gracias a la lucha gestada por la Red de Centros Culturales.

Hoy, siete años después y frente al avance de propuestas culturales populares, la ordenanza vigente nos quedó chica. Aún así, su letra (junto a la 10.765

de Teatros Independientes) fue la base para el impulso, en la Ciudad de Buenos Aires, de la Ley de Centros Culturales impulsada por el MECA (Movimiento de Espacios Culturales Auto gestionados), aprobada a fines del año 2014.

Hoy se nos presenta la posibilidad de actualizar la normativa. No es casualidad: como espacios nos organizamos, retomamos aquellas luchas, y generamos las condiciones para que ello suceda.

En las últimas semanas se presentaron en el Concejo Deliberante de la ciudad, dos proyectos que amplían la normativa que nos regula. Son proyectos que intentan retomar la experiencia y las propuestas de nuestros espacios, que incorporan avances importantes en su letra, pero que no expresan en su totalidad las problemáticas nodales de los espacios culturales platenses.

Celebramos que haya tomado estado parlamentario esta modificación, y entendemos que es necesario que en la ordenanza que se lleve a debate al Concejo Deliberante, deben estar contenidos los intereses y las necesidades Reales de nuestros espacios”

El espacio busca:

- El reconocimiento de las cooperativas.
- La ampliación de la Comisión Permanente de Espacios Culturales
- El aumento de la subvención mensual
- El asesoramiento en los trámites legales
- La exclusión de los centros culturales alternativos del código de nocturnidad.

Y también surge REC, Red de espacios Culturales que tiene como objetivo “tiene como objetivo nuclear distintos espacios de la ciudad de La Plata, con el fin de difundir y promover sus actividades” y también de iniciar campañas con el fin de que se apruebe la modificación de la ordenanza.

En la cual participan centros culturales y políticos, todos ellos espacios de orientación política Kirchnerista:

- Espacio Cultural JUANA Azurduy 7 e/ 61 y 62 #1433
- Casa Popular Hugo Bacci 66 #1044 e/ 15 y 16
- El Puente arte y cultura Diag. 77 #195 3 y 48
- Espacio Cultural Leonardo Favio Diag. 74 # 1052 e/ 5 y 6
- Centro Cultural Viento Sur 10 # 385 e/ 39 y 40
- Centro Cultural El Amor y la Igualdad Calle 56 e/ 8 y 9
- Vecindad Cultura NacyPop Diag. 79 # 298 esquina 117
- Joaquín ARETA calle 1 e/ 49 y 50
- El Jauretche-Espacio Cultural 6 y 526
- Mil Flores La Plata 5# 1510
- Casa Lealtad Peronista Lili Ferrari 49 #1214 e/ 19 y 20

### **Principales organizaciones que actúan en el sector**

Centros culturales y centros culturales y políticos que funcionan de forma autogestiva:

- Olga Vázquez, cultura
- El Jacarandá Arte y Ocio
- En Eso Estamos, espacio cultural
- El ojo abierto, centro cultural

### **Percepción de la imagen del sector**

Del sector de centros culturales la imagen que se percibe es la gran cantidad de espacios que existen en la ciudad de La Plata pese a las dificultades de habilitación que tienen los mismos, es decir que hay variadas opciones de actividades artísticas culturales.

En lo particular de Awkache, las personas que participan de los talleres e interactúan en el espacio tienen una percepción positiva del mismo, ya que el espacio se mantiene en las condiciones adecuadas para que los talleres se lleven a cabo. Al igual que las personas que participan de las actividades culturales artísticas ya que en las mismas no se cobra entrada, sino que se utiliza un “bono contribución” con el cual las personas aportan según el valor que consideran que tiene el trabajo de los distintos artistas y el valor de las bebidas y comidas también son “populares”, es decir accesibles.

## COMUNICACIÓN E IDENTIDAD INSTITUCIONAL

### Comunicación externa y estrategias

La principal herramienta de comunicación que utiliza el Centro es un fanpage en Facebook (<https://www.facebook.com/ccp.awkache>). No obstante, carece de movimiento y es una de las principales debilidades que quieren mejorar. A través de ella se publican y dan a conocer los distintos talleres que se dictan en el lugar, así como también se responden las inquietudes vía inbox. Además, se informa únicamente sobre las actividades del centro cultural, sin involucrar lo pertinente con la corriente política que lo atraviesa que proviene de La Brecha.

En este sentido, las estrategias son a prueba y error, ya que es una organización relativamente nueva. Una de ellas es el diseño y la publicación de flyers de manera publicitaria de los talleres y eventos, con la información básica sobre el hecho. Actualmente se propusieron la unificación de una estética de flyers, incluyendo la incorporación de un logo, ya que antes quedaba en manos de cada tallerista y habían datos que faltaban o quedaban desprolijos en comparación con los otros. AwkaChe se encuentra en un período de construcción de una identidad que se vea gráficamente en su imagen como Centro.

También se crean eventos en Facebook para que el público pueda participar, en los cuales publican alguna fotografía pero no está sistematizado.

El Centro también cuenta con un mail ([awkache@coblalbrecha.com.ar](mailto:awkache@coblalbrecha.com.ar)) pero no es una vía de comunicación muy fluida. Se utiliza para mandar mails corporativos como AwkaChe, para no mandarlo desde La Brecha o desde un mail particular. Por ejemplo, por allí se hacen las convocatorias a las reuniones con los talleristas.

Por otro lado, en la entrada del edificio del Centro Cultural hay un cartel que lleva el nombre de “AwkaChe” y expresa lo que es este lugar para que las personas que pasan por ahí lo visibilicen. A su vez, en el interior del local se ofrecen folletos a los interesados en los talleres que se acercan a consultar por más información de la que pueden encontrar en Facebook.

A su vez la comunicación interna está garantizada por una “Agenda” que es una calendarización de las actividades que circula de manera virtual y una impresa que se encuentra en la cartelera de la casa. Los que participan de la gestión cultural son los encargados de armarla.

Actualmente la gestión cultural busca también convocar a una asamblea donde participen todos los actores del espacio, tanto los talleristas como algunos integrantes de las organizaciones, para poner en común los criterios de utilización del espacio.

### **Mapeo de públicos**

El público al que está destinado el centro cultural y político es por un lado, a toda persona interesada en participar de actividades artístico culturales, ya sea exposiciones de artistas plásticos, bandas de todos los géneros, ya sea desde rock, folclore o rap, como así también intervenciones de teatro y clown. Es decir tanto de organizar las actividades o dar los talleres en el espacio como a participar de espectador en las varietés o actividades artístico culturales, ya que el espacio está abierto a todo aquel o aquella que quiera participar del espacio.

Y por otro lado al público en general a través de los distintos talleres que varían tanto en actividades como en edades ya que, por ejemplo, en el de oficio de calzado participan mujeres de edad adulta y el de plástica está destinado a niños y niñas a partir de los cuatro años.

A su vez Awkache busca interpelar a los vecinos y las vecinas del espacio para que se acerquen a conocer y participar del mismo. Esto puede visualizarse en la actualidad que ya por ejemplo una vecina del espacio es quien da el taller de oficio de calzado, Emilia Alvides.

El espacio busca también generar actividades que visibilicen la política de COB La Brecha, es decir actividades políticas culturales como por ejemplo charlas con temáticas medioambientales, con panelistas sobre los distintos conflictos ambientales de la ciudad de La Plata, como así también actividades en contra de la privatización de la cultura abiertas al circuito alternativo musical de la ciudad de La Plata. Es decir que el público al que está destinado es diverso, pero también puede concebirse que las actividades estén abocadas mayormente para quienes están interesados en el circuito cultural alternativo de la ciudad.

### **Identidad**

La identidad del AwkaChe es la militancia de la cultura, aportando para crear espacios alternativos y populares, que no sean excluyentes para los artistas y que sean accesibles para las personas que quieren ver otro tipo de shows, no sólo los grandes escenarios de Plaza Moreno.

El Centro Cultural está establecido en una casa antigua, cuyas paredes están intervenidas con murales de figuras como Julio Cortázar y distintos posters. La decoración es colorida y diversa refleja su formación heterogénea. La forma de dirección es horizontal, en donde no hay un líder específico sino que las decisiones se toman en conjunto a partir del debate.

La construcción de la identidad está claramente expresada en la pestaña de “información” de su página de Facebook, donde explican que el Centro Cultural fue creado: para hacer confluir en un mismo punto tantas ganas de crear y transmitir; para darle batalla a la privatización de los espacios culturales de la ciudad: para encontrarnos trabajando

colectivamente; para abrir el juego a todas aquellas voces que quieran decir, y a todos aquellos que quieran empaparse de esas voces.

Entendemos que nuestras producciones y nuestras acciones, no deben estar solo exhibidas en galerías de arte, museos, o en el circuito tradicional que las entiende como mercancías y que llega solo a un público determinado, a cierta clase social. Deben estar en la calle, expresando desde el asfalto o el barro.

Pero también deben poder permanecer y ser continuos; darse en tiempos y espacios físicos concretos, en nuestros propios espacios físicos concretos; construidos con nuestros manos, con nuestras ganas y con nuestras ideas. Y que estos sean el punto de partida para generar una propia identidad, a través de la cual podamos dar pelea a la cultura hegemónica, en la cual busquemos des-elitizar el arte, y lo hagamos de manera conjunta, dejando de lado(o desnaturalizando) el individualismo, el consumismo y la competencia.

El desafío es tomar parte y conciencia de la creación de nosotros mismos, de nosotros como artistas, como pensadores de la cultura, de cómo actuamos y nos construimos; y de la realidad que nos atraviesa, incidiendo en ella, deformándola, y dándole una nueva forma.

### **Problemas y potencialidades comunicacionales**

En función de la información recolectada, especificar los problemas y potencialidades comunicacionales que el grupo considera que están afectando a la organización.

#### **Problemas:**

En el espacio anteriormente funcionaba la sala de conciertos C'est La vie, por lo que el espacio todavía no se visibiliza como nuevo actor en la ciudad.

El Centro Cultural requiere de una mayor visibilización en la ciudad de La Plata. Su público se centra más en compañeros de militancia, amigos de amigos, alumnos de los talleres y los seguidores de las bandas que participan en los shows.

La estética propia del espacio no es utilizada para la difusión de todas las actividades del espacio.

No cuenta con una cartelera o material de difusión en el espacio de los horarios y días de los talleres.

No cuenta con material de difusión propia sobre el espacio. Como volantes o folletos impresos sobre los distintos actores del espacio.

#### **Potencialidades:**

En el espacio se llevan a cabo numerosas actividades, tanto de talleres como de actividades artísticas y/o políticas.

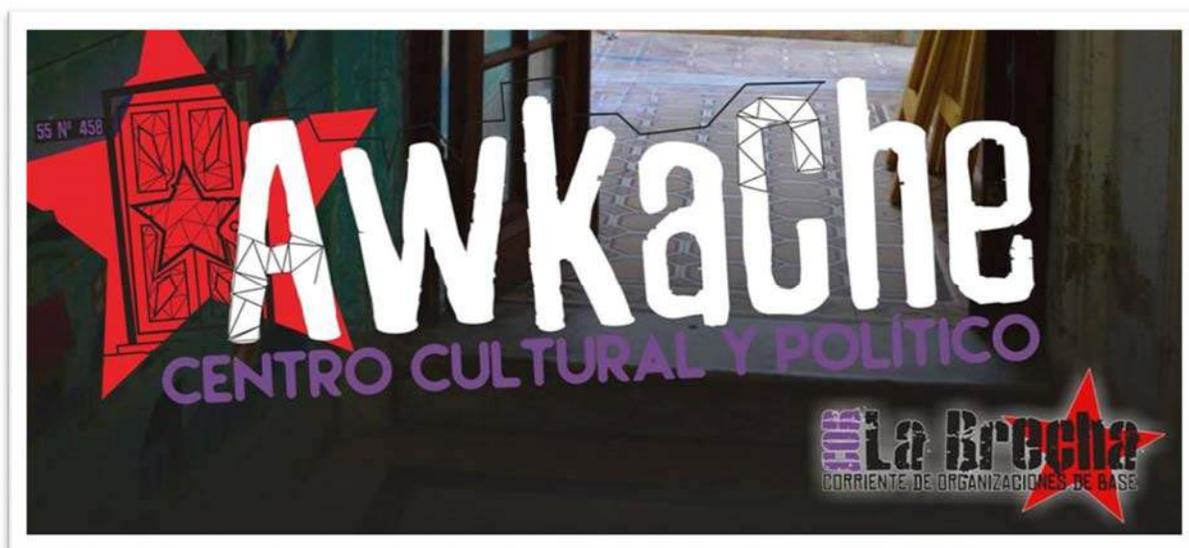
La manera de construcción facilita el acceso, ya que no se cobran entradas para las actividades artísticas y/o políticas

Predisposición por parte de los actores del espacio para mejorar la comunicación externa e interna.

## PLAN COMUNICACIONAL

Se desarrolló el siguiente plan comunicacional para el Centro Cultural y Político AwkaChe.

La propuesta está realizada por el grupo de trabajo integrado por Pablo Arias, Luciana Bello, Daiana Ilari y Santiago Nieto, estudiantes de comunicación de la UNLP.



## INTRODUCCIÓN

Como toda organización nueva, AwkaChe se reformula día a día a partir de las dificultades que surgen. Lo hace a través de la búsqueda de alternativas para resolverlas y crecer en el proceso de construcción del centro. A partir del Diagnóstico realizado, se pudo reconocer la falta de una comunicación externa eficaz entre el público que asiste, los potenciales usuarios y la sociedad en general.

Su único medio de comunicación es una *fanpage* en Facebook, en donde la información se oculta a medida de que se actualiza el contenido. Por lo tanto, el público no puede acceder rápidamente a los datos que interesan y deberían estar estáticos en algún soporte. Además de ser el único canal de comunicación que tiene el centro, en el Facebook solamente se publican las actividades de los talleres, y queda afuera la cuestión política, cultural e identitaria.

## **OBJETIVOS DEL PLAN**

Formulado el análisis anterior, se apunta a efectuar una concentración de la información relevante, sobre qué es el centro, cómo surgió, cuáles son los talleres que se dictan en él y los distintos espacios comerciales. Puesto esto en práctica, el público podrá informarse lo más rápido posible y de forma efectiva en un solo lugar.

Este Plan tiene como finalidad dotar al Centro de un sistema de comunicación que le permita difundir sus principios y valores, sus contenidos y sus avances de manera sistemática con el objeto de facilitar y favorecer la aceptación y la interiorización de los mismos. Contribuyendo, de este modo, a aumentar la motivación, la cohesión y el desarrollo personal en pro de una gestión más ágil, eficiente y eficaz.

También para articular los distintos actores y espacios que circulan dentro del centro, y en relación con la comunidad.

## **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

La propuesta comunicativa del sitio web apunta a crear una relación más dinámica entre el público potencial, incluyendo a la sociedad en general, y el Centro Cultural como un ente.

La acción concreta será la creación de una página web para organizar, de forma prolija, estética y dinámica, todo el contenido que esté relacionado con la organización, incluyendo a Amalgama, Sopa de Caracol y los distintos talleres que acontecen en el espacio.

La creación de la página web, como herramienta de comunicación de Awkache, y en lógica concordancia con sus principios y contenidos, debe estar al servicio de los distintos grupos de mejora constituidos para su despliegue, convirtiéndose en un sistema abierto a la participación y a la interacción generando la credibilidad y la confianza necesarias para alcanzar el fin último de todo Plan de Calidad: la mejora continua.

Por otra parte dotar a la organización de distintas herramientas de gestión para crear una Agenda con todo lo que sucede en el Centro, y para que la página web se administre de manera eficaz y que responda a las necesidades del centro. Entre ellas:

**Carteleras:** Puede contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal. Es necesario que su contenido esté ordenado para que visualmente sea de rápida lectura y notorio el cambio periódico de su información.

**Folletos:** Sobre las distintas actividades que se realizan en el centro.

**Reuniones:** Las reuniones son un espacio de comunicación para: informar, capacitar, reflexionar, tomar decisiones, etc. Lo importante es contar con espacio acorde y convocar a los participantes con la debida antelación.

**E-mail:** sus ventajas son: rapidez, interactividad, difusión, facilidad de fijación del destinatario.

De esta manera, los encargados de subir la información a la web estarán empapados completamente con toda la actualidad necesaria para dotar a la web de manera completa.

La web tendrá su doble funcionalidad como medio y pieza de comunicación. Como medio porque transmite su eje cultural-político y al estar en la web va llegar a muchos usuarios dada su accesibilidad. Su carácter de pieza comunicacional se refleja en el trabajo realizado sobre la página web, no solo fue colocar información del Centro y contacto, sino en colocar imágenes, artística y colores. Se trató de trasladar de llevar la estética que tiene AwkaChe a la web, para que se refleje la identidad.

### *Actividades a emprender*

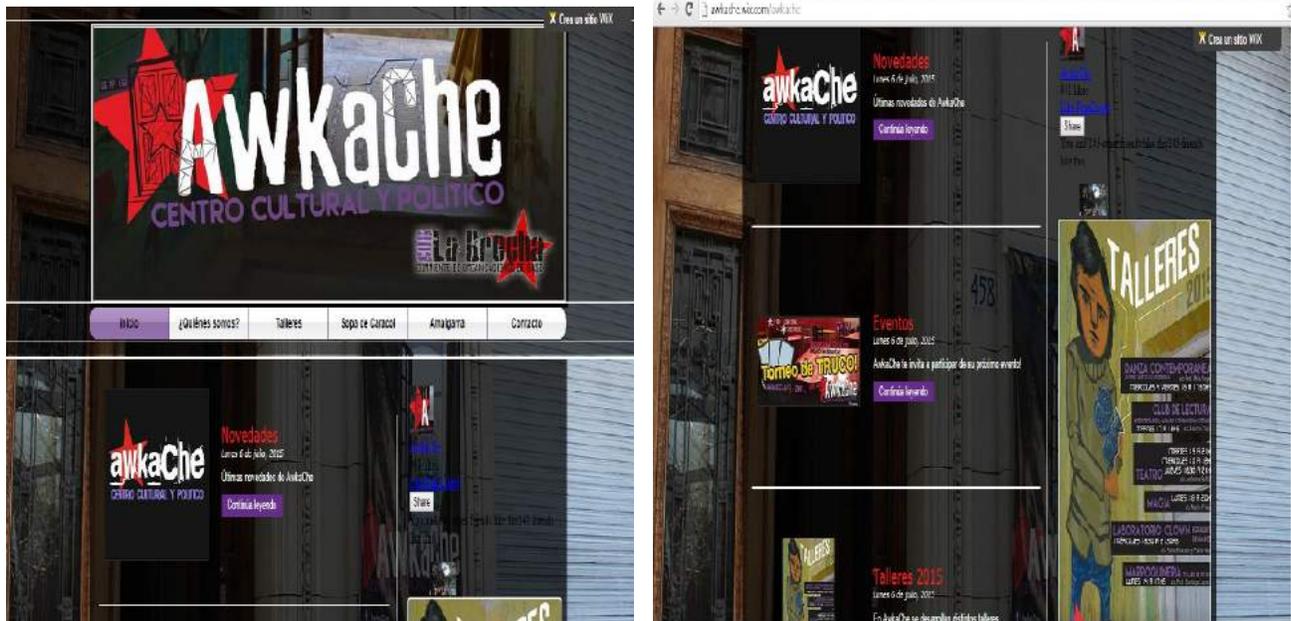
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RECURSOS</b>
Creación y Actualización de una agenda para el Centro.	Integrantes de la Gestión Cultural del Centro	- Mensual	- PC -Actividades que se desarrollan - Miembros Activos
Identificar y seleccionar la información para ubicar en la web, y su periodicidad.	Integrantes de la Gestión Cultural del Centro	- A diario	-Reuniones - Papelería - Agenda AwkaChe
Unificar criterios en la redacción y exposición de mensajes a emitir. (textos, imágenes, videos)	Encargado de la comunicación del Centro. (Jefe de prensa/ DirCom)	- Cada 15 días (reunión del espacio de Gestión Cultural)	- Manual de Estilo - Diseño
Publicación y mantenimiento activo de la web.	Encargado de la comunicación del Centro. (Jefe de prensa/ DirCom)	- A Diario	- PC - Internet - Diseño - Tiempo
Chequeo de e-mail y mensajes recibidos en la web y redes sociales, y respuesta a los mismos.	Encargado de la comunicación del Centro. (Jefe de prensa/ DirCom)	- A Diario	- PC - Internet - Agenda AwkaChe

## MEDIO DE COMUNICACIÓN

Se creó el sitio web del centro: <http://awkache.wix.com/awkache>

La web tiene una imagen central que es el logo del Centro con el Nombre y los colores que lo identifica. El mismo, cuenta con distintas pestañas, cada una con distintas informaciones del Centro. Son seis en total ordenadas de la siguiente manera:

En primer lugar está el **Inicio**, donde se encuentran todas las noticias y actividades del centro, y el link con la página del Facebook.



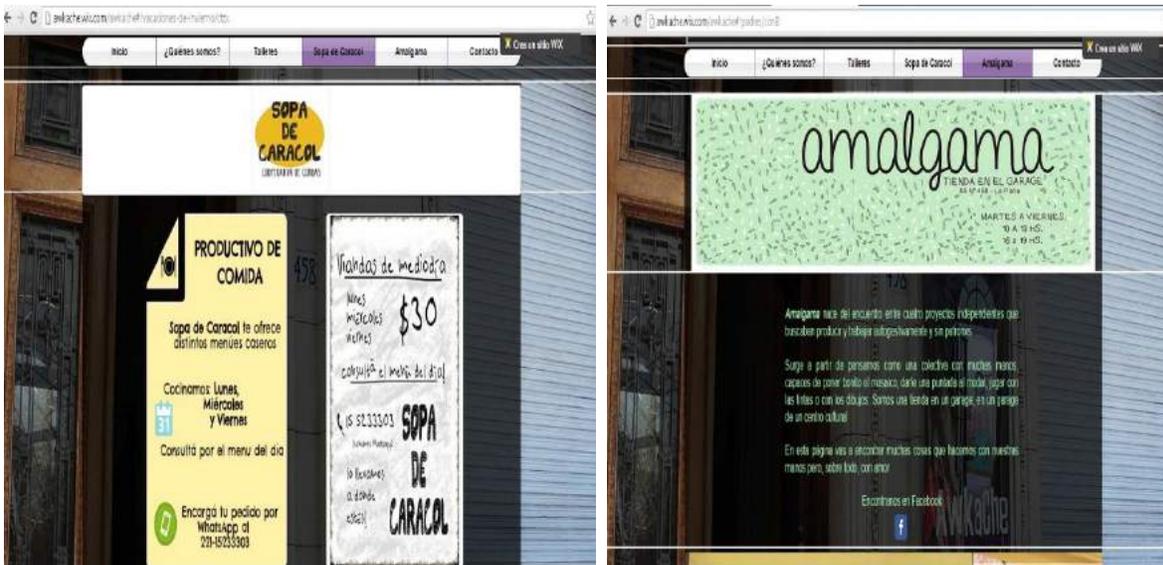
Luego en la segunda pestaña **¿Quiénes somos?** está disponible la información de qué es el centro, qué hace, cómo lo hace y para qué lo hace. También la ubicación y la parte editorial.



Tercero se encuentra la pestaña de los **Talleres**, donde están publicados todos los que se dictan en el Centro Cultural.



Cuarto aparece **Sopa de Caracol**, el espacio destinado al productivo de comida que funciona en el centro. Allí está toda la información de qué es y cómo trabaja, como así también la manera de hacer los pedidos y los menús que dispone. La foto funciona como link para el Facebook propio del productivo. La misma lógica continua en la quinta pestaña, **Amalgama**.



Finalmente, en la barra de menú aparece la pestaña de **Contacto**, en la que se visualiza las formas que tienen los usuarios para acercarse al centro. Está la posibilidad de visitar la casa-Centro, o enviar un e-mail.

