

**LA BICICLETERIA**  
CREACION COLECTIVA



**40 Y 117. BARRIO HIPODROMO**  
**TEL 4895962**

## **La Bicicletería, Creación Colectiva.**

### **Los Conceptos y los Métodos**

Nos parece importante desarrollar algunos de estos conceptos. Partimos de definir comunicación como la interacción entre diferentes actores sociales, desprendiéndose de la tradicional perspectiva que identifica a la comunicación con los medios. Esta manera de entenderla, nos permitirá focalizar la mirada en los procesos sociales y no en los efectos; esto es, cómo se construyen los sentidos, la significación, las relaciones de poder. Al momento de trabajar en una organización, consideramos importante hacer énfasis en las prácticas que realicen en la vida diaria y en las relaciones que tienen entre ellos y con los demás actores sociales y a su vez a la organización como productora social de sentido.

En este punto, creemos que es necesario tener presente la definición de Petit, que entiende a la comunicación como “herramientas sociales que permitan la interacción humana” (François Petit, 1984), porque será desde esta interacción donde encontraremos nuestro punto de partida, nuestra manera de enfocar el análisis. Asimismo, dichas herramientas sociales son esenciales en tanto

Condicionan la existencia y la eficacia de la organización.

Cuando nos referimos a Empresa, retomamos a Joan Costa, quien habla de la misma como un sistema vivo, como un sistema abierto a otro sistema aún más grande, materializado en su entorno (social, cultura, material, económico) y conectados de manera dependientes. Dicho entorno es quien a su vez contiene individuos, grupos, instituciones, empresas, energía, información, etc., configurando así un macro sistema de acción entre el sistema-empresa y sistema-entorno.

La Bicicletería, también se autoreconoce como un sistema vivo, en donde reconocen la importancia de pensar los valores y motivos que movilizan las acciones

internas y externas, como también lo fundamental de reconocer otros organismos vivos que se encuentran paralelamente trabajando y dialogando con ellos.

Comprendemos entonces a la empresa como un sistema en red, un organismo que agrupa órganos independientes para actuar juntos.

Dentro de nuestro marco teórico contemplamos también al concepto de Participación, valor fundamental que tiene en cuenta la organización. A la misma se la piensa no solo en el acto explícito de contribuir en un hacer sino también asociada al hecho de poder ser y sentirse parte de lo que viven a través del acto de participar. Sería entonces un medio para la integración.

En los procesos, cualquiera que sea por los que atraviese La Bicicletería, la participación es concebida como experimentación, intercambio, compromiso, como movimiento y a su vez entendida en sus diferentes grados. En ese sentido, desde la organización se abren las posibilidades de varias participaciones a partir de los deseos personales y colectivos, definiéndose como una organización que tiene “la lógica del aporte más que de la exigencia y que se construye colectivamente con aquellos que quieren sumarse y ensamblar”. Así lo define, también en la tesis de grado La Bicicletería, Andar sobre las huellas creada por uno de los integrantes de la organización, “...si bien La Bicicletería es un proyecto que tiene una dimensión económica -más allá del lucro, que es otra cosa-, nos proponemos generar un tipo de relación que promueve la participación”.

El concepto de Creación colectiva es un punto también esencial que se debe tener en cuenta para pensar a esta organización. La creación colectiva es el modo de andar que tiene La Bicicletería, el modo de organizarse y de formar un valor central que es la sintonía así sea en lo similar y en lo distinto y con el otro, con el contexto, con el entorno. Se entiende a este concepto como un proceso comunicacional en el que compartiendo diferentes sentidos y códigos, se encuentra la sintonía para el hacer y para la construcción de la cultura como trama. Es importante recalcar que esta concepción es comprendida como algo dinámico y que conlleva e involucra el aceptar las diferentes realidades del porvenir como oportunidades de “construirse en diversidad”.

*Herramientas metodológicas:* Utilizaremos el método de la triangulación metodológica y entre cruzaremos datos cuantitativos (Cantidad de clientes regulares, ingresos y egresos, cantidad de trabajadores, calendario, competencia) y cualitativos (entrevistas a referentes, a clientes, gente que participa en talleres). Reconociendo las limitaciones temporales y presupuestarias para la recolección de datos cuantitativos, esta

triangulación se realizará con énfasis en los métodos de recolección cualitativa de información como la observación participante.

**Organización:**

La Bicicletería, Creación Colectiva.

Centro cultural y culinario (como actividad económica funciona por las noches un restaurante con reserva, además, eventos culturales y talleres)

Está ubicada en 40 y 117 en el barrio Hipódromo de la Ciudad de La Plata.

**Historia:**

La Bicicletería, Creación Colectiva surge hace 8 años como un proyecto social y cultural ubicado en la calle 40 y 117 del barrio hipódromo. En sus inicios en el año 2007, mientras se preparaba el lugar se comenzó con el proceso de conexión con los vecinos y con el barrio, donde se daba a conocer cuál sería la naturaleza del proyecto. Luego de la preparación, y con un previo conocimiento al entorno, se realizó una convocatoria para inaugurar oficialmente el espacio.

Comprendemos la importancia de como se ha dado la creación de la Bicicletería, que fue entre muchos, dicho en sus palabras, una creación colectiva. En este sentido recuperamos la existencia de un deseo colectivo y un convencimiento por lograr este espacio, es decir, recuperamos estas potencialidades como realidad positiva, que se van a manifestar en el hacer cotidiano.

Durante su vida, la organización transitó diferentes entornos y también transformaciones internas, desde cambio de integrantes a modificaciones en el modelo de gestión, público, formas de organización y tipos de actividades, pero siempre mantuvo una identidad donde lo colectivo y el encuentro tienen una relevancia fundamental a la hora de producir materialmente y simbólicamente.

Así es, que también se tuvo en cuenta las ideas de lo espacial y lo arquitectónico como lugares de proyección y reflexión de lo emergente. “Lo que generamos fue una casa de barrio, abierta, donde se trabaja, se produce y se intercambia; la habitación de un espacio para encontrarse. Vida, objetos, libros, comida, sentidos. El espacio en el que se dan las relaciones en la primer invitación, es lo que contiene, el entorno para estar, para hacer y para ser”.

Es entonces que a lo largo de su historia la Bicicletería se ha planteado pensar al espacio desde lo comunicacional, comprendiéndolo como lugar en donde se dan y se

predisponen de una determinada forma las relaciones y a su vez, al espacio como expresión de la identidad.



En agosto de 2014 la organización se viene refundando ya que, por diversos factores hubo un crecimiento cuantitativo de participantes. A partir de eso los miembros líderes de la organización tuvieron la necesidad de definir el modelo de gestión para poder contarlo a otros. Este crecimiento viene de la mano, entre otras

cosas, a la apertura del facebook de La Bicerletería, que ya cosecha 5000 “Me Gusta” y que le ha dado una inyección de circulación al espacio.

Este año funcionan varios espacios coordinados entre los cuales se encuentran el emprendimiento productivo, el proyecto de voluntariado Casa Escuela, un seminario de encuadernación, un taller de Plástica para jóvenes y adultos, taller de iniciación musical y de plástica para niños, ciclo tardes de Canela, y se lleva adelante un Ciclo de Jazz

### **Tipo de Organización:**

Es una casa cultural y culinaria que desarrolla la venta de alimentos y bebidas, y a su vez promueve la cultura y la participación y el vínculo entre vecinos. Las actividades propuestas se realizan de manera abierta y gratuita para mayor integración independientemente de la actividad económica. Son destinadas a su vez a una gran diversidad de públicos de todas las edades.

### **Conformación:**

Pudimos conocer a tres de los integrantes, pero sabemos que su grupo de trabajo es dinámico e itinerante en relación a los actores, ya que según la actividad participan de la organización músicos, titiriteros, artistas, fotógrafos, diseñadores, comunicadores, educadores, militantes y cocineros. Nuestros contactos son: Gisela, Gonzalo y Fernando.

Fer es el dueño de la casa, es quien lidera la cocina y quien hace principalmente la gestión gastronómica. Gonza, además de ser parte de ambos equipos (el de gestión cultural y gastronómica), es un profesional de la comunicación por lo que sería el DirCom en términos de Costa y otros. Otra integrante de la mesa de decisiones es Gisela quien cumple un rol de relaciones institucionales y trabaja tanto con las organizaciones sociales y estatales del barrio (comercios, centros culturales, escuelas y otras) como con otros espacios institucionales de la ciudad (Municipalidad, facultades, etc.).

En cuanto a la conformación destacamos un concepto utilizado y reconocido por los miembros de la organización que es el de Los bicicleteros y ciclistas, es así como ellos denominan a los actores participantes. Hay múltiples bicicleteros y de gran diversidad en las áreas que trabajan, como previamente los nombramos, sin embargo su participación es diferente y no tiene una implicancia de la cotidianidad del día a día, sino más bien simbólica. En la actualidad ya son muchos bicicleteros los que han pasado por la organización y se han apropiado por ejemplo de la cocina, de un trabajo, de una producción artística, un taller. Otros, por ejemplo, se apropiaron desde otro

lugar como las cenas, el encuentro desde el otro lado de la cocina, a los que llamaremos ciclistas, quienes por diferentes medios han llegado hasta allí a disfrutar lo que la bici tiene para ellos.

### **Modelo de gestión:**

La Bici se sostiene desde el hacer humano: “En el hacer nos encontramos con nosotros mismos”. Promueve el encuentro con otros, pero también el encuentro con uno mismo y sus modos de hacer, “cada uno barre el patio de manera diferente, algunos lo hacen rápido y otros tardan tres horas; algunos levantan todas las mesas y así mil formas”.

Tiene un modelo de gestión horizontal, basado en plenarios (reuniones periódicas), pero según sus integrantes un espacio importante de toma de decisiones, de charlas y donde se construyen los proyectos es la cocina. Esto se debe a que el núcleo central de los referentes de la organización participa de la producción gastronómica y de la gestión cultural.

Entendemos que La Bicicletería es un lugar genuino porque hay poca distancia entre lo que dicen que son y lo que se ve en la realidad material. Es un espacio de mucha circulación de proyectos, desde estudiantes que hacen prácticas, proyectos de extensión, hasta muestras de fotos, talleres. Todo esto atravesado por la comida.

El espacio productivo propone una pauta de orden y de división de roles (el lugar del mozo, el cocinero, el que toma las reservas, el que hace los números, el que organiza el salón), pero son dinámicos aunque hay líderes que se hallan más en ciertas tareas.

Dicho modelo de gestión no podemos separarlo de la concepción de trabajo que tiene la organización. Un trabajo en equipo en donde vuelve a aparecer el concepto de lo colectivo. Un equipo laboral que surge desde las necesidades, deseos y objetivos de cada actor particular pero a su vez en sintonía con los de la organización. La apropiación del espacio por parte de los integrantes, como también la capacidad del proyecto para su sustentabilidad de la dimensión laboral crean un ámbito de gestión, dicho en palabras de Gonzalo, de compromiso, trabajo y creatividad para reinventar los modos.

### **Organigrama y Actores:**

La Bicicletería se vincula con distintas facultades, fuertemente con la facultad de Periodismo, con la cual actualmente articulan a través de un proyecto de voluntariado llamado Casa Escuela, en el cual se trabaja durante todo el año talleres para niños a darse en la Bicicletería. A su vez articula también con organizaciones como El Cisne del Arte, El Ángel Gris, el Centro Cultural Favero, Radio Estación Sur, entre las más

cercanas, pero opera en una gran red de organizaciones debido a su experiencia. Uno de los integrantes cuenta que desde un principio muchos de sus amigos pertenecían a organizaciones como Medio Limón y otras, y al ser La Bici un lugar de encuentro y de vínculo se encontraron siempre trabajando en red con otros. También participa de ferias y eventos barriales como el Carnaval o el PICURBA.

### **Públicos, usuarios, beneficiarios, clientes:**

Con el concepto de ciclista difuminamos las barras que separan Públicos, usuarios, beneficiario, clientes para comenzar a comprenderlos como participantes del proyecto por mas espontanea o emergente que sea tal participación. Desde la concepción de la organización, esta participación produce nuevos sentidos y entre aprendizaje, lo que conlleva a considerar a este encuentro como motor y como parte del proceso de construcción de la identidad de la bici.

Sin embargo podemos reconocer, en consecuencia de la diversidad de actividades que se llevan a cabo, las distintas particularidades de los ciclistas.

Destinatarios de los talleres: Niños, niñas, jóvenes y adultos vecinos del Barrio Hipódromo.

Destinatarios de los eventos culturales: Jóvenes de entre 20 y 40 años (estudiantes, trabajadores y artistas) de la ciudad de La Plata.

Clientes (target) del emprendimiento gastronómico: Adultos de entre 25 y 50 años (trabajadores).

### **Contexto e imagen institucional:**

#### **Entorno:**

El barrio Hipódromo se encuentra en la zona periférica de La Plata, a los pies de la autopista Buenos Aires, lindando con la zona de la estación de trenes y Terminal de colectivos, zona de pensiones y hoteles, por lo que es constante el movimiento de llegada y partida de diversas personas tanto cotidianamente como temporalmente.

Se caracteriza por la presencia de los “atractivos” tradicionales de juegos de azar como el Hipódromo y el Bingo, que conllevan alta circulación de gente diariamente y una particular organización de la vida laboral cotidiana como el trabajo en los stud y el cuidado de los caballos, las paradas de taxis y los cuida coches. Además existen muchos centros culturales y espacios gastronómicos en el barrio y especialmente en una manzana a la redonda de la Bicerletería (El Ángel Gris, El Favero, Club Ateneo, Hermanos & Brothers entre otros).

La identificación con el barrio desde un lugar tan cercano, por parte de la organización, se debe a que conciben al mismo como el entorno que permitió la experiencia de La Bicerletería.

*“El barrio Hipódromo no es -por lo menos desde la experiencia de La Bici- ese barrio romántico, utópico. Es un barrio que convive con aspectos densos y conflictivos, como el alcohol, el juego, la droga, la violencia (en un marco urbano), pero con prácticas de pueblo, con mucha humildad y con la dignidad del trabajo”*

En cuanto a su entorno entonces, La Biciletería aplica un modo y estrategia de comunicación que sostiene esa cuestión de lo barrial, más asociado con lo íntimo que con lo masivo; es desde esa mirada que se piensa el modo de habitar el espacio.

Una línea de acción concreta, bajo esta realidad, es la propuesta para el barrio de la producción de mensajes propios, lo cual les permite no solo expresarse, sino encontrar en la organización un espacio para hacerlo, lo que los interpela sintiéndose parte de un colectivo más grande.

En cuanto a la Ciudad de La Plata, es un territorio muy prolifero para el sector de la gestión cultural y también para las propuestas gastronómicas alternativas. No vamos a comparar a la Biciletería con Burger King porque no vamos a considerar a la organización como parte del sector gastronómico tradicional si no que trataremos de entenderla como un nodo que forma parte de la ya mencionada red de organizaciones que por considerar la comida como parte fundamental de la cultura, la pensamos más como Centro Cultural que como restaurante, aunque dentro de sus características como tal es una propuesta íntima, reservada, de precios altos, platos gourmet, pero que no cuenta por ejemplo con una bodega amplia.

### **Contexto:**

Actualmente en la ciudad de La Plata en particular y en toda la provincia en general se está motorizando en distintos planos, tanto el político como en el del sector, una discusión acerca de una ley de centros culturales para generar instrumentos legales para su fomento por parte del Estado. Algo relevante es que el proceso de organización en red que está resultando de la puja de estos espacios por la conquista de un marco legal que los contenga. Los centros culturales de la ciudad, organizados y con representación política están abonando el proceso democrático desde la participación.

Existen diversas organizaciones culturales a lo largo y ancho de la ciudad con las cuales La Biciletería interactúa, articula o compite. El centro cultural Olga Vázquez (ubicado en calle 60, entre 10 y 11), por ejemplo, también lleva adelante una actividad gastronómica productiva que, en términos de oferta alternativa, se puede visualizar

como una competencia. A diferencia de nuestra organización, además de contar con un espacio en la casa envía pedidos a domicilio (en un radio relativamente cercano). También la Casa Lumpen (ubicada en calle 59 entre 8 y 9) cuenta con un emprendimiento productivo gastronómico que puede ser percibido en la misma sintonía.

Respecto a espacios como los mencionados, pudimos observar que el Olga Vázquez cuenta con una página que define cuál es la naturaleza de la organización y sus actividades, mientras que la Casa Lumpen no cuenta con un espacio similar (más allá de la radio online y las redes sociales) y se vuelve una ardua tarea conocer con precisión cuáles son sus actividades si no es por descripción de algún medio de comunicación. En este sentido, creemos que la página web le puede ofrecer a La Bicertería una posibilidad de difundirse, reconocerse y definirse distintivamente como creación colectiva respecto al resto de las organizaciones con estructuras similares. A su vez, le significará una ventaja a la hora de llegar a quien no se ha acercado alguna vez al lugar, ya que estos rasgos son difícilmente comunicados a través de espacios tan efímeros como las redes sociales.

### **Imagen institucional:**

La imagen institucional de La Bicertería es positiva ya que demuestra viabilidad a través del tiempo, mantiene un público estable que le permite la sustentabilidad y se construye como enunciador de manera sistemática y desde una misma línea artística y editorial que le permite coherencia en la red semiótica de la que forma parte.

A su vez, podemos observar en ese público estable, una buena convocatoria en todas las actividades que realiza, es decir que no mantienen solo una buena imagen en un área determinada. Tanto los talleres para niños, en el horario de la cena, en las propuestas artísticas como ciclos de jazz, cuentan con gran participación.

Incluso, en cuanto a lo gastronómico, un sistema de reservas regula la participación del público ya que asumen la posibilidad de una mayor participación de la que podrían ubicar en las mesas. De todas formas, esta regulación no es restrictiva o excluyente, abriendo las puertas del espacio para quien se acerque en cualquier momento.

Como participantes de las actividades del centro cultural, podemos decir que más allá de ser organizadas por distintos actores, en todas ellas, sentimos un trato similar de mucha calidez, fomento de la participación, capacidad de escucha y los bicerteros

nos transmitieron en su modo de hacer, y de manera coherente, su identidad haciéndonos formar parte.

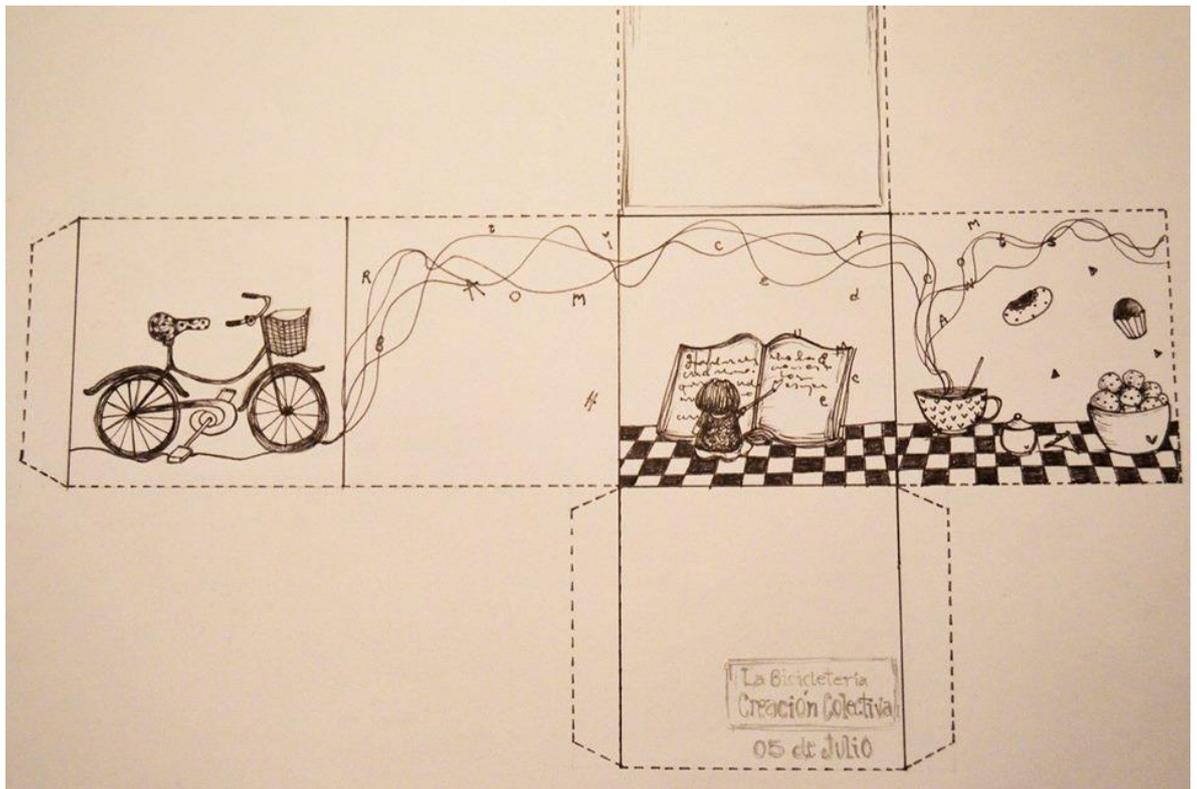
### **Comunicación e identidad institucional**

#### **Comunicación externa:**

El sistema de comunicación externa del espacio gastronómico es por reservas telefónicas y se accede al número a través del boca a boca, recurso fundamental de una organización ya establecida y con clientes cautivos, a través también de publicaciones en redes sociales, panfletos y tarjetas de presentación.

Cuando realizan un taller, por ejemplo, también suelen hacer invitaciones especiales para la ocasión. Se ve en todas las estrategias de comunicación exterior, la caracterización artística de sus producciones. Tienen una estética similar y vinculada a lo manual, a lo artesanal, más que a lo producido por grandes impresiones de fuertes colores o complejas producciones. Por ejemplo la combinación de técnicas como la fotografía y el dibujo se pueden ver en sus producciones.





La página de Facebook tiene mucha actividad y un protocolo de actualización constante pero su intención es dar el salto hacia una página con dominio propio. Allí publican flyers de los eventos, álbumes de fotos a modo de relatoría, relatos de las actividades, etc.



# La Bicielería, Creación Colectiva Comunidad

Te gusta | Siguiendo | Mensaje | Más

Biografía | Información | Fotos | Me gusta | Más

A 5228 personas les gusta esto  
Mauri Tomaselli y 37 amigos más

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

### INFORMACIÓN

Nos encontramos de Miércoles a Sábados desde las 21hs.

Canela, té y dulces: Sábados y Domingos de 16hs a 20hs

117 y 40. Barrio Hipódromo  
Tel: 489 5962

Preguntar por el sitio web de La Bicielería, Creación Colectiva

### FOTOS



### VIDEOS



Publicación

Escribe algo...

Publicar

La Bicielería, Creación Colectiva agregó 7 fotos nuevas — con Josefina Carballo.  
27 de junio a las 17:40

hoy nuevamente reunión musical y jornada de producción...  
Tocan los amigos de LA VOZ DE LOS MARCIANOS!!  
Gracias a Fer Valin, Dieguito Amerise e Isa Gadán por la hermosa noche de anoche!!  
...desde La Bici les decimos que brindamos por un montón de cosas y todos hacemos este lugar!!! Les esperamos!!



Me gusta - Comentar - Compartir

# TALLER DE PLASTICA

para JÓVENES Y ADULTXS

*Viernes*  
16 hs

*Vera Castro*  
*Javier Cruz*

*En:*

Casa Escuela

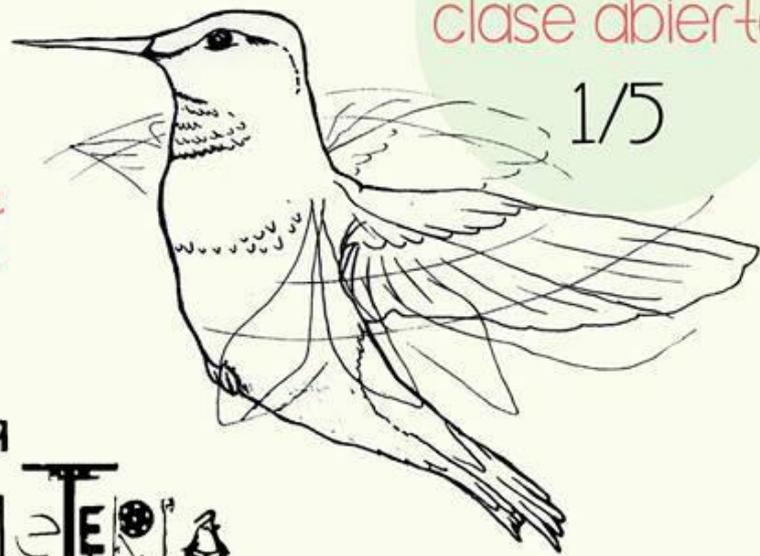


Creación Colectiva

Tel: 489-5962 / 40 y 117

*Comenzamos:*  
clase abierta

1/5



*Te esperamos!*



### Identidad institucional

La Bicicletería realiza un fuerte desarrollo de su identidad y ese trabajo se nota en su línea editorial ya que todos los productos comunicacionales y todo su discurso respeta unas formas muy marcadas en tanto a lo artístico y en tanto al mensaje que dan como organización. En relación a su discurso identificador, podemos decir entonces que es coherente, concreto y tiene una gimnasia de revisión y renovación constante que respeta sus valores fundamentales y fundacionales.

Lo que ellos llaman la *Identidad Bicicletera*, se fue dando a través no solo del tiempo, si no que del mismo acompañado de procesos, territorios más allá de Barrio hipódromo y la vinculación con los diferentes actores desde sus inicios.

La identidad de la institución vuelve a retomar el concepto de lo colectivo y lo dinámico, de la multiplicidad de identidades que emergen, a través de esta colectividad, en una englobadora y cotidiana. En un modo de hacer y de andar.

A su vez, es un concepto vinculado íntimamente con lo cultural de sus valores, ejes fundamentales en sus modos.

Los valores fundamentales de La Bicicletería son el encuentro, la creación colectiva, la autogestión, el trabajo autónomo, la vinculación entre el trabajo y lo social,

el aprendizaje desde el hacer, la Casa (como espacio tanto simbólico como arquitectónico y en relación al barrio), la confianza y la circulación, sobre todo la participación, la bienvenida, la permeabilidad, y dentro de la casa, lo familiar y lo doméstico. Estos valores se pueden ver en su puesta en escena en la interacción con quien se acerca al espacio. El objetivo que sintetiza el discurso identificador de la organización: “es vital porque promueve el encuentro con el otro”.

El valor de la participación, detallado más minuciosamente en nuestro marco teórico, se manifiesta en el acto de compartir y de poner en común, el acto de poner el cuerpo, individual, en pos de algo colectivo, es el principal motor potenciador para los integrantes de la organización. El espacio de La Bicicletería nos presenta unas bases, más de aportar y de contribuir, que de cumplir con una determinada parte de una determinada persona. El acto de participar desde la cercanía y la apertura. En palabras de Vanesa Arrúa “La participación como un modo de involucrarse del sujeto, respecto a la práctica social a la que se integra. Es el inicio de la experiencia del aprendizaje”.

En cuanto a la Bienvenida: valor central de La Bicicletería. En este sentido, la cuestión de la bienvenida y llegada al lugar se estableció a lo largo de su práctica como una estrategia de comunicación. Invitar a pasar al recibir a alguien, saludarlo y dialogar de forma directa, sin formalidades ya es un código para los ciclistas y ciclistas. Vuelve a resurgir en este aspecto el acto de compartir, esta vez ligado a la comodidad de ser bien recibido. Si bien cada integrante conserva sus particularidades, ya es asumido un buen saludo cuando se entra al espacio. “Fomentamos el saludo, cualquiera que llegue a la casa es bienvenido; después empieza el proceso de construcción de la relación y ahí se ponen en juego otras cuestiones, como la exigencia, el respeto, la confianza y la lectura de lo que es el proyecto.”... “Cada uno lo hace desde la sinceridad, lo que hace que esa bienvenida sea honesta”.

Lo familiar y lo doméstico conserva su importancia en la intención de la organización en que una vez abierta la casa al espacio público, siga conservando su esencia de lo familiar, del sentido de hogar, de espacio de expresión, de descanso, de trabajo y de convivencia. Estos son valores que median la noción de lo social a partir de por ejemplo, la idea de familia, a lo familiar como modo de habitar. Un lugar encuentro, de afecto y de contención que fomentan un intercambio. Entender a la familia como comunidad en términos de lazos, lo que fue fundamental para sostener el compromiso del grupo. Lo doméstico como lo estético, de hacer con lo que hay, lo artesanal, lo que se puede hacer en casa. El patio abierto que posee la organización es ese nexo material que invita a lo público a ingresar en lo privado, a los de afuera a dentro, a demostrar que la casa está abierta y viene a conectar.

Estos dos conceptos se reflejan en los espacios del lugar, cargados de sentidos familiares y colectivos a través de por ejemplo, la música, los libros, las fotos; así también se refleja en la espacialidad del mismo. Diferentes ambientes, con diferentes propuestas, por lo tanto diferentes modos de encontrarse y relacionarse; las utilidades que el usuario cuenta a su disposición como bibliotecas, discos, juegos en la mesa, o desde el vamos, la cocina como espacio abierto, nos predispone de una manera distinta y hasta más íntima. Identidad institucional:

La Bicicletería realiza un fuerte desarrollo de su identidad y ese trabajo se nota en su línea editorial ya que todos los productos comunicacionales y todo su discurso respeta unas formas muy marcadas en tanto a lo artístico y en tanto al mensaje que dan como organización. En relación a su discurso identificadorio, podemos decir entonces que es coherente, concreto y tiene una gimnasia de revisión y renovación constante que respeta sus valores fundamentales y fundacionales.

Lo que ellos llaman la *Identidad bicicletera*, se fue dando a través no solo del tiempo, si no que del mismo acompañado de procesos, territorios más allá de Barrio hipódromo y la vinculación con los diferentes actores desde sus inicios.

La identidad de la institución vuelve a retomar el concepto de lo colectivo y lo dinámico, de la multiplicidad de identidades que emergen, a través de esta colectividad, en una englobadora y cotidiana. En un modo de hacer y de andar.

A su vez, es un concepto vinculado íntimamente con lo cultural de sus valores, ejes fundamentales en sus modos.

Los valores fundamentales de La Bicicletería son el encuentro, la creación colectiva, la autogestión, el trabajo autónomo, la vinculación entre el trabajo y lo social, el aprendizaje desde el hacer, la Casa (como espacio tanto simbólico como arquitectónico y en relación al barrio), la confianza y la circulación, sobre todo la participación, la bienvenida, la permeabilidad, y dentro de la casa, lo familiar y lo doméstico. Estos valores se pueden ver en su puesta en escena en la interacción con quien se acerca al espacio. El objetivo que sintetiza el discurso identificadorio de la organización: “es vital porque promueve el encuentro con el otro”.

El valor de la participación, detallado más minuciosamente en nuestro marco teórico, se manifiesta en el acto de compartir y de poner en común, el acto de poner el cuerpo, individual, en pos de algo colectivo, es el principal motor potenciador para los integrantes de la organización. El espacio de La Bicicletería nos presenta unas bases, más de aportar y de contribuir, que de cumplir con una determinada parte de una determinada persona. El acto de participar desde la cercanía y la apertura. En palabras de Vanesa Arrúa “La participación como un modo de involucrarse del sujeto,

respecto a la práctica social a la que se integra. Es el inicio de la experiencia del aprendizaje”.

En cuanto a la Bienvenida: valor central de La Biciquería. En este sentido, la cuestión de la bienvenida y llegada al lugar se estableció a lo largo de su práctica como una estrategia de comunicación. Invitar a pasar al recibir a alguien, saludarlo y dialogar de forma directa, sin formalidades ya es un código para los biciqueros y ciclistas. Vuelve a resurgir en este aspecto el acto de compartir, esta vez ligado a la comodidad de ser bien recibido. Si bien cada integrante conserva sus particularidades, ya es asumido un buen saludo cuando se entra al espacio. “Fomentamos el saludo, cualquiera que llegue a la casa es bienvenido; después empieza el proceso de construcción de la relación y ahí se ponen en juego otras cuestiones, como la exigencia, el respeto, la confianza y la lectura de lo que es el proyecto.”... “Cada uno lo hace desde la sinceridad, lo que hace que esa bienvenida sea honesta”.

Lo familiar y lo doméstico conserva su importancia en la intención de la organización en que una vez abierta la casa al espacio público, siga conservando su esencia de lo familiar, del sentido de hogar, de espacio de expresión, de descanso, de trabajo y de convivencia. Estos son valores que median la noción de lo social a partir de por ejemplo, la idea de familia, a lo familiar como modo de habitar. Un lugar encuentro, de afecto y de contención que fomentan un intercambio. Entender a la familia como comunidad en términos de lazos, lo que fue fundamental para sostener el compromiso del grupo. Lo doméstico como lo estético, de hacer con lo que hay, lo artesanal, lo que se puede hacer en casa. El patio abierto que posee la organización es ese nexo material que invita a lo público a ingresar en lo privado, a los de afuera a dentro, a demostrar que la casa está abierta y viene a conectar.

Estos dos conceptos se reflejan en los espacios del lugar, cargados de sentidos familiares y colectivos a través de por ejemplo, la música, los libros, la foto; así también se refleja en la espacialidad del mismo. Diferentes ambientes, con diferentes propuestas, por lo tanto diferentes modos de encontrarse y relacionarse; las utilidades que el usuario cuenta a su disposición como bibliotecas, discos, juegos en la mesa, o desde el vamos, la cocina como espacio abierto, nos predispone de una manera distinta y hasta más íntima.

### **Problemas y potencialidades:**

La organización, como vimos, es viable y sustentable, por lo tanto no necesita hacer énfasis en la difusión del emprendimiento productivo que funciona dentro de ella, sino generar un espacio digital que, además de ser un espacio de

almacenamiento de información y una bandera de su imagen, pueda dialogar e interactuar con otras organizaciones.

No tienen página de internet y su relación con las redes sociales no es estratégica si no emergente.

La página de facebook tiene la limitación de ser lineal y cronológica, y no permite un diseño propio sino que tiene un modo de interacción prefabricado.

Tienen la intención de asignar recurso humano y económico al desarrollo de la página web. La página les permite horizontalidad: la piensan como espacio de vinculación de la organización con otras para compartir la experiencia y el modelo de gestión, para mostrarse dentro de la red de organizaciones en la que se encuentra inserta, y para facilitar la circulación de recursos materiales y económicos, como fuentes de financiamiento. Al mismo tiempo, y debido a que La Bicertería "se enuncia en sus deseos, la página materializaría la identidad de La Bici".

La tecnología que utilizan para la comunicación digital no es obsoleta pero es limitada y a su vez no tienen capacitación en el lenguaje.

Tienen la intención y la predisposición para formarse en el lenguaje digital para poder auto gestionar la página. Su idea es aprender a visualizar a través de las nuevas tecnologías la historia, la huella, los modos y las formas de hacer de la Casa.

### **Plan de comunicación:**

La Bicertería es una casa cultural, cuya misión es promover el encuentro. Dentro de esta organización funcionan diversas actividades que la sustentan y le dan vida, entre la cuales hay un proyecto productivo gastronómico, talleres artísticos, eventos culturales entre otras cosas.

Tiene un profundo vínculo con el barrio y forma parte de una importante red de organizaciones, por su trabajo sostenido en el tiempo (8 años) y ha generados mucha confianza.

Desde el año pasado está viviendo un proceso de re-fundación e incursión en nuevas tecnologías de comunicación con muy buenos resultados (desde su apertura del facebook hasta ahora (1año), ya cosecha 5000 me gusta) lo que significa una inyección de circulación de gente y de proyectos en el espacio.

## **Objetivos del plan:**

### GENERAL:

- Construir una página web institucional de la Bicicletería para poner a dialogar a la organización con el público digital de manera horizontal y generar nuevos lazos.

### ESPECIFICOS:

- Decidir y construir colectivamente la forma y el contenido de la pagina web
- Capacitar a los miembros para su gestión (Protocolos, carga y descarga de contenidos, gestión económica, etc.)
- Difundir su existencia
- Evaluar resultados de gestión y de impacto.

### **Cronograma de actividades:**

**PÚBLICOS:** La Bicicletería, como ya resaltamos, es viable y sustentable, por lo tanto no necesita difusión de su emprendimiento productivo. Tiene la intención de hacer llegar a los diferentes públicos fundamentalmente un modo de hacer que los caracteriza. Los destinatarios serán todo aquel que quiera conocer el espacio físico, su actividad productiva, su estructura, su historia, sus integrantes (y su manera de construir diferentes procesos y proyectos), sus objetivos, etc. Pero fundamentalmente, como hemos mencionado, existe la idea de crear un espacio desde el cual poder dialogar con otras organizaciones similares, o desde el cual poder negociar una posible obtención de recursos del Estado (por dar un ejemplo). Entonces, si hay que considerar un público específico, ése son las diferentes organizaciones. La idea es poder construir un producto que, complementándose con su página de Facebook (más lineal y cronológica), dé cuenta de cuáles son las formas, valores, objetivos, recursos en los cuales se apoya La Bicicletería para emprender los procesos, y de esta manera poder aportar a quien lo visite un modelo de organización que pueda servir (¿por qué no?) de inspiración a otras que estén surgiendo o que busquen reinventarse modificando su cultura de trabajo.

## ACCIONES CONCRETAS:

- Realizar una página web consensuando las necesidades de un espacio de comunicación diferente de los ya existentes de La Bicerletería con las necesidades y condicionamientos temporales del grupo de trabajo.

Para ello:

- Acordar el objetivo de la página (qué se quiere comunicar), así como los motivos de cada uno de los espacios que la constituirán.
- Recolectar documentos que sirvan para otorgarle al espacio el caudal de información requerido: imágenes de la edificación; actividades e intervenciones de la organización; recorrido histórico de la misma; integrantes del colectivo y actores foráneos; modos de organización; relación con el barrio; actividad productiva; contacto.
- Diseñar y fabricar el espacio con ayuda de al menos un especialista en diseño de páginas web.
- Presentar un primer modelo de página a la organización y, de acuerdo a cuán cubiertas están las expectativas de la misma, conservar el diseño con sus espacios y contenidos, o modificar en mayor o menor medida el mismo para lograr un producto que se adecúe a los objetivos comunicacionales del dispositivo.
- Capacitar a los miembros para su gestión (Protocolos, carga y descarga de contenidos, etc.).
- Evaluar resultados.

## MEDIOS Y PIEZAS DE COMUNICACIÓN:

La plataforma utilizada para crear la página fue [www.squarespace.com](http://www.squarespace.com). El sitio a pesar de ser construido a partir de plantillas prediseñadas, tiene mucha elasticidad y permite funciones de vinculo con otras webs, con redes sociales, y a su vez es muy fácil de utilizar ya que su sistema es intuitivo.

A su vez construye automáticamente una versión para leer con celulares y tablet. Su diseño se puede intervenir e independizar.

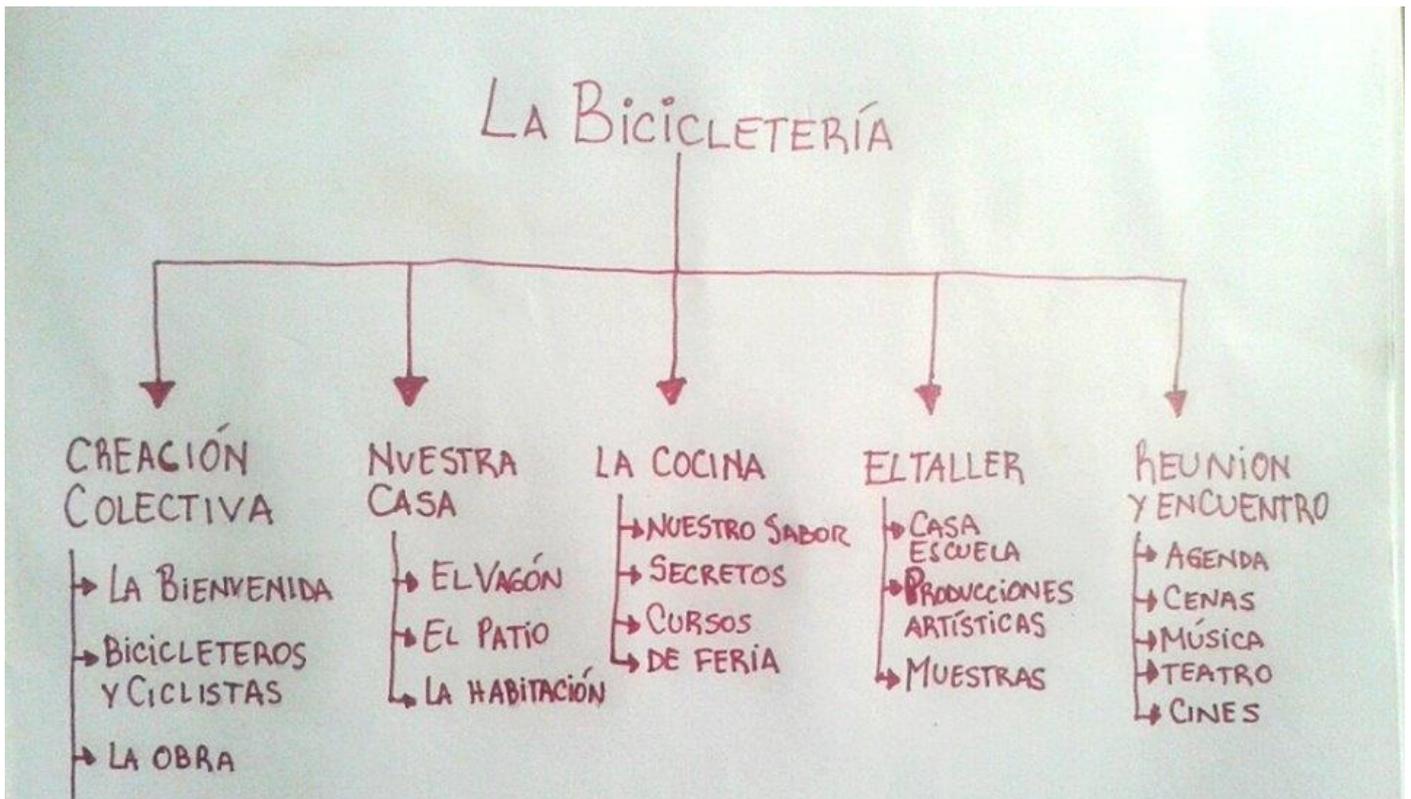
Lo que planteamos es un esqueleto, un esquema de las posibilidades de la página.

Squarespace tiene una licencia de 15 días que protege el contenido pero es limitada. La versión paga te permite acceder a más libertad para la creación de diseños así como a un dominio propio.

Además, contamos con la facilidad de tener un vínculo de uno de los integrantes del grupo con la organización. Esto nos facilitó la entrada a la misma, así como la confianza depositada sobre el grupo desde el momento en que propusimos el plan de trabajo.

Convocamos a dos especialistas en diseño de páginas web para que nos asesoraran y ayudaran a construir un producto agradable a la vista, así como eficaz en su uso.

### Mapa del sitio.





Vista desde un navegador de celular Smartphone.

---

LA BICICLETERIA

LA PLATA - 40 Y 117 - TEL: XXX-  
XXXXXXX



Nos encontramos de Miércoles a Sábados  
desde las 21hs. Canela,té y dulces: Sábados y  
Domingos de 16hs a 20hs

---

## ACTIVIDADES, RESPONSABLES, TIEMPO Y RECURSOS:

Confeccionamos una página web contemplando los objetivos resueltos por los integrantes de la organización, los del grupo de trabajo y con el asesoramiento de un especialista en creación de espacios web. La misma contará en su página central con entradas de hipervínculos a través de las cuales se podrá conocer los diferentes aspectos de La Biciotería y una imagen representativa del espacio en tanto creación cultural colectiva con una identidad específica.

Para esto, el grupo se reunió con Gonzalo Bustos y Fernando Andrade referentes de La Biciotería en reiteradas ocasiones. En la primera reunión realizada el día 13 de mayo nos acercamos a la casa para presentar la propuesta de trabajo y motivar el interés por el proyecto; la segunda tuvo lugar el día 31 de mayo. Ante el alto grado de interés expresado desde la organización, se dialogó para poner en común ideas y recursos para la construcción del espacio, además de intentar enmarcar el proceso dentro de las condiciones temporales en que deberíamos llevarlo a cabo; y en un tercer acercamiento formal que tuvimos el día 24 de junio completamos el proceso de recolección de documentos que nos sirvieran de materia prima para la página, tales como registros fotográficos, historia, actividades, proyectos, etc. Vale aclarar que durante el proceso nos mantuvimos constantemente en contacto para ir actualizando el proceso e incluso visitamos el lugar, aunque no en calidad de reunión formal.

Además, en la primera de las dos reuniones con el diseñador de la página realizada el 23 de junio, habiendo acordado su participación con anterioridad, le comentamos en profundidad en qué consistía el proyecto, cuáles eran las ideas, los tiempos, los recursos y el material a difundir, en base a lo cual definimos una plantilla determinada previamente consensuada con la organización (Squarespace) y la estructura de la página. En la segunda, el día 27 de junio, nos encontramos con el diseñador y un colega que también aportó a la fabricación del espacio web. Ya con los materiales y recursos necesarios, nos dedicamos a la creación de la estructura de la página, cuyo diseño ya está terminado, y a partir del cual en diálogo con las expectativas de la organización decidiremos modificar o conservar.

*NOTA AL PIE: las citas no referenciadas corresponden al libro La bici. Andar sobre las Huellas de Gonzalo Joaquin Bustos. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. Agosto 2014.*

## **Reflexiones sobre la práctica**

Nos gustaría recorrer lo hecho desde un punto de vista de recuperación de la experiencia y de las formas de interacción y producción que vivimos durante el proceso de trabajo.

El modo de relación que planteó la organización desde un principio fue la charla informal, relajada y de mucho vuelo en torno a los deseos y las ideas, y ese ámbito nos posicionó enseguida como parte del proyecto.

Hacer la página web era una idea latente pero estaba enredada en un montón de otras ideas, proyectos y propuestas y atravesada por una vorágine productiva que no permitía desatender a los ciclistas.

Pero a medida que pasaban las reuniones pudimos, entre todos, enfocarnos y poner cauces para realizar avances concretos en la producción de la página web.

Un punto fundamental que nos ayudó a concretar fueron los ejemplos de páginas que les gustaban a los ciclistas y que representaban lo que a ellos les gustaba.

Veníamos trabajando en relación a la idea de implantación del plano y de relacionarlo linealmente al diseño de la página a partir de pensar la casa en uso, pero hoy, ya avanzado el proceso, podemos ver que esa relación nos facilitó el conocer la organización y su esencia, sus modos de circulación de sentidos y sus proyectos y deseos, más que la concreción de esa idea general.

En la última reunión para pensar el diseño, entre diálogos y mates, nos propusimos alejarnos por un momento de la idea del plano implantado para abrirnos a que surjan nuevas propuestas.

Nos sumergimos en un largo recorrido por diferentes páginas que conservaban la esencia de la simpleza artística, de lo espacioso, lo sencillo, el trazo.

Coincidimos en la idea de la bici como espacio físico en expresión profunda y muy manifiesta de la identidad ciclista; por lo tanto, consideramos la posibilidad de darle importancia a las fotos y las palabras claves. El uso de un código propio ciclista y unas imágenes más bien de contenido poético que de meras estructuras.

Fue así que establecimos unos botones específicos que no podían hacer falta, y aunque quizá con el paso del tiempo, como todo lo que en la Bici sucede, se nutran y

cambien de forma, surgieron como necesarios. Por ejemplo el botón de Bicicleteros y Ciclistas, que contiene un enlace a La Bienvenida, era fundamental en cuantos sus prácticas y valores.

La selección del material fotográfico no fue tan precisa y quedo aun abierta al dialogo para un repensar contante. Sin embargo en cuanto a la disposición de la web, seleccionamos una imagen representativa de cada palabra de los botones. Las mismas se deslizan automáticamente mientras se observa la página principal.

En este proceso de acercamiento, de entre aprendizaje, supimos empaparnos del sentido colectivo que contagian los miembros y el modo de andar de la bici.

Como ciclistas y entre proceso, un poco mas bicicleteros, los invitamos a acercase a aquella esquina del Barrio Hipódromo, para disfrutar de sus pedaleos y actividades acompañado de una rica comida.

