

Del barrio al universo

Ricardo Ramón



Fachada del Centro Cultural de España, en Buenos Aires.

Introducción

Como decía Bryce Echenique: “antes de empezar a hablar quiero decirles unas breves palabras”. El Centro Cultural de España en Buenos Aires pertenece a la Red de Centros Culturales de la Agencia Española para la Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)¹, de la que formamos parte diecisiete centros, en América y África, que han contribuido desde su creación a que las ciudades donde se asientan sean más creativas. Con una conciencia clara de su papel dentro de la cooperación cultural, estos centros están realizando muchos y novedosos proyec-

tos que ayudan a que en estas ciudades la relación entre cultura, cooperación y desarrollo sea más intensa. El fomento de las industrias culturales, favorecer la integración, luchar contra la pobreza y la equidad de género, por la diversidad, el fortalecimiento institucional, la protección del medioambiente... son algunos de nuestros objetivos más importantes. Estas campañas son además proyectadas a través de lenguajes contemporáneos, muchas veces radicales, que conectan a los diferentes sectores de la sociedad con la acción realizada por estos centros, cuya importancia ha ido creciendo a lo largo de los últimos años y que están ocupando un importante espacio entre las infraestructuras culturales locales.

¹ Véase: www.aecid.es

Y dicho esto, quiero compartir con ustedes la maravillosa aventura en la que me encuentro, un auténtico lujo para un gestor cultural, que es la creación de un nuevo centro cultural de un país como España, en un barrio de una ciudad, Buenos Aires, en un país, Argentina, de una gran tradición cultural y una fuerte personalidad.

El antiguo ICI y después el CCEBA, habían marcado una trayectoria de vanguardia cultural en Buenos Aires por todos reconocida, los ilustres directores anteriores a mi, como José Tono, Carlos Alberdi, Fernando Rodríguez Lafuente, Lidia Blanco, Fernando Villalonga, etc., habían conseguido hacer del Centro Cultural de España, un referente. Pero las nuevas necesidades de la cooperación cultural, la evolución y mejora de la infraestructura cultural en la ciudad, la nueva legislación sobre espacios públicos (tras la tragedia de Cromagnon²), la intensificación de las relaciones culturales entre España y Argentina, demandaban un nuevo espacio que cumpliera con las necesidades marcadas por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Tras muchos intentos fallidos, el antiguo Patronato de la Infancia resultó ser el sitio ideal, cedido por la legislatura de la ciudad para Centro Cultural de España.

Buenos Aires con casi 16 millones de habitantes, contando con su área metropolitana, en estos momentos está viviendo un incremento de sus actividades y recur-

sos, la buena situación de su macroeconomía y el auge turístico están haciendo de esta ciudad un gran referente económico y cultural. Según las estadísticas se dan más de 500 espectáculos diferentes los fines de semana. Es una ciudad con un gran desarrollo de la creatividad y posiblemente con un gran desperdicio de ella. (Entre otras cosas, las huelgas y conflictos laborales han cancelado casi la mitad de la programación del Teatro Colón en el año de su reapertura, por poner un ejemplo). Pero este es otro tema.

El barrio de San Telmo

El Barrio de San Telmo era donde vivían las familias tradicionales, hasta que la fiebre amarilla de 1876 hizo que abandonaran sus mansiones, que fueron parcializadas y convertidas en conventillos para albergar a los emigrantes que iban llegando a la ciudad.

Ahora es uno de los focos turísticos de Buenos Aires, caracterizado por sus edificios antiguos y su urbanismo colonial, sede de las mejores tiendas de antigüedades, y que se encuentra en un claro proceso de gentrificación³.

Para comprender el barrio, el contexto del nuevo centro cultural y adentrarnos en el tema, a la manera del casi olvidado historiador de arte Aby Warburg, hemos recordado su atlas Mnemosyne, que consiste en una serie de paneles de madera forrados con tela negra en la que colocaba, bocetos, publicidad, detalles ornamentales, cuentas bancarias, fotos de prensa... para ilustrar diferentes temas

² En el año 2003. Se produjo un incendio en la discoteca Cromagnon de Buenos Aires, con el resultado de más de 180 muertos, al estar el espacio sin condiciones y con las puertas de seguridad cerradas con cadenas. Este hecho produjo un endurecimiento de la normativa municipal para la realización de espectáculos.

³ La gentrificación es un estado de renovación, cambio o mejora de la propiedad urbana deteriorada, realizada por la clase media emergente y que conlleva la expulsión de las clases bajas que vivían en la zona.

como la poética barroca del rapto, comer a Dios, el pathos de la destrucción... De la misma manera hemos desarrollado nuestro panel inicial incorporando fotos, documentos, historias orales y escritas, carteles de farmacia, menús de restaurantes, recortes de periódicos... para situar el espacio del nuevo centro en un todo, en el que es muy importante la significación de todos los elementos que forman parte de una misma idea, y ser, a su vez, conscientes de su pasado y tener en cuenta sus referentes, que nos sitúan en un país, en una ciudad, en un barrio, en una manzana, que es obligatorio considerar para la reconstrucción de un edificio con una larga historia detrás y su transformación en Centro Cultural de España.

El futuro Centro Cultural de España, se ubica en un espacio con un amplio patio-jardín en el que hay dos edificios, uno de 1896 y otro de 1928. Todo el conjunto tiene alrededor de 8.000 m². Los inmuebles pertenecieron al Patronato de la Infancia (Institución filantrópica de ayuda social a la infancia) hasta 1978, año en el que fueron cedidos a la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires por el gobierno militar, quedando el predio vacío y sin funcionamiento hasta que el 14 de noviembre de 1984 fue ocupado por 137 familias. Estas construyeron en su interior entrepisos y otras estructuras que lo colocaron en riesgo de derrumbe.

Fue una de las pocas experiencias de radicación de sectores populares en áreas centrales de la ciudad, pero no funcionó, ya que se deterioró el entorno y empezaron los problemas. Se generó inseguridad, prostitución y venta de drogas. El edificio permaneció abandonado y con custodia policial permanente, desde el violento desalojo en el año 2003, hasta que se materializó la cesión (por 30 años,

prorrogables) a la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo del Gobierno de España, en el año 2009, por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, según ley 3142. Iniciándose inmediatamente el proceso de recuperación del espacio: estudios de estructura y suelos, limpieza de construcciones precarias, refuerzos y mejoras edilicias. Ahora estamos en el proceso de convocatoria del concurso internacional de arquitectura para la remodelación de los espacios y la adecuación como nuevo Centro Cultural de España.

Además de las infraestructuras, principios básicos

Como decía Ferran Mascarell en la anterior edición de estas jornadas: “Una ciudad creativa es aquella que mantiene tres vasos comunicantes permanentemente activados: memoria, pacto y futuro”⁴. Nosotros hemos tenido en cuenta estos principios a la hora de presentarnos como centro cultural en el Barrio de San Telmo. En relación a la memoria, habitamos un espacio arquitectónico del que somos muy conscientes de su historia, muchas veces compleja. Estamos realizando, con las asociaciones de vecinos la recuperación de un archivo popular de identidad barrial, desde la memoria colectiva (Proyecto San Telmo recuerda).

La cultura de pacto la hemos aplicado desde antes, incluso, de entrar por primera vez en el edificio. La concepción de centro cultural que quieren los habitantes del barrio es la primera premisa para empezar a trabajar, un centro cultural debe prestar servicios culturales a la

⁴Ferran Mascarell: *Ciudades creativas: industrias culturales, lugares, actores y estrategias*. En *Ciudades Creativas*, vol. 2. Ed. Kreanta. Barcelona 2010.

comunidad, es un concentrador de esos servicios. La elaboración del proyecto se ha realizado en diálogo permanente con los representantes locales, la comunidad barrial y las asociaciones zonales.

Futuro

Constituirse como centro cultural en un espacio que contribuye a mejorar el futuro de su entorno, que motiva, participa y acompaña los nuevos retos que una comunidad se impone para mejorar su situación. El Centro se constituirá en un dinamizador directo de la recuperación barrial de la zona sur de la ciudad. Nuestro trabajo de cooperación cultural y social va a disminuir la problemática de inseguridad de la zona.

El centro desarrollará un proyecto de complementación con el entorno inmediato: educación, infancia, tercera edad, planes editoriales, etc. Al que se accederá con una buena política de comunicación. Produciéndose, también a través de la educación, la interacción con nuevos públicos no especializados.

Vamos a desarrollar una gestión cultural de acuerdo a los contenidos del Plan Director de la Cooperación Española y de las directrices de la AECID, con un carácter plenamente contemporáneo, desterrando modelos de acción centralizada para potenciar la acción asociativa, colaborativa y coproductiva.

Campañas

¿Como transmitir estos mensajes a una población que no nos conoce y que desconfía de nosotros?

A través de: desarrollo institucional de campañas junto a los mejores estudios de diseño y publicidad de Buenos Aires (son muy buenos en esto), motivándolos en proyectos no usuales para ellos. Suelen

trabajar para las grandes firmas internacionales, por lo que ponerse a disposición de la cooperación cultural era una atractiva novedad. El objetivo era proponer nuevas perspectivas para abordar las problemáticas desde un enfoque integrador y también posibilitar el diálogo gráfico con los vecinos sobre las prioridades horizontales de la cooperación española, que son el eje principal de toda nuestra programación.

El uso de la fachada del edificio en ruinas como soporte principal de esas campañas, expuestas en cajas de luz que ocupaban los vanos vacíos, cumplían un triple objetivo: daban de nuevo un uso al edificio, y en este caso, cultural, transmitían un mensaje de cooperación y solidaridad y servían por la noche de iluminación de un espacio hasta ahora inseguro, perdido para el disfrute y el paseo.

Voy a hacer una mínima referencia a algunas de las campañas realizadas todas las imágenes pueden ser vistas en nuestra página web www.cceba.org.ar.

Con nombre propio

Noviembre-diciembre 2009

– Era un homenaje fotográfico a personalidades culturales, fundamentales en el acercamiento de vínculos entre Argentina y España, utilizando los archivos de la Agencia EFE. Con esta campaña conseguimos fortalecer el imaginario común y los vínculos entre los dos países, con vistas a la celebración del bicentenario de la independencia argentina.

Ecohombre (Sostenibilidad medioambiental)

Marzo-abril 2010. Agencia Nobrand

– Difusión de la cultura de la sostenibilidad, reivindicación de la responsa-



Campaña ECOHOMBRE realizada por Nobrand, expuesta en el exterior como vínculo barrial, Buenos Aires.

bilidad ciudadana desde las acciones cotidianas.

- Enfoque sobre el *ciruja* (que vive en la calle) y cartonero, muy presentes en el barrio de San Telmo, valorizando su función social y medioambiental.
- Son 12 mensajes que promueven la conciencia colectiva, desde el uso de bicicletas, el acto consciente en el momento de la compra para generar poco desperdicio posterior (preciclado), la generación de huertas urbanas, reciclado, separación de residuos, ahorro energético, cuidado y preservación de los recursos naturales.
- Las lonas usadas para la campaña se reciclan en objetos de diseño, cuya venta repercute en el beneficio de asociaciones vecinales. Promoción de la conciencia sustentable.

Gratis (Lucha contra la pobreza)
 Mayo-junio 2010. Estudio de diseño
 El Fantasma de Heredia

- El CCEBA y El Fantasma de Heredia presentan una batería de carteles para contarle al barrio y al resto del universo la existencia del nuevo espacio CCEBA en San Telmo.
- La idea es la superposición de imágenes actuales del edificio en ruinas, con propuestas de uso futuro por el CCEBA.
- En el marco de la Lucha contra la pobreza, la accesibilidad libre y gratuita, permite la igualdad entre personas, cualquiera que sea su clase económica. Uno de los mayores éxitos de integración de un espacio cultural en su entorno inmediato, es que los habitantes y transeúntes usen sus baños sin ningún problema de identificación e incluso de conocimiento del contenido expositivo.



Cartel realizado por el estudio de diseño El Fantasma de Heredia.

vo o cultural del edificio. Que quede claro: “Al baño de este centro cultural, va a poder entrar cualquiera y gratis”.

Diversión (Respeto a la diversidad cultural)

Julio-agosto 2010. Agencia Acampante y Pacheco (Festival Trimarchi de Mar del Plata)

- Valorización de la diferencia a través del concepto: DIVERSIDAD-DIVERSIÓN. Romper con la monotonía.
- Énfasis en la diversidad y la tolerancia en distintos aspectos de la vida cotidiana: deportes, religiones, gastronomía, medios de transportes, etc.
- Utilización de collage y dibujos colectivos, polisemánticos, que apuntan al transeúnte observador.
- Poesía como lenguaje de acercamiento. Re-evolución poética.
- Las lonas se reciclan por el grupo BAUMM y sigue la campaña en otras instancias expositivas y de uso.

Re-tratos (Defensa de los derechos humanos)

Septiembre-octubre 2010. Agencia Iconoclasistas

Campaña de derechos humanos realizada con Iconoclasistas, quienes combinan diseño gráfico y comunicación para generar recursos gráficos, orientados a establecer rupturas en las significaciones hegemónicas, como forma de resistencia e influencia en el imaginario social, pero también como propuesta de cambio y de transformación.

Doce enunciados promueven derechos humanos que, a veces, no son los más demandados, pero que tienen una gran importancia en el desarrollo de los colectivos más desfavorecidos de la población, indígenas y emigrantes principalmente:

- Soberanía en las calles y en las camas.
- Libertad de decir, autonomía de hacer.
- Respetar las tierras de las comunidades.
- Condiciones de vida dignas para todas y todos.
- Proteger a las niñas y a los niños sin distinciones.
- Generar relatos liberadores.
- Combatir la precarización laboral.
- Comercio justo para un consumo solidario.
- Mantener las identidades originarias.
- Espacios públicos sin vallas ni fronteras.
- Rescatar la transmisión oral de los saberes.
- Gestionar medios propios y alternativos.

Incorpora una nueva gama de deseos alrededor de necesidades comunes como bases de mejora social.

- Derechos construidos a partir de relatos colectivos donde se discuten te-

máticas que abordan la búsqueda de la soberanía alimentaria, la defensa de la autonomía de los cuerpos y los territorios, la reparación de una memoria histórica que incluya las voces acalladas, la legitimación de los saberes construidos generacionalmente, entre muchos otros.

- Frases hechas con 140 caracteres listos para twittear e imágenes *copy left* para libre circulación y expansión viral en Internet.

Mujeres por mujeres (Equidad de género y accesibilidad)
 Noviembre-diciembre 2010.
 La Usina

- Retratos ejemplificadores y alentadores de personas con discapacidad.
- Promoción del ejercicio de una ciudadanía activa, desde un cambio de actitud con respecto a la discapacidad.

Centro cultural y sociedad

Todo centro cultural tiene que tener, independientemente de la actividad cotidiana que realiza, unos objetivos marcados por una Utopía, posiblemente inalcanzable que le sirva como motor de un constante deseo de renovación, de evitar la repetición, el amaneramiento cultural y que nos dé la posibilidad de movernos en unos límites de riesgo, que hagan de nuestra acción algo novedoso para nosotros y nuestros visitantes. Evitar convertirse en un club de lo mismo para los mismos, es uno de nuestros objetivos constantes.

Para evitar eso, repito, hay que moverse en esos terrenos utópicos que permitieron mantener el espíritu de autoempleo que se generó con la toma de las fábricas en la crisis del año 2001 en

Argentina, para convertirlo actualmente en un espíritu de auto cultura. Posibilitemos que la sociedad participe en el Centro Cultural con ese mismo espíritu y que la necesidad de cultura se manifieste de la misma manera que la necesidad de supervivencia. Que esta fusión entre Centro Cultural y sociedad contribuya a un rejuvenecimiento de las asociaciones culturales y vecinales del barrio, muchas motivadas por intereses exclusivamente políticos o por acciones muy concretas y a veces faltas de visiones más universales, ayudarlos a salir del localismo, por supuesto si lo desean, son acciones fundamentales en un concepto de Centro muy participativo.

Hay una gran oportunidad en estos momentos para Argentina, la clase media prácticamente desapareció tras la crisis del año 2001, ahora se podría estar en la mejor disposición para regenerarla con algunos de los módulos de la clase creativa propuestos por Richard Florida. Sería, una clase social que elevara al país al lugar que le corresponde en la economía mundial. La posibilidad de contribuir aunque sea mínimamente con las clases más necesitadas a través de la cooperación cultural para conseguir ese motor maravilloso que sería una clase media creativa es un objetivo, en ese mundo cercano a la utopía, que un centro cultural debería obligarse a seguir, aunque fuera aportando solo un grano de arena. Si se lograra, esta clase sería la defensora además de unos valores perdidos por las demás clases, abducidas por una cultura televisiva que no aporta ningún valor positivo, es más identifica, destaca los opuestos, la vulgaridad, la traición, la mediocridad, la vagancia... Como decía Nuria Espert recientemente en una entrevista: “Todavía quedamos gente honesta



Mural de El Tono, en la muestra Sinvergüenza, Buenos Aires.

y con valores”. Posiblemente a este proyecto utópico ya llegamos tarde, el rápido crecimiento de la economía argentina ha vuelto en los dos últimos años a generar un proceso de recuperación de una clase social esencialmente consumista y posiblemente alejada de los valores de la clase creativa inspirada por Florida.

En paralelo y siguiendo el ejemplo de buenas prácticas del Ayuntamiento de Zaragoza con el programa “estonoesun-solar”, planteamos un saneamiento de los edificios cedidos en San Telmo, con el concepto “estonoesunaruina” y por eso abrimos inmediatamente, demostrando también que no hace falta ni mucho dinero, ni complejas infraestructuras para crear un centro cultural en un país en el que están acostumbrados a hacer teatro en cualquier sitio, desde una cocina a un baño público o en la casa del mismo autor, les resultó familiar (y eso es lo que en principio queríamos, que ese sentido

de familiaridad fuera con el centro cultural desde su origen). Desde el primer momento no podíamos dar una mensaje de inacción, todo lo contrario, había que demostrar al barrio, al entorno, las ganas que teníamos de que ese espacio fuera el Centro Cultural de España, la alegría de su cesión y el espíritu de colaboración, renovación y cambio que traíamos.

Convertirlo en un centro de cultural donde la alta tecnología y la producción de nuevos productos culturales podría convivir perfectamente con acciones que buscan la dinamización sociocultural, creación comunitaria y captación de nuevos públicos, con especial atención a los niños y a la tercera edad.

Estamos trabajando en fomentar la capacidad de integración de los habitantes del barrio y por ende de la ciudad, en los proyectos que generamos que tienen un marcado carácter social y económico. Se cuenta desde el principio con las asociaciones

vecinales y profesionales que funcionan en el barrio desde hace mucho tiempo.

La colaboración con las universidades del entorno también es fundamental, creemos que el beneficio será mutuo, por un lado intentaremos romper la tendencia endogámica de las mismas, proporcionándoles un espacio de apertura y de diálogo con otros actores culturales y sociales y por otro nosotros tendremos la oportunidad de nutrirnos de los aportes de conocimiento y humanos y poder añadir con naturalidad a nuestra cooperación cultural, su capacidad científica.

Este espacio surge en un panorama cultural donde existen pocas infraestructuras “formales”, para la enorme demanda y creatividad que se da en Buenos Aires. Iberoamérica no se encuentra saturada de equipamientos culturales, esto hace que aprendamos a la hora de enfocar nuestro trabajo de los errores cometidos por la saturación en Europa y articular mejor las necesidades de la población con la creación de las necesarias infraestructuras en un permanente cuestionamiento del espacio arquitectónico en sí.

Estamos a tiempo todavía de trabajar, desde lo contemporáneo, en conceptos tan interesantes como el SESC de São Paulo (representado en estas III Jornadas por Danilo Santos da Miranda), es un modelo que aunque creado a mediados de los años cuarenta sigue teniendo su validez. Unir salud, nutrición y ocio. Lo he visto personalmente, funciona. La cultura es salud también, incluir en los centros culturales otros servicios que acerquen al ciudadano, ocupar los espacios que se dedican al deporte, a la salud con cultura, son planteamientos que parecen antiguos, pero que creo que todavía no se ha encontrado una mejor manera de relación entre cultura y so-

ciudad. Cuando nos quejamos de las crisis de públicos en Europa, tenemos que tener en cuenta que en Latinoamérica, precisamente es la única crisis que no tenemos. El público acude en masa a las actividades, será porque nos implicamos más en los problemas y en las actividades de la gente, entre otras cosas, será porque ponemos el foco de atención en varios aspectos y no en uno solo.

En el nuevo Centro Cultural, en el programa de necesidades para el concurso arquitectónico han intervenido sus futuros usuarios, a través de reuniones previas con las asociaciones barriales comunitarias, políticas, profesionales y culturales.

Tras muchos años trabajando en la cooperación y al ser un centro cultural de AECID, se han ido añadiendo *per se*, con naturalidad, conceptos que en otros ámbitos se están aplicando recientemente, a generación de procesos, el seguimiento, las valoraciones y evaluaciones, los indicadores, los bancos de buenas prácticas, las prioridades, los ámbitos estratégicos, elementos que ayudan a la gestión.

Este Centro Cultural no nace solo, se incorpora a un eje cultural sur, que el gobierno de Buenos Aires esta concibiendo para generar una rehabilitación en barrios deprimidos o próximos a perder su identidad. Tiene que provocar la reunión de los creativos que se encuentran dispersos en sus entornos, enfocar en ese eje que llega hasta el barrio de La Boca una nueva arteria cultural enriquecedora tanto social como económica.

No podemos especializarnos, hay que atender a una diversificación cada vez más grande de la oferta cultural, pero sí tener un grado de excelencia en algunas secciones de nuestra oferta, ser el referente en todo es imposible y tampoco es deseable, pero si en una o dos de las sec-



Obra del brasileño Speto, en el Centro Cultural de España, en Buenos Aires.

ciones, en nuestro caso la alta tecnología aplicada a la cultura y la cooperación con un Media Lab que ha formado red en el cono sur y que tiene vocación de convertirse en Fab Lab. O nuestra manera de difundir los aspectos más importantes de la cooperación cultural con un lenguaje y unos medios plenamente con-

temporáneos. Nuestra revista *Gazpacho* y todas las campañas y acciones tanto *on line*, como en el centro y en las calles, incorporando conceptos de innovación, riesgo, transgresión, polivalencia, tolerancia, creatividad, cooperación, colaboración, bienestar, etc. palabras y acciones que nos llevan del barrio al universo.