**IX Jornadas de Jóvenes Investigadores**

**Instituto de Investigaciones Gino Germani**

**6, 7 y 8 de Noviembre de 2019**

Prof. Lic. Ángela Irene Cervellera

Universidad Nacional de las Artes, Argentina

ancervellera@gmail.com

Estudiante de posgrado (Especialización en Museos, Transmisión Cultural y Manejo de Colecciones Antropológicas e Históricas, UBA)

Eje 4. Cultura y Sociedad: Artes, Medios y Tecnologías digitales

Centros Culturales autogestionados. Mapa de situación.

Arte, cultura, autogestión, centro cultural, independiente

“El espacio en el que las obras se despliegan es el de la interacción, el de la apertura que inaugura el diálogo. Las obras producen espacios-tiempo relacionales, experiencias interhumanas que intentan liberarse de las obligaciones de la ideología de la comunicación de masas, de los espacios en los que se elaboran; generan, en cierta medida, esquemas sociales alternativos.”

Nicolás Bourriaud (2006)

El presente artículo se desprende de una investigación en el marco de la Beca Estímulo a las Vocaciones Científicas otorgada por el CIN, titulada “***Artistas-Gestores: mapa de situación en la autogestión. Los Centros Culturales independientes y autogestionados en la Ciudad de Buenos Aires.***”***[[1]](#footnote-1)***. Mediante entrevistas individuales a referentes de espacios culturales, artículos periodísticos, datos estadísticos del Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad y de La Nación y diversas fuentes bibliográficas, se esbozó un mapa de situación de los centros culturales autogestivos de la C.A.B.A. Se entrevistaron cuatro artistas-gestores que llevan adelante este tipo de espacios y se elaboraron cuadros comparativos sobre sus formas de gestión, organización, programación artística, comunicación y financiación; además, se indagó sobre las motivaciones por emprender un centro cultural así como las dificultades encontradas y las conquistas pendientes, en el marco del presente neoliberal del país.

Este trabajo se propone acercar al lector un posible marco conceptual desde el cual entender el papel de estos actores en la escena porteña, poniendo énfasis en las ideas y valores que ponen de relieve, siendo importante el rol que cumplen en el contexto sociopolítico actual. Además presenta y analiza brevemente los distintos modelos de negocio informados por los entrevistados: Alejandro (*Vuela el Pez Club de Arte*, creado en 2008), Hugo (*El Emergente, 2009)*, Marcelo (*El Quetzal*, 2011), Juan Agustín (*La Casa del Árbol, 2012)* y Fefo (*La Gran Jaime* *Casa Cultural*, 2014). La investigación se acompaña de testimonios de los mismos.

***Breve reseña histórica***

La ley 2540, sancionada por la legislatura porteña el 18 de Diciembre de 2014 e impulsada por el colectivo MECA, considera un “Centro Cultural como un “espacio no convencional y/o experimental y/o multifuncional en el que se realicen manifestaciones artísticas de cualquiera tipología que signifiquen espectáculos, funciones, festivales, bailes, exposiciones, instalaciones y/o muestras con participación directa o tácita de los intérpretes y/o asistentes.” En cuanto a los alcances de la actividad, prosigue: “En dichos establecimientos pueden realizarse ensayos, seminarios, charlas, talleres, clases y/o cualquier actividad de carácter formativa relacionada con todas las manifestaciones tangibles e intangibles del arte y la cultura. Dichas actividades pueden ser realizadas en cualquier parte del establecimiento.” [[2]](#footnote-2) Así, un centro cultural se configura como una gran obra colectiva compuesta por diferentes obras, multi-transdisciplinarias, interrelacionadas, que transmiten un determinado sentido, regulando las prácticas y produciendo-reproduciendo ciertos modos de pensar, actuar, percibir.

La primera aparición de los centros culturales autogestivos en la Argentina se remite a la crisis del 2001. Nacen como espacios barriales, de organizaciones políticas, de cultura popular, que buscan acercar la cultura a las clases más desfavorecidas, crear trabajo cooperativo, propiciar instancias de reflexión y debate. En este panorama se asiste una crisis de los sentidos de pertenencia debido al debilitamiento del Estado y del empleo como columna vertebral de los proyectos de vida de las personas (Adamovsky, 2012). Las personas buscaron nuevas maneras de sentirse parte de alguna comunidad, entre las cuales se destacaron la referencia a actividades de entretenimiento, el consumo de estilos de indumentaria y la pertenencia de grupos más localizados. Adamovksy señala que mientras algunas culturas fueron impulsadas por las maquinarias mediáticas y reflejaron y reforzaron efectos de fragmentación social, otras en cambio resistieron a la capacidad de estos de convertirlos en productos comercializables. Podría decirse que en ese momento muchos desocupados, artistas y militantes tomaron las riendas del *vacío* que se estaba gestando con la crisis económico-social y erigieron centros y clubes culturales, comunitarios, barriales, militantes; muchos actores políticos *se apropiaron* de la crisis, combatiendo a pequeña escala la denominada por Naomi Klein como *doctrina del shock.* La autora sostiene que para poder profundizar el capitalismo corporativista, es decir de las grandes corporaciones y los estados cómplices, es necesario que una crisis aturda emocionalmente a la población, de modo que ésta no pueda actuar ante la veloz instauración de nuevas políticas económicas relacionadas con el neoliberalismo, las multinacionales, la privatización, la toma de deuda extranjera y consecuente entrega de recursos públicos a los organismos internacionales (Klein, 2007). Según Wortman, investigadora y socióloga de la cultura, en este período de la historia se asiste a una recuperación del espacio público y una “ocupación como consecuencia de la desocupación” (Wortman, s/a).

Luego de la crisis del 2001 y a lo largo de la última década -signada por una lenta recuperación económica- proliferan nuevamente centros culturales, con algunas diferencias que sus antecesores. Éstos aparecen en barrios más céntricos, como Palermo, Belgrano o Almagro, bajo habilitaciones que les permiten funcionar como teatros independientes o clubes de música aunque en realidad realizan todo tipo de manifestaciones. Ya no se tratará, como señala Wortman, de una posibilidad de salir de la crisis, sino más bien, como una opción de vida o actividad paralela (Wortman, s/a)

En este sentido, *Cromagnón*[[3]](#footnote-3) marca un antes y un después; la tragedia significó una centena de muertes por falta de controles y habilitación del espacio donde la banda *Callejeros* brindó un show musical en 2008. Es desde este momento que se torna más estricto el control sobre los espacios donde se conglomera público, posibilitando también que estos no fuesen lugares sin seguridad, higiene y otros aspectos relevantes, sino que al dotarlos de marco normativo se los incorpora a la legitimidad: se tornan, además, *visibles*.

Los Centros culturales empiezan a aparecer a partir de Cromagnón, el cambio de la legislación y lo que se necesita para abrir un lugar, mientras que lo que era el galpón de rock gigante empezó a desaparecer. (Fefo, artista-gestor en *La Gran Jaime*)

A partir de la creación de la Ley de Centros Culturales, diferentes acciones han sido promovidas para seguir impulsando la vida –y en algunos casos, la supervivencia- de estos espacios. Una de las manifestaciones más recordadas del ala cultural independiente fue realizada bajo el lema *La cultura no se clausura*. Junto al MECA nació, también, *Abogados Culturales* organización cuyo fin es defender la cultura independiente y autogestiva de la Ciudad de Buenos Aires, asistiendo a espacios, productores y artistas; este espacio, según palabras propias, entiende la cultura como un vehículo de transformación, por eso los abogados allí agrupados brindan asesoramientos, acompañamientos y ayuda.[[4]](#footnote-4) También se han presentado ante la Legislatura proyectos de ley que buscan beneficios para este tipo de espacios, por ejemplo, para el destino del 3,5% del Presupuesto General de Cultura (en el marco del Gobierno de la Ciudad) a los programas de *Incentivo a la Producción Cultural*[[5]](#footnote-5), lo cual beneficiaría a miles de artistas, productores y espacios culturales independientes. La movilización, esta vez bajo el lema *la cultura no se apaga*, hacía alusión a los *tarifazos* en agua, electricidad y gas efectuados tras el cambio de gestión desde 2015.

***Cultura sí, negocio no***

A lo largo de la investigación fue posible construir un marco conceptual tentativo de los centros culturales, tanto a través del MECA, de publicaciones de los mismos espacios (notas de prensa, editoriales) y a raíz de las entrevistas con quienes los gestionan. Vale recalcar que estas personas son, en su mayoría, artistas que tuvieron experiencias cercanas a la autogestión, ya sea participando activamente en grupos artísticos o militantes o bien, tras ser público de dichas manifestaciones. Para emprender un centro cultural, estos artistas-gestores consultaron con especialistas, estudiaron el marco regulatorio de la actividad, constituyeron organizaciones sin fines de lucro o cooperativas y definieron roles, modificándolos con el correr del tiempo y la experiencia. Los espacios existentes son profesionalizados en tanto coexisten una serie de personas con saberes específicos, estén o no académicamente legitimados.

Para empezar, los espacios culturales en calidad de independientes y autogestivos definen una postura política frente al ocio y la cultura: la consideran *un derecho y no un negocio* como puede leerse en los comunicados emitidos por espacios como El Quetzal[[6]](#footnote-6) o Vuela El Pez[[7]](#footnote-7) ante aumentos de tarifas, multas o clausuras. Así, se posicionan del lado opuesto a quienes promueven una cultura del consumo y del espectáculo, de lo banal y el fin de lucro. La cultura, bajo esta mirada, no puede someterse a las leyes y fuerzas del Mercado como si se tratase de un bien económico cualquiera.

Esta identificación, por un lado, acercaría el tipo de propuestas de los centros culturales a la concepción de un *ocio creativo*: esto es, según Inés Moreno, ofrecer una *experiencia autotélica compleja* que incluye una dimensión lúdica, creativa, festiva, ambiental-ecológica y solidaria; una forma activa y constructiva de emplear el uso del tiempo. Contrariamente, un uso pasivo del tiempo implica que el ocio se convierte en una evasión, ya que es otro el que decide cómo y dónde emplear el tiempo propio, resultando un espacio de manipulación y alienación que define gustos y modas. El fin será divertir, entretener, distraer, pasar el tiempo. Moreno lo llama “el negocio del tiempo libre” y se relaciona con la industria del espectáculo (la televisión, el cine), los grandes eventos masivos (los festivales, los shows musicales), el deporte; en este empleo del tiempo libre –supuestamente contrario al del trabajo, se repiten las mismas conductas y disposiciones de la vida laboral. Cuando el ocio es creativo, Moreno resalta que lo más importante de las propuestas recreativas no son las actividades en sí sino lo que generan en las personas; que el placer y el displacer no se excluyen y forman parte de la vida (como en el arte); que el punto de partida es la necesidad de los individuos; que se fomenta la búsqueda, la participación, el desarrollo del usuario-participante en su rol activo y creativo (Moreno, 2010).

Por otro lado, y en relación a lo anterior, el posicionamiento de los Centros Culturales en términos la teoría sociológica de Bourdieu implicaría un enfrentamiento –mediante estrategias de subversión- contra quienes dominan el capital acumulado dentro del campo artístico-cultural: los espacios donde el arte es legitimado (Museos y galerías, teatros comerciales u oficiales, espacios para la música como el *Luna Park* o el *Teatro Colón*…), así como los circuitos y mecanismos de exhibición (aparecer en los medios de comunicación, haber ganado concursos para exponer, haber grabado un CD musical para poder presentarse en vivo…). Los agentes intervinientes en cada campo, luchan por la apropiación del capital que generan los grupos que intervienen en él, en este caso este capital simbólico implica dimensiones de carácter político, social, cultural (Bourdieu, 2005). Victor Vich refuerza la idea: “El trabajo en cultura es, entonces, un trabajo abocado hacia la construcción de una nueva hegemonía: es un trabajo para transformar las normas o habitus que nos constituyen como sujetos, para deslegitimar aquello que se presenta como natural (y sabemos histórico), y para revelar otras posibilidades de individuación y de vida comunitaria” y continúa: “(…) La cultura debe concebirse como un dispositivo que contribuye a producir la realidad y que funciona como soporte de ella.” (Vich, 2014, p. 19 y 84)

En congruencia con esta idea, el sociólogo Margulis afirma que en la actualidad el espacio público por excelencia es *la pantalla (*la televisión, internet, el celular), lo cual reduce los espacios urbanos destinados al encuentro y las posibilidades de participación de los ciudadanos comunes, que en su comunicación e interacción pueden construir solidaridades y elaborar propuestas creativas al reunirse, informarse, interactuar. Margulis está haciendo referencia a *lo político del encuentro* entre las personas. “Este proceso es paralelo a la hegemonía del mercado, a la crisis del sindicalismo, al retroceso de formas más equitativas y humanas de organización de lo económico y de distribución de los bienes. “ (Margulis, 2009, p. 60.)

Sumando a esta proposición, Vich critica el concepto de cultura como esfera social autónoma creada por la modernidad y propone, como otros teóricos, que la misma “(…) se trata del dispositivo socializador a partir del cual los seres humanos nos constituimos como tales; es decir, la cultura es aquel agente que establece y regula la forma en que se practican las relaciones sociales” (Vich, 2014, p. 84). En otras palabras, estos espacios construyen y transforman subjetividades en un triple encuentro: entre personas, entre disciplinas y entre ambas.

**Lo relacional y lo multidisciplinario**

Se observa que una de las características más pertinentes de los centros culturales es la dinámica que establece en torno a la relación con las personas, el encuentro con el otro. Esta característica está explicitada, ciertamente, en la Ley citada anteriormente: *con participación directa o tácita de los intérpretes y/o asistentes*. Tal como se describió, los centros culturales realizarían actividades recreativas relacionadas a un uso del tiempo creativo, en donde los participantes toman un rol activo en la propuesta.

En un análisis sobre centros culturales en Latinoamérica, a cargo del gestor cultural venezolano Régulo Pachano Olivares[[8]](#footnote-8), se sostiene que un centro cultural se diferencia de otro recinto destinado a la difusión artística por su relación con el usuario o público, que se dinamiza debido a la concepción de qué es y cómo se asume el concepto de cultura. “A diferencia de otros espacios educativos culturales que parecen resistirse a la dinámica cultural y quedarse solamente en la concepción, ya agotada, de ser meros contenedores de obras de arte o de representaciones clásicas, los centros culturales han ido avanzando en los últimos treinta años como verdaderos espacios abiertos de interacción interna-externa y, lógicamente, externa-interna.” Los centros culturales aparecen así comprometidos con la construcción de ciudadanía mediante la participación plural entre creadores y comunidad.

Un punto llamativo de los centros culturales en torno a su aspecto relacional, es que éstos se encuentran en zonas urbanizadas (en nuestro caso, Ciudad de Buenos Aires), y por ende, no son ajenos a dicho contexto. Si bien un Museo o un Teatro tampoco lo son, el tipo de relación que el público tiene con las obras de arte lo abstraen de cierta forma. Toni Puig (2007) sigue la misma idea de Inés Moreno sobre la recreación pero abordándola desde la gestión cultural en la urbe, considerándola una manera de mejorar la vida de los habitantes de la misma, a través de propuestas que vayan más allá del entretenimiento, de la diversión. En comunión con lo que Margulis (2009) manifiesta sobre la ciudad, es decir, que cada vez tiende a la individualización, a lo hostil, a la privatización de los espacios de interacción (base de la acción colectiva y de la política), los centros culturales se diferencian y ofrecen otro estilo de vida a los ciudadanos, basados en el intercambio social y cultural. En estos, tanto la programación como la disposición de los elementos del lugar, cómo el público interactúa entre sí y entre las obras, qué valor económico tienen las entradas o la barra; si hay o no personal de *seguridad* en la puerta que decide el ingreso de alguien vestido de tal o cual forma; la libertad de expresión, el respeto por los derechos humanos, el compromiso con la historia del país y su presente; todos estos aspectos forman parte de un sistema de valores y creencias que se comparte implícitamente entre quienes asisten a determinado centro cultural. Quienes deciden pasar la noche en otro espacio de esparcimiento, como por ejemplo un boliche, comparten otra cosmovisión; por más que en el boliche también se privilegia la interacción entre las personas, ésta es radicalmente diferente a la que se promueve en un centro cultural. Sobre esto, Wortman amplía: “Muchas veces la gente, en particular los jóvenes, van a un lugar más por la identificación con el lugar y la expectativa de cierto estilo de propuestas y la posibilidad de encuentro con personas de similares patrones de comportamiento, que a ver a una presentación en particular.” (Wortman, s/a)

Por otro lado, también es relevante la diversidad de expresiones que se pueden descubrir dentro de un Centro Cultural. El encuentro entre diferentes manifestaciones artísticas es una de sus características fundamentales, según la ley 2540. Así, es posible observar una multidisciplina (múltiples disciplinas actuando paralelamente para cumplir una finalidad) y una transdisciplina (convergencia entre una o más disciplinas que dan como resultado una práctica nueva). Hay tango fusión y cumbia hecha por orquestas, hay cuadros colgados en paredes mientras se está haciendo una performance o se está dibujando con modelo vivo, a la par que se oye un jazz de fondo. Hay *clown combativo* y hay recitado de poesía, a la vez. Constantemente se resignifican las prácticas artísticas y los espacios de producción y reproducción de las mismas.

Nuestra necesidad de poder abarcar la disciplinas artísticas en su conjunto es porque cada una produce sensaciones distintas, interpela de formas diversas y nosotros queremos que todas ellas también se puedan ver juntas: tenemos exhibiciones todos los meses colgadas en el mismo espacio donde vienen las bandas a tocar, los murales también, entonces las personas que vienen a escuchar música se llevan por ahí un cuadro, una lectura de poesía que está pasando en el patio: esa confluencia nos gusta y nos gusta generarla, y también como gran objetivo, la mixtura de públicos. Que los públicos se puedan mezclar, sentirse a gusto viendo una banda pero también viendo una obra de teatro, una pintura. Y que esa mixtura también ayude a los artistas. (Alejandro, *Vuela el Pez*)

***Modelos de gestión***

A efectos de analizar cómo son los modelos de gestión, las entrevistas realizadas se sistematizaron en cuadros utilizando una herramienta que sirve para visualizar estratégicamente las principales áreas de un emprendimiento y sus factores clave (*lienzo de modelo de negocios*, en inglés *business model* *canvas*). A continuación se toman algunos aspectos clave para ampliar ideas, sumando fragmentos de las entrevistas.

1. Estructura

Involucra mayormente los recursos humanos y en todos los casos impacta fuertemente en los costos. En general, los socios fundadores del espacio se capacitan a la hora de abrir el centro cultural, mediante averiguaciones sobre la reglamentación y otros temas así como mediante el encuentro con personas que poseen experiencia en el rubro. En algunos casos, los centros culturales nacen con una división de tareas bien establecida, mientras que en otros la organización interna se aprende con el tiempo.

Juan Agustín relata que su experiencia en autogestión comienza en 2011 y muta en La Casa del Árbol, en 2014. Al principio, junto a sus compañeros (unos 7 u 8 artistas), se organizaba como colectivo artístico que elaboraba material virtual: videos, notas, programas de radio, blogs. Sin conocer sobre gestión, deciden juntarse y alquilar un espacio físico, que en su caso previamente funcionaba como salón de danza, razón por la cual se encontraba bastante adecuado al uso pretendido. Cuenta que al principio organizaban fiestas privadas para poder recaudar dinero mientras esperaban que les surgiera la habilitación correspondiente, demorada por la creación de una personería jurídica. Tras esperar 6 meses, estuvieron listos para funcionar. También menciona que se asesoraron con el equipo de Vuela el Pez y El Quetzal, que ya venían funcionando con años de experiencia.

Dueños, no hay, pero quienes lo gestionamos somos 8 o 9. Estamos divididos como en áreas, finanzas, programación, logística, talleres, comunicación, diseño y un par más… y luego hay subáreas. Se nos fue dando con la búsqueda de organización, empezamos siendo una bola donde todos hacíamos todo a la vez y fuimos diciendo, pará, vos encargate de esto, vos de esto… y ya estamos en una etapa donde aparecen sub grupos dentro de los grupos que fuimos armando y así. Nos juntamos todas las semanas en una reunión para hablar de los temas que sean pertinentes y les damos su curso conveniente. (Juan Agustín)

Por su parte, Alejandro, de Vuela el Pez, forma parte de una organización política y social llamada *El Hormiguero*, la cual realiza hace 7 años trabajo territorial en barrios vulnerables de la Ciudad de Buenos Aires. Hoy por hoy comprende un bachillerato y profesorado populares, una radio comunitaria, dos escuelas populares de arte y dos centros culturales, uno de ellos Vuela el Pez, proyecto originalmente impulsado por Demián Adler durante aproximadamente siete años; Demián, quien ya estaba pronto a retirarse, decide confiarles la continuidad del espacio. Alejandro y su equipo se formaron durante 3 meses en todo lo operativo, habilitaciones, leyes y pusieron manos a la obra.

“Yo soy el director. Somos 20 personas más o menos, incluidos los de la barra y servicios. Tenemos un director administrativo, un coordinador de programación, un equipo de colaboradores en barra, caja, y demás y después 10 programadores, no mucho más. Un diseñador y alguien para redes.” (Alejandro, de *Vuela el Pez*)

Hugo, de El Emergente, recuerda que el espacio surge en el marco de un grupo de emprendedores del que formaba parte y que hacía eventos culturales itinerantes, desarrollándolos en clubes, casas, bares, etc. En los años siguientes a Cromañón esta tarea resultó cada vez más difícil dada la casi nula existencia de espacios que cumplieran las nuevas normativas. Así, llegaron a la *Asociación civil Centro de Tercera Edad, Jubilados y Pensionados Alma Abasto* que alquilaba el salón de su asociación; surge entonces el proyecto de habilitarlo permanentemente para su funcionamiento como centro cultural y al cabo de dos años, en los que recaudaron fondos y generaron recursos, consiguen el permiso de funcionamiento como Club de Música en Vivo. Hoy tiene dos sedes, ambas en el barrio de Almagro.

“Nuestro principal costo es el recurso humano, son 35 personas. Los dos Emergentes y la oficina (11 personas todos los días trabajando). Contando la radio somos 45 personas. Cuando arrancamos éramos 3 socios fundadores, ahora se fue uno” (Hugo, El Emergente).

La Gran Jaime comenzó en la dirección *matienzo 2424*, en el 2014, donde funcionaba originalmente *Casa Cultural Matienzo*; justamente, La Gran Jaime terminaba el contrato del otro centro cultural y durante 8 meses funcionó allí hasta que se mudó a Villa Crespo. Fefo comenta que al principio eran 4 personas pero que ascendieron a 7, que hay socios fundadores y otros que sólo aportaron dinero.

“Yo por ejemplo soy encargado de varias cosas, me ocupo de los proveedores, de quiénes vienen a trabajar qué días, laburo la mayoría de los días acá (…) está el cocinero, hay dos sonidistas, trabajando acá somos 10, pero es un trabajo más de medio tiempo”. (Fefo, La Gran Jaime)

1. Propuestas de Valor

Se observa una multidisciplina (múltiples disciplinas actuando paralelamente para cumplir un objetivo) y una transdisciplina (convergencia entre una o más disciplinas que dan como resultado una práctica nueva). Esta es una de las características fundamentales de un Centro Cultural según la ley 2540 y es parte de la propuesta de valor de estas instituciones: la posibilidad del encuentro de diferentes expresiones artísticas en un solo lugar, y la capacidad, también, de un encuentro cercano, interpersonal, con el otro. En una sociedad atravesada por la globalización y tendiente al individualismo asocial, estos espacios abren posibilidades reales de vinculación.

La *música* aparece en la programación de todos los espacios, posiblemente porque es la más convocante en cuanto a público, y cuánto más público se convoque, mayor el consumo dentro del espacio.

“La que más hacemos es música. Debe ser el 70% de lo que hacemos dentro de la programación artística. Porque después tenemos muchos talleres, y de eso hay de todo, de día y hasta las 9 y media. También hay muchas expos, inauguramos una vez por semana, una vez por mes hay ciclo de lecturas, hacemos bastantes presentaciones de libros con editoriales independientes.” (Juan Agustín, La Casa del Árbol)

“Acá suceden distintas experiencias de las que ocurren por ahí en un club de música, que está circunscripto a música en vivo o en un teatro donde lo principal es lo escénico; acá la programación tiene música y también obras de teatro, talleres de todo tipo y color, presentaciones de libros. Nos gusta y nos sentimos cómodos en la versatilidad, por eso nos sentimos centro cultural y eso decimos que somos. Porque es un lugar que engloba un montón de cosas.” (Alejandro, Vuela el Pez)

1. Segmentos de mercado

El público tiende a adquirir un perfil identificable: artistas, estudiantes de arte, aficionados al arte y la cultura, hacedores de arte por hobby o espectadores de manifestaciones variadas; casi siempre jóvenes entre 18 y 35 años; muchas veces personas del propio barrio; otras veces, de barrios cercanos, siendo el centro cultural parte de la oferta disponible de ocio nocturno.

“El público objetivo del Emergente son personas vinculadas al arte: en una primera instancia el que hace algo de arte, en segunda línea porque le gusta ir a ver bandas, tiene un amigo que expone, son personas de entre 20 y 35 años, principalmente de capital federal.” (Hugo, El Emergente)

“Nosotros tenemos público de artistas y el que viene a tomar algo es porque ya vino, le gustó, les quedó en el recuerdo, nos agregaron a Facebook y después volvieron.” (Fefo, La Gran Jaime)

“Yo no veo tanto eso de que venga sólo gente de arte aunque sin lugar a dudas es gente con una inclinación. Nosotros intentamos abrirlo y de hecho ahora tenemos un montón de cervecerías alrededor…nosotros queremos competirle al público, queremos que ese público también venga y frecuente estos espacios.” (Alejandro, Vuela el Pez)

1. Costos y financiación

El esquema en este caso es invariable: la venta de comida y bebida es el principal sustento del espacio. Luego sigue el porcentaje resultante de talleres, venta de tickets y actividades puntuales (ciclos, fiestas, jams). La entrada a la gorra, siempre 100% para el artista, supone ingresos por venta de comida y bebida. Los costos componen el alquiler y pago de los servicios, los recursos humanos, y el mantenimiento general del espacio. Otro costo que se suma es el de la habilitación como Centro Cultural ($30.000 aproximadamente) y el del pago de eventuales clausuras o amonestaciones.

Los espacios se presentan a programas y ayudas económicas externas: Música BA, Mecenazgo, ProTeatro; ayudas del Fondo Nacional de las Artes y del Fondo Metropolitano de la Cultura, las Artes y las Ciencias, entre otros. No buscan sponsors; sí mantienen acuerdos gastronómicos con determinadas marcas.

“Los costos son grandísimos. Nuestro principal costo es el recurso humano (…) Alquiler y normativa. Mantener los matafuegos, las luces de emergencia. Después los gastos mensuales: desinfección, desratización, los impuestos, los servicios.” (Hugo, El Emergente)

“El mes y medio en que estuvimos clausurados casi nos vamos a la quiebra. A nuestros espacios no les da lo mismo una clausura.” (Alejandro, Vuela el Pez)

“(…)nos hemos presentado a subsidios y fomentos. Nos representa una suma enorme poder poner plata en algo; nosotros en general compramos técnica, micrófonos, parlantes. Cosas que, si no, te re cuestan porque no hay margen y cuando sobra plata se mejora la técnica.” (Juan Agustín, La Casa del Árbol)

1. Asociaciones clave

El MECA aparece como *asociación clave* en todos los casos. Es el movimiento de espacios culturales y artísticos, un espacio de contención política y social, de solidaridad y cooperación mutua entre agentes culturales con el fin de fortalecer y potenciar la gestión de la cultura independiente autogestiva. La logística y los proveedores, por ejemplo, son datos que se intercambian los espacios, englobando esto también los *recursos clave*.

“MECA es un espacio con autonomía; de hecho ni se debaten los precios, sí pasa que nos conocemos todos y en la informalidad charlamos de los espacios o nos llamamos entre semana *cómo hacés esto, cuándo le pagás vos*; y mucho también *yo tengo la cerveza más barata, bueno comprá esto y yo compro aquello*.” (Hugo, El Emergente)

La relación con los vecinos también es importante, ya que algunos de los espacios reconocen haber tenido problemas por ruidos molestos con el barrio pero lo solucionaron de forma amistosa y muchos vecinos ahora asisten al espacio, también en forma de apoyo.

“Aunque estés con mil millones de papeles y yo estoy al lado y tu vecino hace sistemáticamente cosas que te molestan, estás en tu derecho de llamar a la policía, tocar timbre…. en un momento hubo problemas porque no teníamos el techo actual, que es especial para insonorizar.” (Fefo, La Gran Jaime)

1. Actividades y Recursos Clave

Programar es, por defecto, la actividad clave del centro cultural. Los espacios presentan aquí acciones adicionales como el trabajo territorial, un programa radial o la existencia de una librería; pero a grandes rasgos, es la programación artística y todo lo que posibilita su concreción (técnica, sonido, iluminación, acustización) lo que conforma las actividades y recursos clave.

“Es poca la gente que ha entrado de casualidad. El público que viene, viene a las actividades artísticas. El día que no hay actividad artística no abrimos.” (Fefo, La Gran Jaime).

1. Comunicación

Comprende las redes sociales (creación de flyers, eventos, publicaciones) y carteleras en los espacios, más algunas otras estrategias de promoción.

“Tenemos twitter y mailing, pero principalmente nos comunicamos por facebook. En su momento hicimos otras cosas, pegamos programación en los hostels, ver si conseguíamos alguna nota en radios o medios online… compartir mucho y, todos los que laburamos acá, mucho boca en boca.” (Juan Agustín, La Casa del Árbol)

***Desafíos en el contexto actual***

Tras presentar un posible marco conceptual desde donde entender a estos espacios, más un recorrido a través de su historia y sus formas de gestión, este apartado busca exponer concretamente los problemas que se presentan en los centros culturales en un contexto neoliberal que necesita del movimiento organizado y popular para reclamar políticas que garanticen su funcionamiento.

Cuando un centro cultural es clausurado, el espacio no solamente sufre pérdidas económicas. También hay una violencia de otro orden, sobre todo si no hay motivos de clausura: se busca callar a las voces disidentes, a las que propician un pensamiento crítico. Volviendo al concepto de *doctrina del shock* de Naomi Klein, la clausura es un modo de atemorización, porque es ejercer poder con abuso de autoridad: las decisiones sobre qué lugares son clausurados, generalmente se toman de antemano y no importa si el perjudicado tiene o no los papeles al día. El inspector lleva la orden de clausurar y así lo hará, incluso si luego otro agente resuelve que en realidad no había motivos.

“En el momento en que el inspector viene a la noche, es juez: está interpretando las normas y aplicándolas. El mes y medio en que estuvimos clausurados casi nos vamos a la quiebra. A nuestros espacios no les da lo mismo. No tenemos la espalda para poder bancar un mes clausurado un espacio por un error, ¿se entiende? De última si va a haber errores, que hayan sistemas de retroacción o más dinámicos y ágiles. Te clausuran un viernes, levantala el sábado. En esa burocracia, hay 18 trabajadores que dejan de laburan.” (Alejandro, *Vuela el Pez*)

Mientras a estos espacios autogestivos e independientes se los amenaza cotidianamente, a otros espacios y actores igualmente regulados por la ley, se los ignora. En uno de los comunicados citados incialmente, se hace evidente la forma de concebir una clausura: no solamente significa atentar contra la sostenibilidad del espacio por los crecientes costos que deben asumir (la multa y el cese de actividad) sino que además hay un sentido *oculto*: acallar voces, intimidar, cerrar espacios diferentes; cansar, desganar, desmoralizar.

Otro de los conflictos que deben afrontar los Centros Culturales tiene que ver con los aumentos exponenciales que se sucedieron en los últimos cuatro años. Según un informe de Chequeado.com[[9]](#footnote-9), que toma datos correspondientes al IPC de la Ciudad de Buenos Aires, entre 2015 y 2017 la electricidad aumentó un 562%, el agua un 338% y el gas un 223%. A su vez, la relación entre estos servicios básicos y los sueldos (teniendo como base el sueldo mínimo, vital y móvil) no es, como es de esperarse, proporcional; los sueldos no acompañan el crecimiento de las tarifas[[10]](#footnote-10). Por ende, el poder adquisitivo de las personas cae considerablemente y más aún al tener que ocupar mayor porcentaje de su sueldo en pagar servicios. Otros ítems, como por ejemplo el de *esparcimiento* (que forma parte del IPC), empiezan a dejarse de lado y se priorizan otros más básicos como la salud, la vivienda, la alimentación. A esto se le suma una inflación generalizada que promueve el incremento de todos los precios, excepto los sueldos.

No es sino en los últimos años, que el Estado nacional y el municipal comienzan a exponer y recaudar información oficial de estos espacios. Según el relevamiento efectuado, hasta el año 2017 no existían indicadores a nivel económico ni turístico del impacto de los Centros Culturales en la Ciudad de Buenos Aires. En cuanto a esto, en los anuarios de estadística (Dirección General Estadística y Censos, GCABA)[[11]](#footnote-11) sólo se hace referencia a los Centros Culturales Gral. San Martín, Recoleta y los barriales (dependientes de la Dirección General de Promoción Cultural) así como a centros de divulgación musical y salas de cine. De la misma forma, en los últimos años se comienza a incentivar el “mapeo” de estos espacios a través del *Sistema de Información Cultural de la Argentina* (Nación) o el *Registro de Usos Culturales* (Ciudad de Buenos Aires), los cuales incorporaron la categoría “centro cultural”. Algunos de estos espacios incluso figuran en la página oficial del gobierno porteño que los promueve dentro de la oferta cultural de la Ciudad como espacios culturales independientes.

Por otro lado, también se los incorpora a convenios, por ejemplo desde organizaciones sindicales y, además, pueden acceder a subsidios y préstamos de organismos públicos.

Recientemente, el Gobierno de la Ciudad está facilitando la transición de estos casos y promoviendo la creación de nuevos centros enmarcados en una nueva normativa, llamada Ley ECI (Espacios Culturales Independientes)[[12]](#footnote-12). La misma contempla las actividades ya descritas en lay leyes que regulan los usos Teatro independiente, Club de música en vivo, peña milonga y centro cultural, cuya limitación sea de 500 m2 de superficie y capacidad de 300 personas. De esta forma, bajo un mismo rubro, aparece la posibilidad de  habilitar un espacio que permita desarrollar todas las actividades culturales, promoviendo además un paquete de beneficios tales como la posibilidad de excepciones de accesibilidad, mayor agilidad en trámites de RAC (Registro de Actividades Catalogadas) y de autoprotección (planes de evacuación), además de presentar su propio sistema de control por parte de la Dirección General de Fiscalización y Control. Su implementación, entre otras cosas, se debe a que gran cantidad de centros culturales que funcionan como tales, se encuentran habilitados en realidad como clubes de música o salas de teatro independientes y la ley ECI no sólo facilitaría su conversión a centros culturales sino también permitiría a Gobierno identificarlos más claramente.

Para concluir, creo pertinente citar el siguiente testimonio de Alejandro, quien deja translucir un aspecto muy interesante respecto del escaso apoyo económico que reciben los espacios independientes por parte del Estado. Al respecto, reflexiona que muchos de los artistas que hoy forman parte de propuestas consolidadas, dieron sus primeros pasos en el circuito independiente que tan desfavorecido se ve en el contexto actual.

“Muchos de los artistas que hoy forman parte del *mainstream,* primero hacen su recorrido en el circuito independiente, básicamente porque hubo alguien que antes de que corten 400 tickets le dio contención y apostó a su arte. Entonces, por ejemplo, hoy vemos que toda la programación del Centro Cultural Recoleta es espectacular, ¡me encanta!, pero si vos te pones a ver, la mayoría de los artistas estuvieron en el Matienzo, Vuela el Pez, Quetzal; en el CCK lo mismo, hubo un ciclo de artistas emergentes. ¡Todos esos pasaron por acá, la gran mayoría! Pero qué pasa: estos lugares que justamente le dan recorrido y trayectoria y permiten que crezcan, pueden subsistir si se llevan adelante no pensando en el lucro, porque si uno piensa en eso, a ese artista le tiene que decir “no” cuando está empezando. O mínimo tráeme x cantidad de personas. No es que nos da lo mismo ganar o no ganar plata sino que no es nuestro objetivo principal, justamente para esto, para poder desarrollar otras experiencias que no llevaríamos a cabo si se piensa solo en términos mercantilistas o de éxito comercial. **Y la que sale perdiendo es la cultura, la nuestra, la de la Ciudad de Buenos Aires**. Nos llenamos la boca diciendo qué linda que es; la gente viene por la heterogeneidad de oferta cultural, pasa de todo de lunes a lunes… Entonces ¿cómo vamos a ir contra eso? Es lo que decimos en cada reunión de gestión: ¡poténciennos!” (Alejandro, *Vuela el Pez*)

Bibliografía

* Adamovsky, Ezequiel. "Capítulo 11: La cultura popular bajo el signo del neoliberalismo" en *Historia de las clases populares en argentina.* Buenos Aires: Ed. Sudamericana, 2012
* Bourriaud, Nicolas*. Estética relacional*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2006.
* Klein, Naomi. *La Doctrina del Shock.* Ed. Paidós Ibérica, 2007. Páginas 23-46.
* Margulis, Mario. *Sociología de la cultura. Conceptos y problemas*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2009
* Moreno, Inés. "Capítulo 1: Tiempo libre, Ocio y Recreación" en *Recreación*. Ed. Lumen, 2010
* Osterwalder, Alexander. Pigneyr, Yves. *Generación de modelos de negocio.* España: Deusto S.A. Ediciones, 2011. (disponible online)
* Puig, Toni*. Se acabó la diversión. Ideas y gestión para una cultura que crea y sostiene ciudadanía.* Buenos Aires: Paidós, 2007.
* Pierre Bourdieu*: Campos de conocimiento: teoría social, educación y cultura.* Universidad Autónoma de Chiapas, Facultad de Humanidades, Centro de Investigaciones Humanísticas, 2005
* Vich, Victor*. Desculturizar la Cultura: La gestión cultural como forma de acción política*. Buenos Aires: Ed. Siglo Veintiuno Editores, 2014.
* Wortman, Ana. Espacios de circulación de nuevos artistas. Una aproximación a los centros culturales emergentes en la última década en Buenos Aires. Instituto Gino Germani, UBA
* Anuario estadístico e índice de precios al consumidor. DG Estadística y Censos, Ministerio de Hacienda. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
* Red Cultural Mercosur. *Los centros culturales en Latinoamérica como modelos de gestión*, recuperado de www.redculturalmercosur.org/index2.php?option=com\_content&do\_pdf=1&id=130
* SInCA. Sistema de Información Cultural de la Argentina. Secretaría de Cultura y Creatividad. Ministerio de Cultura de la Nación

1. La beca (convocatoria 2016) se encuadra en el Proyecto de Investigación *Crear, Producir, Decir. Los Intercampos en los Medios y Tecnologías para la Producción Pictórica. Desarrollos de producción artística y el campo teórico en la contemporaneidad* dirigido por Nelda Ramos en el Departamento de Artes Visuales de la Universidad Nacional de las Artes. [↑](#footnote-ref-1)
2. http://www2.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley5240.html [↑](#footnote-ref-2)
3. La tragedia de Cromañón fue un incendio producido la noche del 30 de diciembre de 2004 en *República Cromañón*, establecimiento ubicado en el barrio de Once de la Ciudad de Buenos Aires, durante un recital de la banda de rock Callejeros. Murieron 194 personas, casi todos adolescentes, y hubo más de 1400 heridos, sin contar que varios de ellos sufrieron secuelas físicas y psicológicas durante años posteriores. [↑](#footnote-ref-3)
4. Recuperado de http://ccmatienzo.com.ar/wp/events/lanzamiento-de-la-ley-de-centros-culturales/ [↑](#footnote-ref-4)
5. Recuperado de http://culturaunida.com.ar/ [↑](#footnote-ref-5)
6. Recuperado de <https://www.facebook.com/ElQuetzalCasaCultural/posts/1300006390091359?__tn__=K-R> [↑](#footnote-ref-6)
7. Recuperado de <https://www.facebook.com/vuelaelpez/posts/10155108259537741?__tn__=K-R> [↑](#footnote-ref-7)
8. *Centro Cultural San Martín, un clásico de Evolución* disponible en <http://www.buenosaires.gob.ar/areas/cultura/ccgsm/libro/libro_ccgsm_cap07.pdf> [↑](#footnote-ref-8)
9. Del artículo *Gas, luz y agua: cuánto subieron las tarifas con Cambiemos y cómo siguen los aumentos* disponible en [www.chequeado.com](http://www.chequeado.com) [↑](#footnote-ref-9)
10. De la infografía *costo tarifario*, del Observatorio de políticas públicas de la UNDAV, disponible en <http://undav.edu.ar/index.php?idcateg=198> [↑](#footnote-ref-10)
11. Anuario estadístico 2016 disponible en <http://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?p=72415> [↑](#footnote-ref-11)
12. https://www.buenosaires.gob.ar/cultura/como-habilitar-tu-espacio-en-la-nueva-ley-eci [↑](#footnote-ref-12)