

Candidatura para la dirección artística de CentroCentro

EL DERECHO DE LA CULTURA

Una propuesta de Giulietta Zanmatti Speranza

Índice

3 / **Introducción**

4 / **Objetivos generales**

5 / **Objetivos específicos**

6 / **Líneas de acción**

5^a planta

4^a planta

3^a planta

Patio de operaciones

1^a planta

Caja de música

Salas polivalentes

10 / **Mediación**

11 / **Plataformas de comunicación**

12 / **Modelo de gestión**

Calendario estimativo

EL DERECHO DE LA CULTURA

“Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura a la que todos tienen derecho”.

Sinopsis Art. 44 de la Constitución Española

El derecho de la cultura es una nueva rama del conocimiento que trata de aproximar dos materias científicas: el derecho y la cultura.

Así mismo es un campo de estudio e investigación que ahonda en una visión integral de las diversas regulaciones, tanto de derecho público como privado, que afectan a los procesos y asuntos culturales así como a las intervenciones jurídicas en una materia tan sensible como es la cultura.

Asumiendo que la valorización del patrimonio cultural tiene como finalidad ofrecerlo a la sociedad y potenciar su uso como instrumento de desarrollo social, de inserción laboral, de integración de las minorías, de convivencia y de diálogo intergeneracional e intercultural, de participación y aprendizaje, definiendo la cultura como derecho fundamental para la libertad del ser humano. Sirve para dar conocimiento, pensamiento y educación.

El título de mi proyecto para CentroCentro hace hincapié en la obligación de las administraciones públicas de abrir a todo el mundo el acceso a la cultura.

Siguiendo las reflexiones de Jesús Prieto, catedrático de Derecho administrativo y titular de la Cátedra Andrés Bello de Derechos culturales, entiendo la Cultura en sentido antropológico: como la producción de elementos sensibles o inteligibles que en cualquier aspecto contribuyen a la elaboración o al cambio de vida de los ciudadanos.

Objetivos generales

CentroCentro, situado en el epicentro de la ciudad y en el mismo edificio donde se encuentra el Ayuntamiento debe ser un lugar de acogida para visitantes y de encuentro para todos los ciudadanos. Desde 2011 ya lo es pero ¡se puede hacer mas!

En Madrid existen un gran numero de instituciones e infraestructuras culturales y todas deberían de cumplir con una misión digamos “personalizada”. La misión de CentroCentro para mí es la de convertirse en un espacio de encuentro intercultural, una gran plaza pública para el ciudadano y en un nuevo escenario de participación, acción, ocio y aprendizaje.

Todas las plantas estarán dotadas de lugares de descanso para disfrutar del edificio, leer, charlar, etc.

Se trata de dotar al centro de un programa de acción cultural que defina usos, que establezca tradiciones propias y que sea capaz de trasladar nuevas metáforas de relación y de uso entre la ciudad y el ciudadano.

Reflexionar sobre lo que en la ciudad ocurre y sobre su futuro es vital: Cultura, Creación y Empresa deberán estar presentes en las decisiones claves sobre su transformación. En CentroCentro, serán los artistas, los creadores, los estudiosos y los emprendedores, los mediadores necesarios que a modo de disonancia harán saltar la chispa de la imaginación y de la formalización creativa que haga realidad este cruce entre la idea de Cultura así entendida y Ciudadanía.

- CentroCentro convertido en un espacio dedicado a la reflexión y propuesta de vanguardia en áreas de cultura y ciudadanía, y gestión creativa de espacios públicos relativos a temáticas de sostenibilidad, ciudad inteligente y eficaz, modelos de convivencia, con plataformas para el debate y la exploración artística y empresarial.
- CentroCentro plantea un ejercicio de rediseño de lo público, buscando la ralentización y la profundización de los procesos culturales, integrando el patrimonio vivo de la ciudad como vía de crecimiento social y económico para nuestros artistas y para nuestros ciudadanos.
- CentroCentro como tarjeta de presentación de la ciudad hoy, un mirador inigualable de la vida urbana y de su pulso cultural.

Objetivos específicos

Seguir fomentando el acceso al Centro para que la ciudadanía normalice el uso habitual de sus instalaciones.

CentroCentro debe consolidarse como centro cultural, no otro centro más de exposiciones, en el que conviva una oferta especializada dedicada a la ciudad y al arte, con propuestas populares vinculadas con los ciclos naturales y festivos del año.

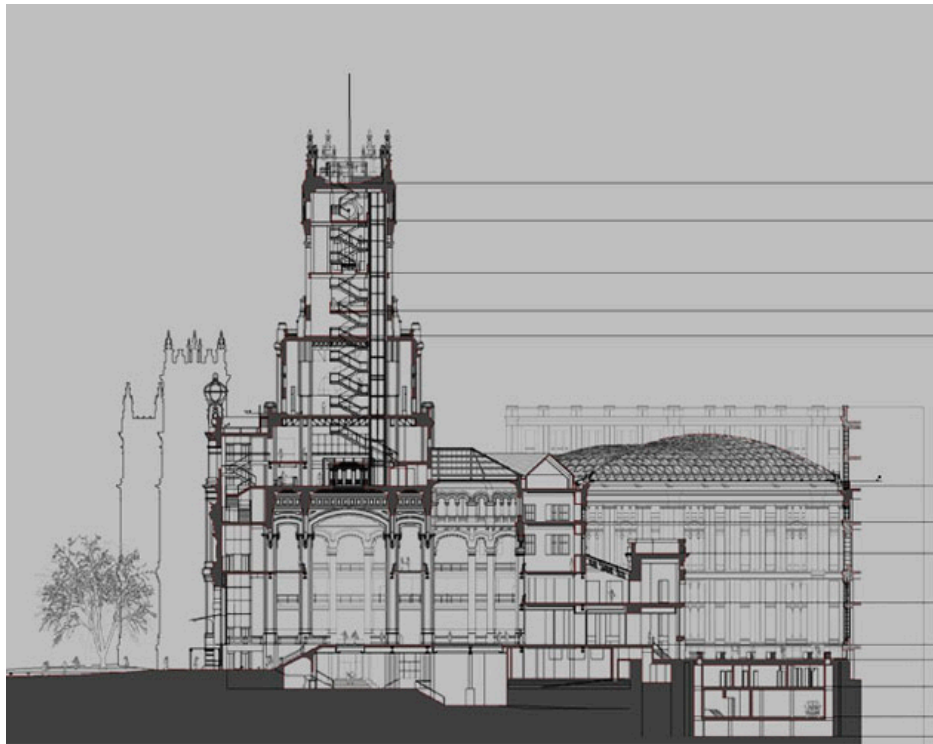
Generar la cooperación público-privada. Establecer una red de contactos tanto institucionales como privados con los que colaborar.

El sentido común como base para promover la interacción creativa entre el público y la institución.

Llegar a un objetivo común a través de la investigación colectiva.

Líneas de acción

CentroCentro desarrollará paulatinamente las líneas de acción definidas en el marco de la misión que asume, articuladas en torno a los distintos espacios del edificio.



5ª PLANTA — ARQUITECTURA Y URBANISMO

Como la planta ya dispone de una sala expositiva bien equipada, este espacio se destinará a exposiciones sobre la relación entre la arquitectura, el arte y el urbanismo mostrando proyectos de relevancia internacional. Propuestas que reflexionen sobre nuevos modelos de ciudad en las que los retos medio ambientales, la convivencia social y el bienestar vayan de la mano.

El resto de la planta se mantiene como un espacio de estudio, investigación y encuentro para estudiantes reforzando las alianzas con distintas universidades.

4ª PLANTA — MADRID INTERNACIONAL

Esta planta, la más emblemática del edificio, quiere promover la reflexión, la participación y el debate sobre la ciudad y sus habitantes, facilitando el conocimiento

de los procesos interculturales a partir de los cuales esta se va construyendo y transformando.

El objetivo de esta propuesta es encontrar soluciones para nuestros problemas exportando y compartiendo nuestros avances y soluciones con otras ciudades del mundo con características similares. Así plantear una red estable de conexiones, desarrollando puentes con otras ciudades, culturas y continentes, y fortaleciendo la presencia de Madrid entre las principales capitales culturales internacionales.

Madrid internacional será un espacio de reflexión, información, exhibición y divulgación de la cultura urbana en toda su amplitud conceptual. Para su puesta en marcha, se prevé el establecimiento de una red internacional de colaboración con embajadas e instituciones y agentes del ámbito público y privado con intereses afines, a los que se les invitará a presentar proyectos.

En esta planta también se plantean espacios para el disfrute de los visitantes.

3ª PLANTA — CULTURA Y CIUDADANÍA

Un eje central de nuestra programación, desde la cultura, la empresa y el arte, girará en torno a la pregunta de cuál es el sentido del concepto de ciudadano y ciudadanía en Madrid, en Europa, en un siglo XXI complejo y de cambios.

Puesto que más de la mitad de la población mundial y dos tercios del mundo desarrollado vive hoy en ciudades, en el siglo XXI las ciudades se constituyen en fuentes de energía cultural, intelectual, política y económica, lo que hace necesaria la interpretación de la nueva dinámica urbana.

Esta planta se dedicará a iniciativas ciudadanas en torno a problemáticas medioambientales, sociales que desde lo cotidiano trabajan para construir un entorno mejor.

En el espacio denominado internamente el granero se podría plantear, dada su luminosidad, una suerte de invernadero y lugar de reposo y silencio.

2ª PLANTA — PATIO DE OPERACIONES

PUNTO DE INFORMACION CULTURAL (PIC)

El Patio de operaciones, debido a su estructura de oficina de Correos, debe recuperar la función de las ventanillas para atender nuevamente al público, pero esta vez, con información cultural.

Ser el sitio al que todo visitante/ciudadano tenga que acercarse para recibir información cultural de la ciudad. Desde un mapa a unas entradas para la opera, los toros, un concierto ...

CentroCentro debería además de disponer de taquillas para dejar la mochila o la maleta dada su proximidad a Atocha y a la parada de autobús hacia el aeropuerto.

Las labores de atención e información al visitante serán gestionadas por un equipo de mediadores altamente cualificado seleccionado por concurso público.

Recuperar aquí también espacios de uso ciudadano, dotados con conexión wifi abierta, con una completa oferta de publicaciones periódicas nacionales e internacionales, que se complementa con libros y catálogos relacionados con la historia de Madrid de libre consulta.

1ª PLANTA

Esta planta dispone de una sala de exposición excelente por su seguridad, control de temperatura, iluminación, etc. así que se plantearían exposiciones de arte e incluso recuperar la línea de *Mecenazgo al servicio del Arte* ampliándolo al concepto de coleccionismo más en general.

Se plantea mostrar colecciones y conjuntos artísticos, realizando producciones propias o en colaboración con instituciones y fundaciones, ofreciendo por primera vez al público conjuntos de obras de arte singulares, que hasta ahora sólo podían ser contempladas, de una forma muy minoritaria. La programación

podría alternar colecciones de arte con colecciones mas populares y no por ello menos importantes.

Estas exposiciones suponen un reto y un enorme trabajo científico, de difusión, de realización técnica y de diseño museístico.

CAJA DE MUSICA

El auditorio ya dispone de una amplia programación de música clásica y contemporánea así que lo único que implementaría es el uso del mismo para ofrecer al público adolescente local un espacio donde poder actuar por primera vez...

Sin entrar en competición con las salas de conciertos de Madrid ofrecer, a través de un concurso, un festival joven de todo tipo de música en pequeño formato.

SALAS POLIVALENTES

El conjunto de salas polivalentes debe continuar con sus actividades educativas y de alquiler.

La Sala Berlanga, dotada técnicamente como un cine, podría dedicarse al público joven utilizándose para la presentación de operas primas.



Mediación

La mediación es el vehículo para llegar al visitante y en CentroCentro debe tener una importancia fundamental.

Reforzaría el Programa Ejecutivo de Mediación al servicio de los madrileños con talleres educativos para colegios, para familias y para los visitantes habituales de nuestras instalaciones y que tiende a ampliar progresivamente su oferta de actividad con la idea de dar cabida a otro tipo de públicos y colectivos, con programas estables que generen considerables índices de público fidelizado y que supongan colaboraciones con otro tipo de instituciones de carácter social (asociaciones, fundaciones, instituciones), cultural (otros museos y centros culturales de proximidad y metropolitanos de Madrid y de otras ciudades) y educativo (universidades, escuelas profesionales).

En muchos centro culturales la mediación es utilizada además para sustituir la vigilancia de seguridad y generar un sistema operativo y eficaz que regula el acceso a nuestras instalaciones.

CentroCentro indagará nuevas metáforas de convivencia que se centren en las ideas de integración y bienestar, al servicio del ciudadano, buscando trasladar a nuestro espacio el viejo ideal ilustrado: **una vida en común, en la ciudad, orientada al servicio de la felicidad de las personas.**

Plataformas de comunicación

Dada la cantidad y diversidad del público al que nos dirigimos es necesario crear mensajes relevantes y apropiados para cada tipo, distinguiendo entre públicos en vías de desarrollo y otros más activos en el consumo cultural, y establecer una relación de comunicación creativa y constante que vaya más allá de la mera información para generar otras emociones.

Web: Además de ser una herramienta imprescindible de comunicación que informe de las diversas actividades, es la primera ventana, la que dará la primera impresión de la identidad del lugar y de cómo quiere posicionarse en la escena contemporánea tanto a nivel nacional como internacional. Es primordial que quede reflejado en su diseño, accesible a todos los públicos, el carácter acogedor y dinámico del lugar.

Redes sociales: Dado que el público joven va a ser uno de los pilares fundamentales del proyecto es importante posicionarnos como pioneros en la forma de utilizar las redes sociales haciendo de ellas otro de los espacios de creación mediante residencias en las que se invite y conceda una de las cuentas del CentroCentro a artistas, poetas o pensadores estimulando así la investigación e innovación en su uso. Podría ser novedoso e interesante la creación de un premio al uso artístico de las redes sociales en colaboración con otras instituciones como Medialab o Intermediae. Y por último considero importante la constitución de un archivo digital que recoja todo este material tanto artístico como de difusión.

Modelo de gestión

Contando con un fuerte apoyo institucional, que se debe concretar tanto en un apoyo de las líneas de definición funcional del centro como en un apoyo económico y fomentando la cooperación público-privada, así como al alquiler de espacios como la Galería de Cristal y el Auditorio para presentaciones corporativas de empresas y otras propuestas de ámbito artístico, el nuevo funcionamiento de las taquillas para maletas y la alternancia en la primera planta de exposiciones de pago entre otras fuentes de ingresos, CentroCentro puede alcanzar el equilibrio financiero que le permitirá seguir desarrollando un modelo de gestión sostenible.

Calendario estimativo

2020

Consolidar equipo / Concurso mediadores.

Red nacional-internacional, público-privada.

Plataformas de Comunicación.

Apertura punto PIC.

2021

Red nacional-internacional, público-privada.

Adecuación de los espacios a la nueva programación.

Primeras exposiciones propias.

2022

Red nacional-internacional, público-privada.

Consolidación y evaluación.