

# **Marcasub La Plata**

## ***cultura primero con los jóvenes***

### **Nota de situación muy esquemática**

La Plata, en Argentina, tiene una buena marca: ***compartimos la ciudad***. Surgió como respuesta a la tremenda inundación en el 2013, con varios muertos y la indignación de los ciudadanos frente a la irresponsabilidad y la falta de respuesta de los gobiernos municipal, provincial y estatal.

La marca ha facilitado una recuperación aceptable de confianza en el equipo municipal que enfocó y empezó obras hidráulicas siempre orilladas, cuya ausencia propició la inundación extraordinaria por lluvias torrenciales que no encontraron cauces públicos.

El equipo de gobierno, pero, está preocupado por la poca autoestima positiva de los ciudadanos. Pensamos, conjuntamente, una estrategia de submarca. Y decidimos dirigirla,

especialmente a la cantidad de jóvenes estudiantes, básicamente universitarios de la ciudad y de Argentina, que optan por La Plata. Una submarca, pues, para los jóvenes y desde ellos a todos los ciudadanos.

## **Pidamos a los jóvenes qué cultura y para qué ciudad: movilicémoslos con audacia y gracia**

Pidámosles, desde la convocatoria de un gran debate ciudadano, que expresen, libremente, cómo quieren vivir sus vidas personal y comúnmente: desde **qué** cultura como facilitadora de sentido compartido, de horizonte abierto.

Algunas notas para esta convocatoria:

- 1.- Presentación del debate **en un acto multitudinario** que a la vez sea de propuesta de la idea y de celebración de ciudad con los jóvenes, en una plaza de la ciudad o en un centro adecuado para tal cosa. Y, por favor, sin el manido concierto de rock: hay vida más allá de esta repetición tan monótona.
- 2.- **Grupos de discusión y recogida de propuestas** desde una constelación de grupos en barrios, institutos de enseñanza, universidades, centros de deportes...con un equipo de animadores/coordinadores con una metodología ágil, flexible y viva.

- 3.- Propuestas directas desde **una web especialmente pensada** en su lenguaje.
- 4.-Encuentro final, también multitudinario, para presentar las conclusiones/propuestas, presentadas a través del teatro, danza, video y artes visuales.
- 5.- **Compromiso del intendente** de poner en marcha, inmediatamente, las cinco primeras.

## **Un relato desde el que hacerlo y proponerlo todo**

**La Plata, compartimos la ciudad** es la marca base y fundamental, con una submarca ahora estratégica que opta por **cultura primero con los jóvenes**. ¿Cómo contar a los jóvenes y a toda la ciudad esta sugerente submarca? Desde **un relato desde el que pensarlo todo**, proponerlo todo, hacerlo/gestionarlo y comunicarlo todo y evaluarlo.

***Vamos a implicar a los jóvenes que viven, estudian, trabajan o están en paro en la ciudad para energizarla desde sus ideas y proyectos creativos porque podrán compartirlos entre ellos, con todos los ciudadanos, con los que nos visitan y con la red de ciudades de la provincia.***

***Son tiempos de innovación, de transformaciones radicales en La Plata: son tiempos de ideas y proyectos otros, jóvenes, apasionados, que empujen futuro compartido.***

***La Plata apuesta, en cultura, más por sus plurales jóvenes innovadores y colaborativos.***

*¿Os sumáis?*

## **El Pasaje Dardo Rocha como epicentro motor de la cultura con los jóvenes con propuestas imprescindibles**

El Pasaje Dardo Rocha está situado en el centro de la ciudad, con una presencia arquitectónica rotunda y una propuesta cultural hoy declinante: **debe reconvertirse**, en un mes, **para transformarse en motor de energía para la cultura con los jóvenes.**

### ***A.- Algunas indicaciones para esta apertura que debe mimarse***

- 1.- Muestra gráfica de los grupos colaborativos y creativos de jóvenes que ya funcionan en la ciudad: los jóvenes en La Plata son emergentes e innovadores
- 2.- Al mismo tiempo, escenario de propuestas plurales de jóvenes en directo que están en las artes, las tecnologías, la ecología, el pensamiento...
- 3.- Fines de semana temáticos sobre cuestiones que preocupan especialmente a los jóvenes y han subrayado en la movilización para la escucha.
- 4.- Cinco talleres brillantes con los jóvenes impartidos por profesionales muy significados

### ***B.- Programación mensual y programación estacional con alguna propuesta muy notoria esta última***

A las propuestas de apertura deben seguirles un programa meditado, atrayente, para intereses variados, que conjugue apuestas para los días de la semana, los fines de semana y alguna acción extraordinaria que rompa los ritmos cada trimestre para suscita noticia, atracción y renovado interés.

### **C.- Dardo Rocha propone y comparte con la ciudad**

En ningún caso Dardo Rocha puede ser contemplado como un centro en exclusiva para la cultura con los jóvenes: es un motor para su cultura y, implicándoles colaborativa y creativamente, un motor también para la cultura de toda la ciudad.

A modo de ejemplos, Dardo Rocha está:

- 1.- En la reinención de la Republica de los Niños
- 2.- En el impulso de Meridiano Quinto y los barrios
- 3.- En el Centro Malvinas
- 4.- En la reimaginación contemporánea del patrimonio
- 5.- En un Festival del Bosque y sus centros para la cultura
- 6.- En la Fiesta de la Música y otras posibles acciones

## Algunos resultados desde la cultura con los jóvenes

Para cerrar este primer diseño de submarca, **algunos logros** para la ciudad:

- 1.- La Plata se posiciona en Argentina como ciudad universitaria desde el conocimiento avanzado: jóvenes proactivos y emergentes
- 2.- La Plata es ejemplo de patrimonio vivo inundado por la cultura contemporánea.
- 3.- La Plata opta significativamente por la cultura en todos sus barrios
- 4.- La Plata está con los jóvenes innovadores en su presente y su futuro

**Nota final 1:** este esbozo para la apuesta de submarca debe trabajarse con un pequeño equipo de inteligentes y sin miedo, lanzado y profesional, que pilote su implantación y desarrollo. Un equipo radicalmente plural, en el que predominen los jóvenes y, ojalá, mujeres. Este equipo debe cuidar especialmente la comunicación: nada frío, oficialista o solo lindo. Y debe lanzarse a la acción con ímpetu y sin red.

**Nota final 2:** me parece muy bueno optar primero por los jóvenes que en estos tiempos de gran transformación están demasiado desorientados, vulnerables y sin trabajo, mayormente.