

Asociaciones de lengua alemana como socias de la política cultural alemana en el extranjero

Perspectivas y recomendaciones a partir del caso de las asociaciones argentino-germanas

Marco Just Quiles



Apoyado por:



Dr. Kurt-Linster-Stiftung



Just Quiles, Marco (2018): Asociaciones de lengua alemana como socias de la política cultural alemana en el extranjero. Perspectivas y recomendaciones a partir del caso de las asociaciones argentino-germanas, Berlín, Buenos Aires y Bayreuth: Stiftung Verbundenheit mit den Deutschen im Ausland.

Copyright: Marco Just Quiles
Traducido al español por Maia Avruj

Contenido

| | |
|--|-----------|
| Resumen..... | 4 |
| 1 Introducción..... | 6 |
| 2 Asociaciones de lengua alemana en Argentina..... | 12 |
| 2.1 Estructura de las asociaciones y de sus miembros..... | 15 |
| 2.2 Actividades y comunicación de las asociaciones..... | 17 |
| 2.3 Vínculo con la lengua y la cultura alemanas..... | 20 |
| 2.4 Financiación y patrimonio..... | 23 |
| 2.5 Cooperación con agentes mediadores de la política cultural en el extranjero y otras instituciones locales..... | 25 |
| 2.6 Conclusión parcial en torno a las asociaciones de lengua alemana como socias de la política cultural en el extranjero..... | 27 |
| 3 Análisis individual de las asociaciones..... | 29 |
| 3.1 Asociaciones con fines determinados..... | 30 |
| 3.2 Asociaciones tradicionalistas..... | 43 |
| 3.3 Asociaciones tradicionalistas renovadas..... | 48 |
| 3.4 Asociaciones de nueva generación..... | 54 |
| 4 Recomendaciones a futuro..... | 59 |
| 4.1 Recomendaciones para las asociaciones..... | 59 |
| 4.2 Recomendaciones para la FAAG..... | 66 |
| 4.3 Recomendaciones para las instituciones alemanas..... | 75 |
| 5 Conclusión..... | 78 |
| 6 Bibliografía..... | 81 |

Resumen

El presente estudio pretende abordar la cuestión acerca del potencial de las asociaciones de lengua alemana para convertirse en socias estratégicas en el desarrollo de la política cultural alemana en el extranjero. A partir del caso de las asociaciones argentino-germanas, es posible recapitular las siguientes conclusiones:

1. Existe un potencial de sinergia entre las asociaciones y los agentes de mediación de la política cultural alemana en el extranjero, que hasta el momento no se ha aprovechado. Las asociaciones de lengua alemana, en tanto socias colaboradoras bien integradas a la red institucional local y altamente motivadas, podrían aliviar la carga de trabajo de los agentes de mediación cultural, quienes, mediante respaldo intelectual, podrían ofrecer a las asociaciones perspectivas de futuro como verdaderas mediadoras culturales.

2. Hoy en día ya son muchas las asociaciones de lengua alemana comprometidas con la promoción de la lengua y la cultura. Sin embargo, se sienten abandonadas por las instituciones alemanas. No desean, por lo general, apoyo económico, sino, ante todo, acompañamiento y orientación institucional. Precisan el estímulo y los materiales para poder desarrollar actividades orientadas a la política cultural alemana en el extranjero.

3. Mediante la cooperación con asociaciones, bien integradas a nivel social, los agentes de mediación cultural estarían en condiciones de ampliar el alcance de sus propuestas culturales y para la enseñanza de la lengua alemana. A su vez, las asociaciones podrían abrirles la puerta socialmente, especialmente fuera de las grandes ciudades.

4. Un trabajo conjunto con los agentes de mediación cultural podría garantizarles a las asociaciones de lengua alemana buenas perspectivas de futuro. Muchas de ellas se encuentran atravesando una crisis identitaria. Debido a las tendencias naturales de asimilación entre sus miembros, están perdiendo su vínculo con la cultura alemana actual. A través de nuevos estímulos político-culturales, las asociaciones, hoy en día “guardianes” de la tradición y las costumbres alemanas, podrían transformarse en verdaderos mediadores culturales.

5. Para concretar esta transformación, el presente estudio formula claras recomendaciones, dirigidas tanto a las asociaciones y los agentes de mediación cultural así como a la Federación de Asociaciones Argentino-Germanas (FAAG) y la representación alemana en el extranjero.

6. Las asociaciones deberían 1) ampliar sus vínculos interinstitucionales con otras asociaciones de lengua alemana y entidades locales; 2) buscar activamente establecer y fortalecer el contacto con instituciones locales y agentes de mediación de la política cultural en el extranjero; 3) diversificar las actividades destinadas a preservar las costumbres (por ejemplo, compromiso social, promoción de la cultura y de la lengua); 4) comprometerse a difundir una imagen actual de Alemania.

7. La FAAG debería desarrollar una mentalidad en torno a brindar servicios a sus miembros y no concentrarse exclusivamente en sus tareas representativas. En este sentido, debería 1) apoyar y fomentar las redes de cooperación entre las asociaciones miembro; 2) en su carácter de representante, responder a los intereses reales de sus miembros frente a instituciones y empresas tanto de origen alemán como argentino; 3) incentivar y asistir a las asociaciones que la componen en sus esfuerzos por diversificar sus propuestas y entablar vínculos de cooperación con otras entidades.

8. Los agentes de mediación en el marco de la política cultural en el extranjero deberían considerar a las asociaciones de lengua alemana como potenciales socias con la función de construir puentes y redes institucionales, y esforzarse, a su vez, por entablar una cooperación con las mismas. Asimismo, deberían incentivarlas en el plano político-cultural y ofrecerse como interlocutores.

9. La representación alemana en el extranjero es de gran importancia para la mayor parte de las asociaciones. Es por esto que mediante pequeños gestos simbólicos, como asistir a la fiesta que organiza una asociación o enviar una carta anual de agradecimiento, se puede generar gran simpatía y motivación, lo que será muy favorable para implementar las propuestas de cambio aquí planteadas.

10. El Ministerio Federal de Relaciones Exteriores debería expandir a otras regiones del mundo los programas de estímulo para comunidades alemanas que ya existen tanto en Europa Central y Oriental como en los Estados exmiembros de la URSS, así como también continuar el debate aquí planteado.

1 Introducción

El presupuesto que el Gobierno federal alemán destinó a la política cultural y educativa en el extranjero (por sus siglas en alemán, AKBP) para el año 2017 alcanzó los 1.790 millones de euros (Ministerio Federal de Relaciones Exteriores, 2016). Así, la AKBP, denominada tercera columna de la política exterior, asume un puesto importante en materia presupuestaria. Mediante una amplia red de agentes de mediación cultural¹ y socios en el extranjero, la AKBP aspira a fortalecer los vínculos con otras culturas y países y promover los intereses de Alemania en otras regiones del mapa (Oficina Académica del Parlamento Federal, 2007: 3). Entre sus herramientas clásicas se encuentra la difusión de la cultura y lengua alemanas así como también la promoción de vínculos de cooperación en materia de educación y economía.

El desarrollo en política interna y exterior define tanto las pautas principales como la puesta en práctica de la AKBP, quien, de esta manera, ha reorientado numerosas veces sus contenidos y ha experimentado cambios regionales de enfoque desde su creación en los años setenta. Incluso en los informes actuales del Gobierno federal se siguen presentando reestructuraciones de años anteriores, que teniendo en cuenta los procesos actuales, están signadas por la prevención de crisis, la promoción de la democracia y el abordaje de dinámicas de refugiados (Ministerio Federal de Relaciones Exteriores, 2016: 27).

Los cambios conceptuales de la AKBP conducen especialmente a los agentes de mediación cultural y a los socios en el extranjero a enfrentarse a desafíos inmediatos. A su vez, es necesario garantizar que temas como la calidad y eficacia del trabajo de intermediación entre ambas partes se traten en las regiones donde ya no son prioridad. Así, los recortes presupuestarios consiguientes podrían provocar en los países afectados no solo que disminuyan los programas de promoción de la lengua y la cultura, sino también que se reduzca el personal e, incluso, que se cierren instituciones culturales. Mientras tanto, dentro de la esfera educativa, el

¹ Se trata de organizaciones de la política cultural alemana en el extranjero, financiadas por el Ministerio Federal de Relaciones Exteriores, entre las cuales se incluyen el Instituto Goethe, el Instituto para las Relaciones Culturales Internacionales (IFA), el Servicio Alemán de Intercambio Académico (DAAD) y la Central para Colegios Alemanes en el Extranjero (ZfA). Tienen una amplia autonomía en el armado de sus programas, pero trabajan siguiendo las directivas establecidas por la política cultural en el extranjero (Ministerio Federal de Relaciones Exteriores, 2016).

recorte de presupuesto acarrea que se anulen programas de intercambio o de becas y que se reduzca el plantel de docentes alemanes en escuelas en el extranjero.

Ante dicha situación de vulnerabilidad, en el pasado siempre se ha hecho hincapié en la necesidad de tomar medidas para fortalecer a los agentes de mediación cultural. Así, un informe de la Oficina Académica (Wissenschaftliche Dienste, WD) del año 2007 recomienda evaluar con mayor profundidad el desempeño de estas organizaciones en forma periódica y realizar un esfuerzo mayor al evaluarse a sí mismas de manera interna. Se dedica especial atención a organizar la labor cultural y diversificar las distintas formas de cooperación con los socios en el extranjero. “Además de diseñar un programa cultural para el exterior más orientado a lo que el público desea, es necesario, ante todo, mejorar las formas de cooperación en la red de agentes de mediación cultural (...) con actores provenientes de los ámbitos económico y social” (Oficina Académica del Parlamento Federal, 2007: 23). Incluso en documentos más actuales se vuelve a remarcar la importancia de diversificar el trabajo conjunto con socios extranjeros (Ministerio Federal de Relaciones Exteriores, 2016: 18). El presente estudio se propone partir de estas inquietudes para investigar en qué medida estarían en condiciones las asociaciones de lengua alemana, un conjunto de actores locales que hasta el momento han sido considerados más bien marginales, de transformarse en socios estratégicos de los agentes de mediación en el marco de la política cultural en el extranjero.

Las asociaciones de lengua alemana pueden encontrarse en el gran número de países que históricamente ofrecieron un hogar a las crecientes comunidades germanoparlantes. Es posible mencionar, sobre todo, países de Europa Central y Oriental así como de ciertos Estados postsoviéticos, pero también de otras regiones del mundo, como por ejemplo, África y Latinoamérica. En lo que respecta a la AKBP, las comunidades de lengua alemana se conocen como grupos que “en sus países de origen construyen puentes hacia la política, la economía, la sociedad y la cultura” y que, de esta forma, fomentan el diálogo intercultural (Ministerio Federal de Relaciones Exteriores, 2016: 102). En ello reside la temática central en torno a iniciativas públicas para la promoción de estas comunidades en el extranjero, en particular, en Europa Central y del Este así como en los Estados exmiembros de la URSS. Proyectos que fortalecen la competencia

y la identidad se entienden principalmente como la “expresión de una corresponsabilidad histórica particular” (Ministerio Federal de Relaciones Exteriores, 2016: 102).

En el transcurso del presente estudio se ampliará esta perspectiva. Las comunidades de lengua alemana poseen gran potencial para asumir un rol más activo en la difusión de la lengua y la cultura alemanas. Hoy en día, ya son muchos los miembros voluntarios provenientes de distintas áreas que se comprometen en numerosas asociaciones, a quienes los une un sentimiento de pertenencia con Alemania y el deseo de activar culturalmente en sus localidades. Gracias a su anclaje social, a menudo las asociaciones, mediante sus actividades, llegan a un público más amplio que los agentes de mediación cultural. Este potencial se debería utilizar en beneficio mutuo.

Como se demuestra a continuación a partir del caso de las asociaciones argentino-germanas, muchas de ellas asumen tareas benéficas y culturales, para las que invierten una cantidad de tiempo considerable y recursos económicos propios. En algunos casos, ofrecen cursos de alemán autogestionados. Especialmente en zonas rurales alejadas de las grandes ciudades, las asociaciones de lengua alemana suelen ser percibidas como los representantes locales de Alemania. Son puntos de contacto para la población local interesada en la lengua y la cultura, así como también en las posibilidades de estudiar y trabajar en Alemania. Los agentes de mediación cultural deberían aprovechar esta presencia en la sociedad en beneficio mutuo y, a su vez, fortalecer la cooperación.

Actualmente, el vínculo entre la mayor parte de las asociaciones argentino-germanas y los agentes de mediación cultural es inexistente. Como excepción, se puede mencionar a las escuelas que forman parte de la iniciativa PASCH² por sus siglas en alemán, también conocida como “Los colegios, socios para el futuro”, que a menudo se inscriben como asociaciones civiles y que reciben el apoyo de la Central para Colegios Alemanes en el Extranjero (ZfA) y el Instituto Goethe. En los casos restantes, se trata de asociaciones culturales o clubes sociales o deportivos que, a los ojos de los agentes de mediación cultural y debido a su amplia preferencia por preservar las costumbres, solo contribuyen parcialmente en la difusión de una imagen actual de Alemania.

² La iniciativa PASCH abarca más de 1.800 colegios a nivel mundial, que otorgan gran importancia a la enseñanza de la lengua alemana. Ver también <http://www.pasch-net.de/de/index.html>.

Sin embargo, hay una gran cantidad de asociaciones que muestran gran interés por temas de actualidad alemana y que estarían interesadas en realizar una seria labor cultural. Debido al contacto limitado que tienen con los agentes de mediación cultural, no obstante, les resulta sumamente difícil conseguir la información y los materiales necesarios. De allí que lamentablemente no es posible aprovechar su capacidad organizativa y sus excelentes conexiones locales para cumplir los objetivos generales de la política cultural alemana en el extranjero. Los agentes de mediación cultural deberían buscar activamente el contacto con las asociaciones y ofrecerles orientación en materia de políticas culturales. Así, los agentes mediadores podrían coordinar el accionar voluntario de las asociaciones, de manera tal que contribuya con su propio trabajo.

Una mayor cooperación con estos organismos respaldados por el Ministerio Federal de Relaciones Exteriores resulta, asimismo, de gran interés para las asociaciones, para quienes, en el mejor de los casos, el trabajo conjunto podría garantizar importantes perspectivas de futuro. Como se detalla a continuación, muchas asociaciones deben enfrentarse a grandes desafíos. Por un lado, se encuentran completamente solas en lo que respecta a cuestiones económicas y organizativas. Por otro lado, debido a la falta de información acerca de la Alemania contemporánea, las asociaciones tradicionalistas en particular tienen grandes dificultades para sostener los vínculos con su antiguo país de origen. Hoy en día, como consecuencia de la asimilación de sus miembros (argentinización), ya no cumplen con su rol pasado como refugio social para inmigrantes de habla alemana. Por tal motivo, ya no es suficiente preservar las costumbres y las tradiciones para lograr que las jóvenes generaciones se unan a las asociaciones. La consecuencia es un creciente envejecimiento de sus miembros y la ausencia de nuevas generaciones. El número decreciente de socios, por otra parte, repercute en la crítica situación económica y en la disminución de actividades. En las asociaciones tradicionalistas renovadas es en menor medida la estructura de miembros, sino, sobre todo, el ya mencionado déficit de información sobre Alemania lo que dificulta que las actividades estén más orientadas al ámbito político-cultural. En ambos casos, un respaldo intelectual de los agentes de mediación cultural mejoraría la proyección a futuro de las asociaciones.

Para poner en marcha el trabajo conjunto entre las asociaciones de lengua alemana y los agentes de mediación de la política cultural en el extranjero, es necesario un mediador institucional. En el caso de Argentina, debería ser la Federación de Asociaciones Argentino-Germanas (FAAG), que actualmente ejerce la representación de 57 asociaciones en todo el país y está en contacto con más de otras 100. Al mismo tiempo, desde su fundación en 1955, mantiene vínculos estrechos con la representación alemana en el extranjero, los agentes de mediación cultural y las empresas alemanas radicadas en Argentina. Por consiguiente, la FAAG es la institución indicada para promover una mayor cooperación institucional.

Sin embargo, es necesario aclarar que el funcionamiento de la federación se encuentra fuertemente limitado. Debido a dificultades económicas y un personal reducido, en las últimas décadas la FAAG no solo perdió influencia política, sino que también descuidó el contacto con los miembros de las asociaciones. La federación no dispone de canales efectivos de comunicación ni de una visión clara acerca de qué funciones debería asumir para con sus miembros. Por ende, actualmente no puede cumplir con sus tareas clásicas como figura centralizadora y representante de intereses, ya que no conoce las necesidades ni el potencial de las asociaciones que la componen. Con el fin de que sus deseos e inquietudes sean cada vez más escuchados y, en este contexto, para promover la cooperación con los agentes de mediación cultural, es fundamental realizar una reforma urgente de la FAAG.

¿Qué medidas deberían tomar las asociaciones, los agentes de mediación cultural y la FAAG? El presente estudio ofrece respuestas concretas al respecto. A continuación se describirá el paisaje diverso de asociaciones argentino-germanas, se identificará tanto sus problemas como sus capacidades y se formularán posibles soluciones. La conclusión central del informe es que existe un potencial de sinergia entre las asociaciones y los agentes mediadores de la política cultural en el extranjero que hasta el momento no fue aprovechado. Las asociaciones de lengua alemana, en tanto posibles socias colaboradoras con buenas conexiones institucionales y una alta motivación, podrían aliviar la carga de trabajo (costoso y demandante) de los agentes de mediación cultural, quienes, por su parte, mediante apoyo intelectual, podrían ofrecer a las asociaciones una perspectiva de futuro como verdaderos mediadores culturales.

La presente publicación surge en el marco de un proyecto de investigación y asesoramiento de tres meses de duración, por iniciativa de la FAAG y por encargo del anterior Delegado del Gobierno Federal para Asuntos relativos a los Inmigrantes de Ascendencia Alemana y las Minorías Nacionales, el Sr. Hartmut Koschyk. El proyecto recibió el apoyo de la Fundación Verbundenheit mit den Deutschen im Ausland, la Fundación Dr. Kurt Linster, Lufthansa y el Ministerio Federal de Relaciones Exteriores.

Para la investigación, se armó una encuesta en línea que le fue enviada a 63 asociaciones, de las cuales 34 la respondieron de manera completa. Se recabó información adicional mediante la visita a 25 asociaciones, entre el 8 de enero y el 6 de febrero de 2018, durante la cual se conversó con representantes de la Embajada de Alemania en Buenos Aires, el Instituto Goethe de Buenos Aires, el departamento de cultura y comunicación del Ministerio Federal de Relaciones Exteriores y la Central para Colegios Alemanes en el Extranjero.

El estudio se divide en tres partes. La primera resume la situación general de las asociaciones de lengua alemana en Argentina, basándose en los resultados obtenidos en la encuesta en línea. En la segunda parte, se realiza un análisis detallado de las asociaciones y se demuestra mediante ejemplos el potencial existente para la cooperación con agentes de mediación cultural, para lo cual se subdivide a las asociaciones en cuatro categorías. Por último, se proponen medidas para las asociaciones, la FAAG, los agentes de mediación cultural y la representación alemana en el extranjero.

Si bien el siguiente análisis refleja el contexto argentino, las propuestas a futuro tienen una relevancia general. Argentina resulta un caso adecuado para desarrollar este estudio, ya que cuenta con numerosas asociaciones que funcionan activamente en todo el país. Por otro lado, es uno de los pocos países donde las asociaciones de lengua alemana están representadas por una federación que podría fomentar de manera significativa una mayor cooperación con los agentes de mediación cultural. Las conclusiones de este estudio se proponen impulsar un debate profundo acerca de cómo las comunidades de lengua alemana podrían transformarse en socias activas de la política cultural en el extranjero.

2 Asociaciones de lengua alemana en Argentina

Las comunidades de lengua alemana en Argentina tienen una larga trayectoria. Fuentes históricas documentan la aparición de los primeros alemanes en el siglo XVI (Wulffen, 2010; Lütge et. Al., 2017). Si bien en los inicios se trató, en mayor medida, de comerciantes, marineros y clérigo, el número de inmigrantes alemanes creció especialmente desde fines del siglo XIX. Teniendo en cuenta la buena situación económica y la política de desarrollo promovida por el Estado, hasta inicios del siglo XX se asentaron en Argentina alrededor de 66.000 migrantes de lengua alemana (Oelsner, 2007)³. Luego de la Primera Guerra Mundial, volvió a aumentar considerablemente la inmigración proveniente de Alemania. Así, entre 1918 y 1933, 130.000 alemanes se establecieron en territorio argentino (Wulffen, 2010: 95). A partir de 1933 y hasta entrados los años sesenta, otros miles de origen alemán se radicaron en el país, entre ellos 40.000 judíos. Según estimaciones actuales, la cifra de germanoparlantes en Argentina asciende hoy en día a aproximadamente 300.000 y se estima que son más de un millón las personas con raíces alemanas (Sauveur-Henn, 2010: 51).

Como todo inmigrante europeo, muchos alemanes fundaron asociaciones y escuelas. El vínculo con su país natal, las pérdidas a nivel social y la falta de adaptación promovieron la creación de instituciones. Al inicio de la Primera Guerra Mundial, ya eran cuarenta las asociaciones de lengua alemana, incluyendo clubes deportivos, orquestas, establecimientos de salud, organizaciones de beneficencia, comunidades eclesíásticas y asociaciones profesionales (Wolf, 2007: 18). En 1931, la cantidad de entidades llegó a 87, que ya no se encontraban exclusivamente en Gran Buenos Aires, sino también cada vez más en otras provincias.

La llegada al poder del nacionalsocialismo en Alemania y la Segunda Guerra Mundial repercutieron en las asociaciones de lengua alemana en Argentina. Por un lado, la comunidad se dividió entre partidarios y opositores. Por otro, luego de que Argentina le declarara la guerra a Alemania, a partir de 1945 todo el patrimonio de instituciones y asociaciones alemanes en Argentina fue incautado (Wulffen, 2010: 95). La confiscación llevó a la creación de la

³ Esta cifra comprende también a los inmigrantes provenientes de Suiza y Austria.

Federación de Asociaciones Argentino-Germanas en 1955, que en su rol en tanto representante de los intereses de las asociaciones de lengua alemana, hizo efectivas a partir de 1965 la restitución y la compensación de bienes y propiedades (Wolf, 2007: 25).

Desde la reanudación de sus actividades en los años sesenta, las asociaciones han atravesado un creciente aislamiento y distanciamiento de su país de origen. Por un lado, se redujo masivamente la inmigración desde la década del setenta y con ello, el número de miembros de las asociaciones que están en contacto directo con Alemania, Austria o Suiza. Por el otro, se comprueba un creciente distanciamiento en el plano institucional. En el caso particular de Alemania, la colaboración oficial se limitó, en la medida de lo posible, al trabajo con los colegios de lengua alemana en el extranjero (Wolf, 2007: 25).

Este devenir condujo a que, hoy en día, muchas asociaciones de lengua alemana no difundan una imagen actual de Alemania. Las costumbres alemanas (como la cocina tradicional, los bailes y las canciones populares) se convierten en elementos creadores de identidad. En parte como resultado de una falta de interés, pero mayoritariamente por falta de información actual, surge un distanciamiento de la cultura alemana contemporánea y de esta forma, las asociaciones preservan una imagen anticuada. Como se demostrará mediante ejemplos en el siguiente análisis, presentan, sin embargo, diferencias significativas en lo que a esto respecta.

Actualmente existen en Argentina alrededor de 200 asociaciones activas de lengua alemana. El número exacto varía, ya que no se dispone de un registro societario sistemático. Las pocas publicaciones sobre este tema hablan de 169 (Wolf, 2007), 193 (Hepe, 2005) y 200 (Lege, 2007) asociaciones respectivamente.

Considerando la investigación exhaustiva de Nina Wolf (2007), es posible obtener una representación de cómo están distribuidas geográficamente las asociaciones en territorio argentino. La mitad se encuentra en el Gran Buenos Aires (51 %); le siguen Misiones (14 %), Santa Fe (8 %), Córdoba (6 %), Entre Ríos (5 %) y Chaco (4 %), y el resto de las asociaciones se dividen de forma menos concentrada en las 23 provincias restantes. Algunas regiones presentan una suma particularmente alta de comunidades de inmigrantes, como por ejemplo, la provincia de Entre Ríos, que alberga a

muchos descendientes de alemanes del Volga que emigraron desde la actual Rusia hacia la Argentina en la segunda mitad del siglo XIX.⁴ En Misiones, por su parte, se asentaron originariamente muchas familias provenientes del sur de Alemania (Sauveur-Henn, 2010: 31).

Actualmente, las asociaciones de lengua alemana son muy heterogéneas en cuanto a sus actividades. Los estudios existentes las clasifican, ante todo, según los campos principales de acción, que igualmente se entrecruzan. Así, el estudio de Wolf (2007) indica que el 78 % de las asociaciones encuestadas se desempeñan en el ámbito de la cultura y la preservación de costumbres y tradiciones. El 50 % se considera a sí mismo como una entidad con actividades de beneficencia y un 48 % se sitúa en el ámbito educativo. Hasta un 30 % de las asociaciones afirman realizar actividades musicales y deportivas. Debido a la posibilidad de seleccionar más de una opción para cada pregunta y al tamaño reducido del muestreo (54 asociaciones), la utilidad de los resultados es, sin embargo, limitada. Entre las 102 asociaciones que fueron tomadas en cuenta para su estudio, Klaus-Wilhelm Lege (2007) registra del ámbito educativo (31 %), cultural (22 %) y benéfico (16 %), clubes deportivos (12 %) y sociales (10 %), comunidades religiosas (10 %) y asociaciones de profesionales (8 %). También en este caso, debido al tamaño reducido del grupo encuestado, la pertinencia del estudio es limitada.

De un total de 54 asociaciones miembro de la FAAG consultadas para este estudio, 34 respondieron por completo la encuesta, por lo que tampoco es posible en este caso pretender abordar la problemática en su totalidad. Los siguientes resultados ofrecen, entonces, un panorama general introductorio. Como demuestra la segunda parte, se puede llegar a conclusiones relevantes tras haber realizado una evaluación por separado de los distintos tipos de asociaciones. Con este propósito, el presente informe elige una tipificación distinta a la de los estudios anteriores ya mencionados.

A continuación, se presentarán los resultados de la encuesta. La información se dividirá según la estructura de las asociaciones y de sus miembros, sus actividades y comunicación, su relación con la lengua y la cultura alemanas,

⁴Una gran parte de los alemanes del Volga llegaron a Argentina en 1878. En la provincia rural de Entre Ríos fundaron 130 asentamientos, de los cuales algunos aún hoy existen y son conocidos como Aldeas Alemanas. Alrededor de 1940, se estimaba que vivían en Argentina 130.000 alemanes del Volga. Se calcula que hoy en día la cifra de sus descendientes es de 800.000 (Sauveur-Henn, 2010: 51).

su financiamiento y patrimonio, y su cooperación con agentes de mediación cultural y otras instituciones. Se ofrecerá, por último, una evaluación del potencial de las asociaciones de lengua alemana de cara a su posible rol como socias en la política cultural en el extranjero.

2.1 Estructura de las asociaciones y de sus miembros

Las asociaciones de lengua alemana se diferencian de forma bastante definida según el número de miembros, que puede ir desde los 50 hasta un máximo de 1.000. Los colegios, las asociaciones orientadas al fomento escolar y los clubes deportivos suelen tener mayor cantidad de miembros que las asociaciones culturales y para la preservación de usos y costumbres.⁵ Conforme a los datos recabados para el presente informe, el promedio es de 300 miembros. Casi el 50 % de las asociaciones consultadas tienen menos de 100; el 39 %, menos de 500; y un porcentaje menor al 12 %, entre las que se encuentran principalmente colegios y clubes deportivos, más de 800 miembros.

A su vez, es posible identificar grandes diferencias en la estructura por edad según las categorías de asociaciones. Mientras que los clubes deportivos poseen tendencialmente una gran cantidad de miembros menores de treinta años, el promedio de edad en las asociaciones culturales y orientadas a preservar usos y costumbres está, generalmente, por encima de los sesenta. Aquí se comprueban, a su vez, diferencias significativas entre las asociaciones de Buenos Aires y sus alrededores, por un lado, y las de otras provincias por otro, donde la franja etaria oscila entre los treinta y los sesenta años.

Como se ejemplificará a continuación, la edad de los miembros desempeña un papel importante. Es evidente que las asociaciones con miembros más jóvenes están dirigidas, por lo general, a un público (argentino) más amplio, que buscan un mayor contacto con sus socios locales y que recurren de manera más habitual a los nuevos medios de difusión para su comunicación interna y externa. En las asociaciones con miembros de mayor edad, se limitan las actividades principalmente a celebrar fiestas tradicionales, lo que repercute negativamente en la búsqueda de nuevos miembros, ya que los jóvenes no se sienten atraídos por este tipo de propuestas.

⁵ Según Wolf (2009), el 68 % de las asociaciones tiene hasta un máximo de 250 miembros, mientras que las entidades con más de 1.000 solo representan menos de un 10 % (Wolf, 2007: 42).

Las estructuras institucionales suelen ser relativamente uniformes y responden a las regulaciones comunes para obtener la personería jurídica en Argentina. Todas las asociaciones cuentan con una junta directiva (de aproximadamente 12 personas), compuesta generalmente por un presidente, un tesorero y varios vocales. Solo el 40 % de las entidades dispone de un responsable que coordine el trabajo con los miembros menores de treinta años. Teniendo en cuenta que más del 83 % de las asociaciones afirma que una de sus prioridades actualmente es atraer a un público joven, deberían, entonces, designar a alguien a cargo de las propuestas dirigidas a la juventud.

En promedio, los miembros de la junta directiva tienen más de sesenta años. Se registran excepciones en algunas asociaciones de las provincias, donde son los hijos de la generación que ya pasó los sesenta quienes asumen la gestión de las instituciones. El rejuvenecimiento de las juntas directivas repercute positivamente en el uso de medios de comunicación y redes sociales, la apertura social y la diversificación de actividades. Las asociaciones cuya estructura así lo permita, deberían impulsar una mayor participación de las jóvenes generaciones en sus órganos de gobierno.

Casi la mitad de las asociaciones consultadas cuenta con personal fijo. Se trata, por lo general, de los grandes clubes deportivos y colegios, así como también de las entidades que ofrecen servicios, por ejemplo, las organizaciones de beneficencia y las asociaciones de profesionales. Las asociaciones culturales y orientadas a preservar usos y costumbres, por el contrario, subsisten casi exclusivamente gracias a los miembros que se comprometen de manera voluntaria.

En base a sus estructuras institucionales, el mayor desafío hoy en día gira en torno al hecho de que la cantidad de miembros disminuye permanentemente. Más del 62 % de las asociaciones define esta situación como problemática. Si bien las principales afectadas son las instituciones culturales y de usos y costumbres en Gran Buenos Aires, también los clubes deportivos están sufriendo una disminución gradual de sus socios. En este contexto, la conducción de la Sociedad Alemana de Gimnasia (DWG) señala que de los 4.000 miembros que tenían en los noventa, sufrieron un

retroceso que los dejó al día de la fecha únicamente con 1.000. Entre las razones concretas, se nombran el desinterés generalizado por afiliarse a entidades a largo plazo, así como la creciente competencia de los countries, que ofrecen una opción más exclusiva.

Resumiendo, muy pocas asociaciones cuentan con una estrategia bien elaborada para contrarrestar la pérdida de socios. Los pocos miembros nuevos reclutan a sus propios familiares, pero ya en edad escolar o, a más tardar, en edad universitaria, la mayoría de los jóvenes se desasocian. Solo en casos excepcionales, algunas asociaciones dentro del país han logrado, mediante propuestas innovadoras y cooperación con otras instituciones, atraer nuevos miembros. Sin embargo, son muy pocos quienes se afilian debido a un sentimiento de pertenencia con las raíces.

2.2 Actividades y comunicación de las asociaciones

Las asociaciones de lengua alemana ofrecen una amplia variedad de actividades, que, como se demuestra en el análisis detallado, es posible diferenciar según los tipos de asociaciones. Clubes deportivos, establecimientos educativos y organizaciones de beneficencia cuentan con un perfil de propuestas orientadas a fines en los campos de acción correspondientes. En el siguiente análisis figurarán como asociaciones con fines determinados. Las instituciones culturales y orientadas a preservar usos y costumbres presentan, en este sentido, mayor heterogeneidad, ya que sus actividades varían desde fiestas, clases de baile y de cocina, eventos de beneficencia hasta cursos de idioma autogestionados, exposiciones y eventos culturales.

Los resultados de la encuesta demuestran que las fiestas de las asociaciones o tradicionales aún forman parte de las actividades con mayor relevancia (ver imagen 1). Casi el 80 % de las asociaciones consultadas celebran fiestas regularmente. Le siguen los cursos (55 %) y las actividades musicales (42 %), mientras que un 35 % organiza con frecuencia cursos de idiomas y eventos culturales (exposiciones, conferencias, conciertos, etc.) (ver imagen 1).

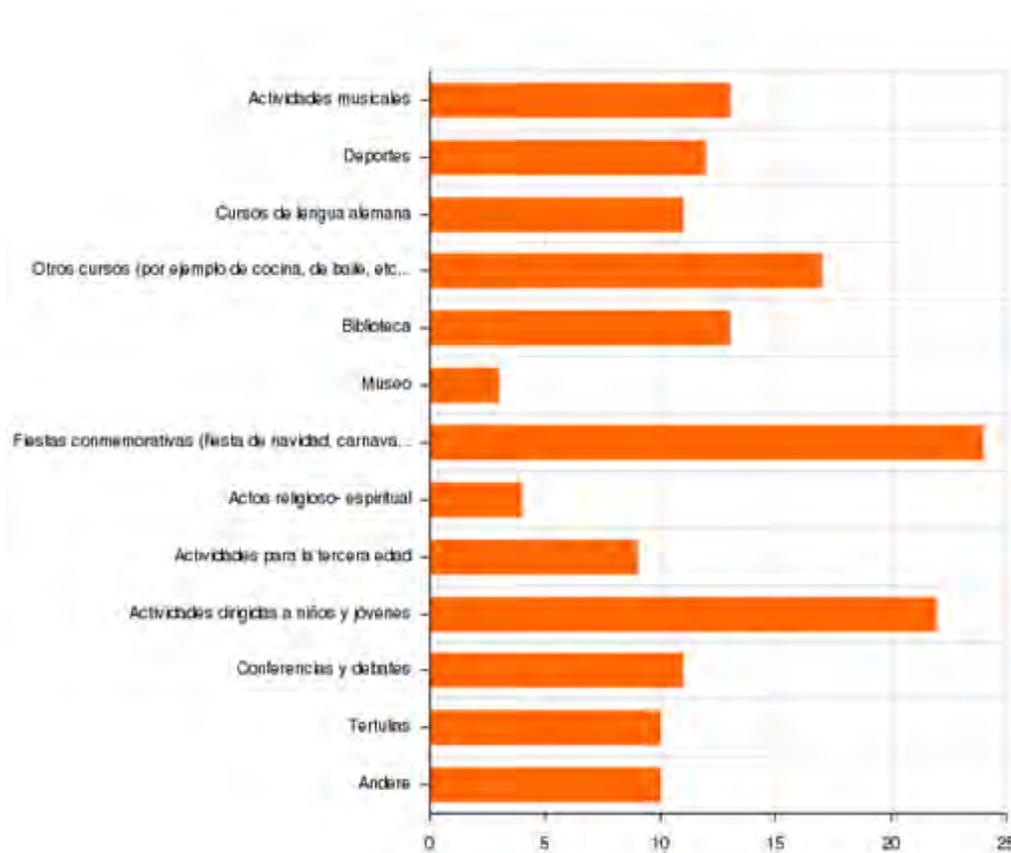


Imagen 1: Propuestas de las asociaciones (en función de cantidades)

El hecho de que se le dé tanta importancia a las fiestas tradicionales responde, en parte, a una falta de alternativas. La organización de cursos de idiomas y actividades culturales supone no solo la necesidad de capital inicial, sino también de información y materiales. En este punto, la mayoría de las asociaciones no cuentan con apoyo externo de ningún tipo. Debido a la falta de contacto con sociedades culturales y agentes de mediación cultural, no suelen recibir orientación en cuanto a contenidos. Demuestran, no obstante, una sorprendente capacidad creativa y motivacional.⁶

Las fiestas tradicionales todavía cumplen, a su vez, una función relevante a nivel económico y social. Además de ser una fuente significativa de ingresos para muchas asociaciones, también son un medio efectivo para darse a conocer en sus respectivas localidades. La mezcla de tradición y comida resulta muy popular en Argentina. Estos eventos atraen un número considerable de asistentes en función de la capacidad organizativa de cada

⁶ Por ejemplo, debido a la falta de materiales, la Fundación Wachnitz de Eldorado, Misiones organizó en 2017 una exhibición sobre los mercados navideños con fotos que obtuvieron de internet e imprimieron ellos mismos.

asociación. En las provincias, estas fiestas suelen formar parte, a menudo, de los eventos locales de mayor envergadura, superando los 1.000 participantes. Esto proporciona a las asociaciones buenas conexiones a nivel institucional, que, por ejemplo, no poseen los agentes de mediación cultural.

Muchas asociaciones han reconocido que una mayor apertura para con la población local repercute positivamente en sus perspectivas de futuro. Ganar visibilidad aumenta las chances de atraer nuevos miembros y de entablar vínculos de cooperación con actores locales. El 85 % de las asociaciones consultadas para este estudio afirman que sus actividades regulares están dirigidas a un público amplio. Algunas ofrecen, por ejemplo, clases de baile, proyecciones de películas y ciclos de conferencias sin costo alguno. La exclusividad de muchas asociaciones, elemento en el que se hizo hincapié en otros estudios (Wolf, 2007: 70), parece haber pasado a un segundo plano frente a los desafíos actuales.

Con el objeto de intensificar el contacto con la población local, las asociaciones requieren de canales de comunicación efectivos. Las redes sociales son, hoy en día, el medio de difusión más generalizado. Más del 70 % de las asociaciones consultadas cuentan con una página de Facebook, una cuenta de Twitter o de Instagram. El uso de nuevas tecnologías está ingresando progresivamente en las asociaciones tradicionalistas con socios de edad avanzada. Debido a sus altos costos en comparación, la publicidad impresa y los anuncios publicitarios en radio se utilizan cada vez menos, con la excepción de los avisos gratuitos en el *Argentinisches Tageblatt* (Diario Argentino), recurso al que recurren exclusivamente las asociaciones de Buenos Aires. Asimismo, en algunas áreas metropolitanas donde residen comunidades descendientes de alemanes del Volga, mayoritariamente en Entre Ríos, existe una red de canales de radio que funciona eficientemente.

En un futuro, las asociaciones deberían perseguir más enérgicamente la tendencia de abrirse al mundo. Las actividades deben estar dirigidas a un público más amplio para así expandir el círculo de potenciales nuevos miembros. La consiguiente vinculación entre asociaciones e instituciones aumenta, por su parte, el interés de los agentes de mediación cultural por entablar vínculos de cooperación, quienes con sus propuestas solo llegan, por lo general, a una pequeña parte de la población. Las asociaciones locales bien integradas en la red institucional podrían abrir la puerta socialmente

a los agentes de mediación cultural. Cuanto más intente la asociación entablar contacto con la sociedad toda, mayores serán las chances de establecerse como socia en materia de política cultural en el extranjero.

2.3 Vínculo con la lengua y la cultura alemanas

El vínculo con la lengua y la cultura alemanas varía significativamente según el tipo de asociación. Tanto en los institutos de idiomas como en los colegios, se hace hincapié, como es de esperar, en preservar la lengua alemana a través de un trabajo intensivo. Se presta especial atención a la difusión de una imagen moderna de Alemania. En algunos casos, se contrata personal alemán o que se haya formado en Alemania, que pueda contribuir de forma sustancial en la transmisión de la cultura alemana contemporánea. Algunas instituciones educativas consultadas, no obstante, se sienten abandonadas en lo que respecta al suministro de materiales y a la creación de contactos con instituciones socias en Alemania.⁷

En las asociaciones culturales y los clubes deportivos, la relación con la lengua alemana y con la Alemania actual es significativamente menor. Si bien en casi todas se comprueba un gran interés por estudiar la lengua, son pocas las asociaciones que logran dictar de manera constante cursos de idiomas organizados sin ayuda externa. Con todo, un cuarto de las asociaciones consultadas afirma que ofrece clases de alemán periódicamente (con excepción de los establecimientos de enseñanza). Es un logro notable, considerando que estas asociaciones afrontan los costos de personal docente y de materiales mediante la autofinanciación.

En general, sin embargo, la pérdida progresiva de la lengua alemana en las asociaciones es considerada hoy en día uno de los principales problemas. Cada vez hay menos miembros que tengan un buen dominio del alemán. Casi el 80 % de las asociaciones consultadas comenta que el idioma que se habla en la cotidianeidad de sus instituciones es el español. Esto demuestra

⁷ El concepto de establecimientos alemanes de enseñanza abarca tres tipos de escuelas. En Argentina hay cuatro de los considerados oficialmente “colegios alemanes en el extranjero” (*DAS-Schulen*), quince colegios argentinos de lengua alemana que otorgan el *Deutsches Sprachdiplom (DSD-Schulen)* y once colegios argentinos que tienen clases de alemán en la currícula (*FIT-Schulen*). Mientras que los primeros dos tipos son supervisados por la Central para Colegios Alemanes en el Extranjero, el Instituto Goethe guía a los terceros, que, asimismo, sostiene tres sedes en distintas regiones de Argentina y coopera en la promoción de la lengua con un total de once instituciones socias, dos Centros Goethe y nueve sociedades culturales.

que especialmente los miembros menores de treinta años se comunican en un 90 % en su lengua materna (en la franja etaria que va de los treinta a los sesenta años, se trata de un 80 %).

La pérdida de protagonismo de la lengua alemana se debe, también, a las limitadas oportunidades de aprender el idioma, particularmente en áreas rurales. Casi la mitad de las asociaciones señala que no se ofrecen clases de alemán en zonas accesibles o que los cursos son demasiado caros. El 40 % de las asociaciones consultadas coincide en que los precios de los cursos de idiomas del Instituto Goethe son demasiado altos. Por lo tanto, la familia sigue siendo el lugar principal en el que se transmite la lengua alemana (52 %), seguido de las escuelas (27 %). Los colegios alemanes en el extranjero, que en Argentina son muy costosos, no están al alcance de cualquier poder adquisitivo y, a su vez, se encuentran mayoritariamente en el Gran Buenos Aires.

El hecho de que la lengua y la cultura se transmitan predominantemente en las casas contribuye, a menudo, a preservar la imagen anticuada de Alemania que tienen los miembros de las asociaciones. Al tener cada vez menos conocimiento del alemán, se consumen por lo general menor cantidad de medios de comunicación alemanes, que podrían transmitir una imagen actual del país. Así, solo el 27 % de las asociaciones admite que los medios alemanes de difusión internacional, como la Deutsche Welle, cumplan una función relevante entre sus miembros. Similar (34 %) es el caso de la prensa argentina de lengua alemana, como el *Argentinisches Tageblatt*. Para los miembros menores de treinta años, son estos medios incluso aún menos relevantes. Las redes sociales, por el contrario, funcionan más fácilmente como punto de contacto con la lengua y la cultura alemanas. Sin embargo, haciendo referencia a esta franja etaria, la familia también ocupa aquí el primer puesto.

En la encuesta en línea se preguntó, asimismo, acerca del interés por Alemania, especialmente de los miembros menores de treinta años. El deporte, las oportunidades educativas y la lengua alemana son los temas que mayor interés despiertan entre los jóvenes. La literatura, la música y el arte, por el contrario, no son tan recurrentes en comparación, mientras que la vida moderna, la tecnología y la economía figuran en la lista de temáticas interesantes para la mitad de las asociaciones encuestadas.

En general, el interés por temas sociales actuales, el mundo moderno y la historia más reciente está mucho más presente en las asociaciones de las provincias que en las tradicionalistas del Gran Buenos Aires. En este sentido, resulta interesante porque las instituciones que no se encuentran en la capital, por lo general, no preservan contacto directo alguno con Alemania y no suelen tener ningún alemán nativo entre sus miembros. Parecería que este distanciamiento promueve el interés por la Alemania actual.

En comparación, muchas asociaciones culturales y orientadas a preservar usos y costumbres ubicadas en el Gran Buenos Aires se identifican, en gran medida, con elementos tradicionales de la cultura alemana, como son los trajes y la cocina típica, las canciones populares y los “valores alemanes”; mientras que no suelen incorporar conocimientos sobre las tendencias de hoy en día y la cultura alemana contemporánea. El hecho de que se focalice en una imagen tradicionalista de Alemania repercute de forma más bien desalentadora en los agentes de mediación de la política cultural en el extranjero de cara a una posible cooperación. Como se pone de manifiesto de forma adecuada en el análisis de Wolf (2007: 71), una definición tradicionalista de la cultura alemana delimita “no solo las perspectivas de futuro generalizadas de las asociaciones (...), sino también su función general como portadoras y productoras de cultura (...)”.

Por lo tanto, todas las asociaciones deberían estar interesadas en ampliar sus conocimientos sobre la Alemania actual. En tanto elementos que crean identidad, las tradiciones y los usos y costumbres desempeñan, sin duda alguna, un rol fundamental en las asociaciones de lengua alemana. Con vistas a una mayor cooperación con los agentes de mediación cultural, sería recomendable ofrecer una visión completa de Alemania, que abarque lo tradicional y lo actual. Solo de esta manera, las asociaciones podrán superar el desafío de adaptarse al paso del tiempo y, a la vez, no perder su vínculo con Alemania. Adoptar una imagen actualizada del país de referencia serviría, a largo plazo, para contrarrestar una inminente pérdida de identidad.

2.4 Financiación y patrimonio

La situación económica de las asociaciones varía en gran medida según su tamaño. En general, el presupuesto anual oscila entre los 2.000 y los 400.000 euros. Mientras que las asociaciones culturales y orientadas a preservar usos y costumbres se ubican en el último escalafón de la lista, los colegios y los clubes deportivos disponen de montos considerablemente más altos.

La mayor parte de las asociaciones se financian principalmente mediante la cuota de sus miembros. En ciertos casos, suelen alquilar sus instalaciones, por ejemplo, para fiestas privadas o a concesiones, como restaurantes, gimnasios, etc. Como ya se ha mencionado, las fiestas que organizan las asociaciones son una fuente importante de ingresos. Las donaciones de empresas u otras instituciones no constituyen la norma, ya que solamente el 6 % de las asociaciones encuestadas recibe ayuda económica por parte de compañías. Los clubes deportivos perciben, en parte, sumas mínimas a través de patrocinadores. Sin embargo, en general, el patrocinio fue decayendo en las últimas décadas. Por su habilidad en los negocios, algunas asociaciones consiguen descuentos de cervecerías locales al realizar sus fiestas. El apoyo económico externo es, no obstante, más bien poco usual.

Con ello, las cuotas de los miembros conforman la base de ingresos de las asociaciones. La disminución tendencial de miembros repercute, por lo tanto, en su situación económica. Las cuotas se diferencian según el tipo de asociación. En clubes deportivos van de 20 a 40 euros por mes, mientras que en las asociaciones culturales y de usos y costumbres suelen ser de entre 5 y 15 euros mensuales. Sin embargo, la situación económica general de Argentina llevó, en las últimas décadas, a que una parte de los miembros no pueda pagar la cuota.

A pesar de la crítica situación económica, tan solo un mínimo de las asociaciones lucha por su existencia. Por lo general, disponen de una sede y de propiedades que se encuentran, a menudo, excelentemente ubicadas. Casi el 80 % de las asociaciones consultadas posee inmuebles y otro 40 %, terrenos. Este es un factor importante de estabilidad y proporciona un argumento convincente para entrar en contacto con los agentes de mediación cultural. Las sedes de las asociaciones, que en parte son muy

representativas, son ideales para albergar eventos culturales. Así, en cooperación con las asociaciones, los agentes de mediación cultural podrían presentar sus propuestas en regiones donde no tienen representación alguna.

Para mejorar la situación económica parcialmente crítica de las asociaciones, los dirigentes deberían evaluar nuevas posibilidades de financiación. Por el momento, no se debe esperar un apoyo económico directo por parte de los agentes de mediación cultural y de la representación alemana en el extranjero. Por el contrario, se deberían revisar las propuestas del Estado argentino para promover la cultura y pedir que se lleven a cabo (<https://www.cultura.gob.ar/convocatorias/>). En este contexto, la FAAG debería ofrecer acompañamiento y asesoramiento institucional. Esto debería funcionar de igual manera para las asociaciones al negociar con las autoridades locales respecto a beneficios fiscales, previstos en la Ley de Asociaciones Civiles, N° 24.057. Muchas de las asociaciones encuestadas han manifestado de forma explícita que aspiran a recibir apoyo de la FAAG. Las asociaciones deberían, asimismo, continuar intentando el acercamiento a empresas. Como plantea el estudio de Lege (2007), un gran número se encuentra en la búsqueda de socios para sus proyectos de Responsabilidad Social Empresaria. Para postularse como futuras socias, las asociaciones deberían ampliar sus actividades en el ámbito social. En este contexto, es posible concebir a la FAAG y la Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana (AHK) como mediadores.

Finalmente, la parte alemana debería plantearse qué recursos económicos podría poner a disposición y en qué condiciones. El Ministerio Federal de Relaciones Exteriores debería estudiar la posibilidad de expandir a otras regiones el programa de fomento existente para comunidades alemanas en Europa Central y Oriental así como en Estados exmiembros de la URSS. Sería un gran incentivo para las asociaciones de lengua alemana en Argentina realinear sus actividades en consonancia con la política cultural en el extranjero. El programa en cuestión apunta principalmente a difundir la lengua, trabajar con los jóvenes y transmitir una imagen actual de Alemania. Cuanto más se comprometan las asociaciones en este ámbito, mayor será la posibilidad de que se considere implementar futuros programas de fomento. Como el mecanismo de apoyo supone transmitir a los agentes de mediación cultural las ideas de posibles proyectos a futuro, el contacto con ellos debe intensificarse previamente.

2.5 Cooperación con agentes mediadores de la política cultural en el extranjero y otras instituciones locales

La inmensa mayoría de las asociaciones consultadas para este estudio rara vez cooperan con los agentes mediadores de la política cultural en el extranjero, excepto los colegios que forman parte de la iniciativa PASCH y las sociedades culturales que trabajan de manera conjunta con la Central para Colegios Alemanes en el Extranjero o con el Instituto Goethe. Tanto los clubes deportivos como las asociaciones culturales y orientadas a preservar usos y costumbres mantienen el contacto, en mayor medida, con instituciones locales (asociaciones de vecinos, autoridades municipales, etc.).

Las asociaciones consideran al representante alemán en el extranjero como su socio "natural". Sin embargo, existe una notable decepción por la falta de atención mutua. Lo que los miembros no suelen notar, no obstante, es que se debe a las expectativas sin fundamento de las asociaciones. Sería más adecuado proponer un trabajo conjunto a los agentes de mediación cultural y las sociedades culturales, pero lamentablemente dichos actores no suelen tomar en cuenta a las asociaciones como potenciales socias.

La falta de cooperación se refleja en los resultados de la encuesta. Cerca del 75 % de las asociaciones manifiesta no sentir un respaldo suficiente por parte de las instituciones alemanas en el extranjero. A la inversa, los representantes de la Embajada Alemana y del Instituto Goethe en Buenos Aires afirman tener poca información sobre las actividades de las asociaciones y se muestran, no obstante, muy interesados en diversificar las propuestas que derivan de sus fiestas tradicionales.

Esfuerzos de cooperación de mayor envergadura entre las asociaciones de lengua alemana serían, a su vez, muy beneficiosos. Si bien el 60 % de las asociaciones afirma mantener contacto regularmente con otras asociaciones argentino-germanas, la cantidad de proyectos conjuntos que efectivamente fueron realizados es insignificante. Por lo general, las asociaciones que se visitaron en el marco de este informe tienen apenas contacto por fuera de sus localidades. En el Gran Buenos Aires, asimismo, se comprueba una cierta actitud de reticencia entre las asociaciones del norte y del sur de la ciudad, motivada, en parte, por reservas personales.

A su vez, existe un notable distanciamiento entre las asociaciones de las provincias y las que se encuentran en Buenos Aires. Las primeras no se sienten respetadas por las asociaciones de la capital, crítica que también se le puede realizar a la FAAG, federación que debería esforzarse por representar a todas sus asociaciones miembro y que, para ello, debería retomar de manera urgente el contacto con aquellas que están fuera de Buenos Aires.

El trabajo conjunto con autoridades locales y otras asociaciones culturales parece estar, por lo general, más instaurado en las provincias, lo que puede atribuirse a un mayor anclaje social en ciudades y localidades más pequeñas. En total, casi la mitad de las asociaciones encuestadas afirma mantener una colaboración con instituciones y organizaciones locales. A su vez, una gran cantidad reconoce que entablar vínculos interinstitucionales de mayor intensidad con interlocutores locales es una medida que brinda mayores expectativas a futuro. En esta línea, más de un 60 % coincide en que lograr una mayor cooperación con instituciones locales sería muy aconsejable.

Entre las pocas asociaciones que mantienen un vínculo directo con Alemania (25 %), se encuentran, sobre todo, los colegios y otros establecimientos de enseñanza. Otro 21 % está en conexión con asociaciones de lengua alemana en otros países sudamericanos como Brasil, Chile y Paraguay. Sin embargo, a casi todas las asociaciones les falta conocimiento y capacidad para establecer un contacto directo con el exterior.

En resumen, los vínculos de cooperación entre las asociaciones y los agentes mediadores de la política cultural en el extranjero permiten seguir desarrollándose, así como también el contacto de distintas asociaciones entre sí y, a su vez, con otras instituciones locales. Como demuestra el análisis detallado, ampliar las redes institucionales e intensificar los vínculos de colaboración serían algunas de las medidas más efectivas para combatir los desafíos a los que se enfrentan las asociaciones actualmente.

2.6 Conclusión parcial en torno a las asociaciones de lengua alemana como socias de la política cultural en el extranjero

¿Qué potencial tienen las asociaciones de lengua alemana como socias de la política cultural en el extranjero? La descripción introductoria brinda una primera aproximación a esta pregunta. Sin duda alguna, muchas asociaciones se enfrentan a retos varios, mientras que, no obstante, disponen de recursos y cualidades que resultan muy atractivos para el trabajo de los agentes de mediación cultural. Además, cuentan, ante todo, con el know-how local, vínculos con otras asociaciones, infraestructura y gran predisposición por parte de sus miembros. Los agentes de mediación cultural, por su parte, podrían con gastos relativamente bajos, estimular a las asociaciones en materia político-cultural y brindarles orientación y reconocimiento simbólico, elementos centrales de reciprocidad, que podrían convertirse en la base para un futuro de cooperación.

Dentro de los desafíos de mayor gravedad para las asociaciones, se encuentra la disminución de miembros, cada vez mayor, lo que lleva, a mediano plazo, a reducir sus propuestas. Entre los muchos factores que causan estos problemas sintomáticos, se puede mencionar la falta de información acerca de la Alemania actual (cultura e idioma), el poco intercambio con otras asociaciones de lengua alemana y especialmente el contacto inexistente con agentes mediadores de la política cultural en el extranjero. Dicha ausencia de información y el aislamiento impiden a las asociaciones desarrollar un perfil atractivo y con perspectivas de futuro. La mayoría de las asociaciones comprendieron, sin embargo, que, para realizar el cambio necesario, no es suficiente simplemente con preservar el vínculo tradicional con el país de origen. Deben, a su vez, transformarse en puntos de contacto para todos aquellos que se interesen por Alemania. Deberían promover de manera activa el interés por la cultura alemana en sus localidades, ya sea a través de fiestas, compromiso solidario o propuestas educativas. Muchas de las asociaciones visitadas en el marco de este estudio tienen en claro que este es el objetivo a alcanzar, pero aún precisan líneas concretas de acción.

Para efectuar el cambio, las asociaciones necesitan poder contar con los agentes de mediación cultural como aliados. No necesitan dinero, sino, ante todo, respaldo intelectual e impulso en el ámbito político-cultural. A su vez, requieren información acerca de los fines de la política cultural en el

extranjero y sobre cómo podrían brindarle apoyo en forma activa. Precisan interlocutores competentes a los que dirigirse para cuestiones relativas a la elaboración de propuestas culturales y de la lengua.

En el sentido contrario, las asociaciones ofrecen a los agentes de mediación cultural su compromiso y su conocimiento local. Podrían asumir la función de construir puentes y redes institucionales y, a su vez, abrirles la puerta socialmente, ya que, a través de sus actividades, lograrían llegar a un público más amplio. La cooperación también haría su aporte en expandir el alcance geográfico de los agentes. Fuera de los grandes núcleos urbanos, a menudo son las asociaciones los únicos representantes de la cultura alemana y así lo percibe la población local. Actualmente, debido a la falta de información y orientación, no pueden desarrollar actividades político-culturales dirigidas a cumplir los objetivos de los agentes de mediación cultural. Principalmente el Instituto Goethe y sus socios locales, las sociedades culturales, podrían con costos relativamente bajos convertirse en importantes motores de impulso. Con el apoyo de los agentes de mediación cultural, las asociaciones podrían desempeñar un papel real como mediadores culturales. Podrían, por ejemplo, informar en sus localidades acerca de propuestas oficiales para aprender la lengua, oportunidades de trabajo y estudio en Alemania y su cultura actual. Asimismo, podrían actuar como intermediarios entre los colegios alemanes, las empresas y las organizaciones no gubernamentales, por un lado, y las instituciones argentinas, por el otro.

Como se demuestra en el siguiente apartado, algunas de las asociaciones ya han demostrado exitosamente tener el potencial necesario para hacer de mediadoras, lo que se explicará a continuación. Esta capacidad debería aprovecharse en pos de la política cultural en el extranjero. La motivación, la capacidad organizativa y el know-how local de los miembros de las asociaciones ofrecen un amplio margen para entablar vínculos prometedores de cooperación con los agentes de mediación cultural.

3 Análisis individual de las asociaciones

Para poder apreciar de mejor manera el potencial de las asociaciones de lengua alemana respecto a su posible rol como socias en la política cultural en el extranjero, se las debe analizar por separado. Como ya se ha mencionado, los estudios anteriores sobre este tema plantearon una tipologización de las asociaciones según intereses y actividades. De esta manera, por ejemplo, Wolf (2007: 8) diferencia entre las siguientes categorías: cultura y tradición, ocio y tiempo libre, educación y formación, social, ciencia, economía y trabajo, y compatriotas. También Lege (2007) diferencia entre colegios y establecimientos educativos, clubes deportivos, asociaciones culturales, comunidades religiosas, organizaciones de beneficencia, clubes sociales y asociaciones de profesionales.

En el presente estudio las categorías se fijan de forma distinta, esto es, no según actividades, sino según el carácter de las asociaciones. Esta tipologización facilita distinguir en ellas las cualidades necesarias para el trabajo conjunto con los agentes mediadores de la política cultural en el extranjero, lo que permite, por consiguiente, recomendar medidas concretas a futuro.

Se diferenciarán a continuación cuatro tipos de asociaciones: asociaciones con fines determinados, asociaciones tradicionalistas, asociaciones tradicionalistas renovadas y asociaciones de nueva generación. Los nombres no corresponden a ninguna denominación oficial, pero ayudan a describir de mejor manera su carácter y potencial.

Las siguientes consideraciones se basan en la visita a un total de veinticinco asociaciones, realizada entre el 8 de enero y el 6 de febrero de 2018. Se evaluaron asociaciones en cinco provincias (Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Misiones y Chaco) así como también en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Entre ellas, se encuentran asociaciones culturales y orientadas a preservar usos y costumbres, clubes sociales y deportivos, organizaciones de beneficencia, comunidades religiosas, colegios y sociedades culturales. Cada apartado comienza con un breve resumen del tipo de asociación

correspondiente. Luego, se describen aspectos individuales de cada asociación y se plantean problemas fundamentales y primeras posibles soluciones, donde se incluyen también sugerencias para la FAAG y los agentes de mediación cultural.

3.1 Asociaciones con fines determinados

Las asociaciones con fines determinados persiguen un determinado fin o una actividad concreta, por ejemplo, en el ámbito deportivo, benéfico o educativo. A menudo, se trata de asociaciones que prestan servicios, gestionadas por profesionales. Se encuentran relativamente bien posicionadas en materia económica y gracias a su perfil de actividades bien determinado, suelen tener miembros jóvenes. Principalmente en el ámbito académico (colegios que forman parte de la iniciativa PASCH y sociedades culturales), cooperan con los agentes mediadores de la política cultural en el extranjero.

Dentro de la categoría de asociaciones con fines determinados, los clubes deportivos argentino-germanos y los establecimientos de enseñanza forman el grupo más numeroso. La FAAG representa a 23 de este tipo, solo ocho en Buenos Aires. Por lo general, se trata de asociaciones con una larga trayectoria, que en su mayoría fueron fundadas a fines del siglo XIX. Las instalaciones deportivas tan amplias tienen hasta el día de hoy buena reputación entre los argentinos. Las asociaciones más grandes llegan a tener más de 1.000 miembros. Aún cuando no tienen casi vínculo directo con Alemania, estos clubes deportivos se consideran a sí mismos instituciones alemanas. Esta conexión se plasma en las fiestas anuales o de aniversario. Como es de esperar, por otro lado, se le da mucha importancia a las actividades deportivas. El hecho de que la relación con Alemania sea relativamente débil, tiene que ver, a su vez, con el cambio en la estructura de miembros, ya que en particular los miembros jóvenes de las asociaciones tienen un vínculo mucho más cercano a la cultura argentina. Incluso cuando en los clubes deportivos, a modo de excepción, se promueven actividades culturales, se trata principalmente de clubes deportivos argentinos con una tradición argentino-germana.

Se practican los deportes clásicos como hándbol, hockey, tenis y faustball. Este último ha sido una tradición especial entre los inmigrantes alemanes, pero cada vez disminuye más su popularidad. Las asociaciones más

grandes disponen también de piletas de natación y gimnasios de aparatos. Es posible alquilar parcialmente las instalaciones deportivas a otros clubes y ofrecerlas como sedes para disputar torneos.

Los clubes deportivos suelen ser muy concurridos los fines de semana. Es normal ver familias enteras disfrutando sus días de descanso en el club. Como muchas de estas asociaciones cuentan con restaurantes concesionados, suele haber mucho movimiento todo el fin de semana. Cada vez más a menudo se alquilan las instalaciones, también incluso fines de semana, para eventos privados, lo que representa una importante fuente de ingresos adicional, junto a la cuota de los socios (entre 400 y 1.000 pesos por mes) y las fiestas anuales.

Dentro de los desafíos a los que se enfrentan los clubes deportivos, se identifica principalmente garantizar la viabilidad económica. Las sedes, que necesitan ser renovadas, solo en cierta medida se adecúan a la reglamentación vigente. El estado de sus instalaciones permite que las cuotas de socios y los valores de alquiler solo aumenten moderadamente. En los clubes pequeños, hacen falta, a su vez, herramientas y materiales para que los mismos socios y el personal realicen las obras y reformas necesarias. Debido a la crítica situación económica, algunas asociaciones tampoco pueden ofrecer propuestas adecuadas de entrenamiento, ya que no están en condiciones de contratar entrenadores calificados.

A menudo, los limitados vínculos con otras asociaciones e instituciones presentan otro problema para muchos clubes deportivos. En los últimos años, decayó el trabajo conjunto de los clubes de Buenos Aires con colegios alemanes. Un ejemplo son las discrepancias en torno a la organización de la tradicional Fiesta de la juventud (“Fest der Jugend”), evento deportivo para jóvenes que se realiza todos los años desde 1930. El conflicto sin resolver condujo en los últimos años a que algunos colegios dejaran de participar del evento. Muchos de los miembros de las asociaciones desean que se logre llegar a un acuerdo mediante la Comunidad de Escuelas Argentino Alemanas (AGDS por sus siglas en alemán) y la Agrupación Deportiva Argentino-Germana (DATSV).

La interacción limitada entre clubes es aún más notable a nivel internacional. Todas las asociaciones deportivas visitadas se mostraron interesadas en establecer un intercambio más intenso con asociaciones de su misma categoría en Alemania. En particular dentro de los grupos de jóvenes, se comprobó que hay un gran interés por participar en torneos internacionales o viajes de intercambio deportivo. Los clubes más grandes disponen parcialmente de los medios económicos para cubrir los costos de este tipo de viajes, pero precisan el contacto con asociaciones alemanas. En este sentido, muchos clubes deportivos desean contar con el apoyo necesario a través de la federación deportiva, la FAAG y también los agentes de mediación cultural.

A su vez, aspiran a recibir respaldo institucional de las federaciones nombradas para así lograr entablar un primer contacto con empresas locales y alemanas. En el pasado, particularmente los clubes deportivos solían cerrar contratos de patrocinio y publicidad con compañías como



Asociación Deportiva Alemana de Punta Chica



Con miembros de la junta directiva de la Asociación Deportiva Alemana de Punta Chica

Lufthansa y Daimler. Cada vez más empresas, sin embargo, dan marcha atrás. Por lo tanto, el respaldo por parte de las federaciones o de AHK en carácter de mediadores sería muy bien recibido.

A pesar de estos desafíos, los clubes deportivos forman parte de las asociaciones de lengua alemana con mayor futuro. Sus instalaciones y su composición de miembros presentan una base sólida. Sin embargo, se requieren mayores esfuerzos en el plano institucional. Algunas asociaciones colaboran, por ejemplo, con las autoridades locales, prestando sus instalaciones durante la época de vacaciones para realizar colonias y campamentos municipales.⁸ Se deben tomar medidas que conduzcan principalmente a una mayor cooperación con los colegios alemanes.⁹

En los vínculos interinstitucionales reside la solución para muchos de los desafíos o problemas descritos. Por lo tanto, promover el intercambio entre las asociaciones debería plantearse como un objetivo central de la Agrupación Deportiva Argentino-Germana. La FAAG, por su parte, debería representar los intereses de los clubes deportivos (como realizar intercambios con Alemania o conseguir patrocinio de empresas alemanas) frente a la AHK y las federaciones deportivas de Alemania. A su vez, la importancia de que los agentes de mediación cultural se involucren cuanto antes reside en la falta de trabajo de los clubes en el plano cultural.

⁸ En este sentido, la Asociación Alemana de Cultura Física de Quilmes es ejemplar. A través de una estrecha cooperación con el Colegio Alemán Eduardo L. Holmberg de Quilmes, las instalaciones deportivas son usadas por muchos alumnos también durante la semana, quienes en su mayoría permanecen asociados a la asociación incluso después de haber terminado el colegio. Proporcionalmente, el número de miembros es alto. La Asociación Alemana de Cultura Física de Quilmes pertenece a una unión de clubes deportivos que acordó poder acceder sin costo alguno a las instalaciones de los clubes que la componen.

⁹ Otro problema de los clubes es tratar cuestiones jurídicas con la AFIP y la aduana. En Argentina, las asociaciones sin fines de lucro tienen el derecho a solicitar exenciones impositivas. El asesoramiento jurídico, sin embargo, es a menudo muy costoso. En este sentido, el asesoramiento por parte de la FAAG sería muy útil.



Sociedad Alemana de Gimnasia en Polvorines, Buenos Aires



Sociedad Alemana de Gimnasia en Polvorines, Buenos Aires



Con miembros de la junta directiva de la Asociación Alemana de Cultura Física de Quilmes (Club Jahnheide)

La categoría de asociaciones con fines determinados comprende también a las organizaciones sociales y de beneficencia. En el estudio de Lege (2007) se enumeran 17 de este tipo, entre las que se encuentran el Hospital Alemán en Buenos Aires, distintas sociedades benéficas de las comunidades austríaca y suiza, y hogares de niños y residencias para mayores de la comunidad argentino-germana.

Una de las asociaciones más grandes de este tipo es la Sociedad Alemana de Beneficencia (DWG por sus siglas en alemán), que existe en su forma actual desde 1917. En el norte de Buenos Aires, gestiona el Hogar para Mayores y Centro de Rehabilitación Los Pinos, en colaboración con el Hospital Alemán. Además, brinda asistencia a familias necesitadas en el Gran Buenos Aires mediante donaciones de alimentos y otros tipos de ayuda material. A su vez, colaboran con donaciones de ropa provenientes de Alemania, que se reparten a familias de Chaco, Misiones, Tucumán, Entre Ríos y Formosa, mayoritariamente a través de asociaciones de lengua alemana que funcionan en dichas provincias. La colaboración entre la DWG y las asociaciones, que funciona de manera tan exitosa, demuestra que están capacitadas para cumplir una función social y que deberían continuar haciéndolo (ver apartado 4.1).

La DWG se financia a través de las cuotas de los residentes del hogar, el patrocinio de empresas y donaciones de particulares; y la dirige una junta directiva de voluntarios y una gerencia profesional. Como cada vez son más las personas necesitadas y con ello, aumentan los costos en la residencia para mayores, la DWG depende, asimismo, de otras donaciones económicas para subsistir.

A la luz de la crítica situación económica, numerosas actividades son únicamente posibles gracias al compromiso de muchos voluntarios. En este sentido, la DWG puede recurrir a una sólida red de asociaciones, comunidades religiosas y colegios. No obstante, difunde constantemente la necesidad de recibir apoyo de nuevos voluntarios y es aquí donde la FAAG podría contribuir de manera significativa, en particular logrando la participación de voluntarios de Alemania. La DWG ha tomado en el pasado voluntarios alemanes por largos períodos de tiempo, pero tiene, sin embargo, cada vez más dificultades para ampliar su personal. Programas de voluntariado como *Weltwärts* y *Kulturweit* son conocidos, pero la carga burocrática requerida termina siendo un impedimento.



Hogar de Mayores Los Pinos de la Sociedad Alemana de Beneficencia, Buenos Aires



Con miembros de la junta directiva de la Sociedad Alemana de Beneficencia, Buenos Aires

El principal grupo dentro de la categoría de asociaciones con fines determinados pertenece a los establecimientos de enseñanza argentino-germanos, que se pueden subdividir en colegios y sociedades culturales. Junto a los cuatro llamados oficialmente colegios alemanes en el extranjero (DAS-Schulen), hay quince colegios argentinos de lengua alemana que otorgan el certificado Deutsches Sprachdiplom (DSD-Schulen) así como once colegios argentinos donde se enseña alemán (Fit-Schulen). Desde 2008 pertenecen estos colegios a la red escolar PASCH. A su vez, once sociedades culturales colaboran con el Instituto Goethe en la difusión de la lengua alemana.

Los establecimientos educativos son las únicas instituciones que reciben un apoyo significativo del Estado alemán, apoyo que en el caso de los colegios DAS, abarca la asignación temporaria de personal docente alemán para el extranjero, así como subvenciones provenientes del fondo escolar

del Ministerio Federal de Relaciones Exteriores. En el caso de los colegios DSD, el apoyo alemán se limita a la subvención para clases de idiomas. Ambos tipos de colegios son supervisados por la Central para Colegios Alemanes en el Extranjero. Los colegios FIT, escuelas locales que ofrecen clases de alemán y el certificado Fit in Deutsch, reciben, por su parte, apoyo del Instituto Goethe.

Para el presente estudio, se visitaron dos colegios DSD en el sur de Buenos Aires y una sociedad cultural en Misiones. Uno de los colegios es la Sociedad Escolar y Deportiva Alemana de Lanús Oeste (SEDALO), fundada en 1926 por inmigrantes suabos del Danubio, que comprende un jardín de infantes, una escuela primaria y secundaria y un club deportivo.¹⁰ El colegio tiene más de 1.000 alumnos y 150 empleados. Además de las clases de idiomas (alemán como lengua extranjera), el colegio organiza para los estudiantes secundarios del último año un intercambio educativo de un mes de duración con escuelas alemanas asociadas en Chemnitz, Regensburg, Wandlitz, Tübingen y Heidelberg. Al estar vinculada con un club deportivo, la escuela cuenta con una amplia oferta deportiva para sus alumnos.

SEDALO es una escuela relativamente pequeña con escasos recursos. No existe mucho contacto con otras asociaciones alemanas. Resulta lamentable que existan potenciales áreas de cooperación sin aprovechar. Así, por ejemplo, la Sociedad Deportiva y Cultural “Jóvenes del Sud” manifestó su interés por cursos de cocina para grupos de estudiantes. Organizaciones de beneficencia, como la ya mencionada DWG, se encuentran, a su vez, en la búsqueda constante de practicantes y voluntarios. Asimismo, la junta directiva de SEDALO se mostró muy interesada en lograr una mayor colaboración con asociaciones en particular.

Entablar estos vínculos podría ser una futura tarea de la FAAG. En el sitio web de la federación debería ser posible tanto para asociaciones y colegios, así como para agentes de mediación cultural que tengan interés por cooperar en el plano institucional, tener acceso a anuncios de esta índole. La FAAG debería funcionar efectivamente como puente y promover en forma activa la sinergia entre sus asociaciones miembro.

¹⁰ En la mayoría de los casos, los colegios alemanes nacieron por iniciativas privadas de inmigrantes de origen alemán.



Sociedad Escolar y Deportiva Alemana de Lanús Oeste (SEDALO),
Buenos Aires



Con representantes de la junta directiva de la escuela y de
la Asociación Escolar Alemana de Quilmes

Dentro de los establecimientos educativos argentino-germanos se incluyen también las sociedades culturales, que, particularmente en las provincias, desempeñan un rol importante en la difusión de la cultura y la lengua alemanas. Estas asociaciones colaboran con el Instituto Goethe (distribuyendo, por ejemplo, material e impartiendo el certificado de examen del instituto), pero actúan con la mayor autonomía posible, tanto jurídica como económica. A su vez, reciben apoyo financiero de la representación alemana en el extranjero.

Entre las sociedades culturales visitadas, se encuentra la Fundación Wachnitz en Eldorado, Misiones. Esta asociación ofrece cursos de alemán así como clases de español para estudiantes, voluntarios y turistas. A su vez, organizan intercambios estudiantiles en colaboración con la Asociación para Relaciones Culturales Alemanas en el Extranjero (VDA por sus siglas en alemán) y aceptan voluntarios alemanes en el marco de los programas

MultiKultur y Kulturweit. La fundación también brinda capacitaciones para docentes argentinos de alemán y en 2008 construyeron una red de cooperación con escuelas locales que forman parte de la iniciativa PASCH. La Fundación Wahnitz se compromete activamente con una labor social y cultural. En colaboración con socios locales y con el Instituto Goethe en Buenos Aires, organiza regularmente exposiciones, proyecciones de películas y eventos con temáticas vinculadas a Alemania. Por otra parte, su fundadora realiza un programa de radio hace más de veinte años, donde informa sobre temas de actualidad alemana. Mediante donaciones monetarias y materiales, la Fundación Wahnitz ayuda también a muchos hogares de niños y a una escuela en Eldorado.

Esta fundación es un ejemplo notable del compromiso multifacético que se puede encontrar en muchas asociaciones de lengua alemana. Sin embargo, a pesar del rendimiento profesional y muy comprometido, la fundación se enfrenta a desafíos importantes. Carecen, sobre todo, de material educativo



Fundación Wahnitz, Eldorado



Con la junta directiva de la Fundación Wahnitz, Eldorado

para los cursos de idioma y de medios económicos para ampliar de forma necesaria el personal, así como de socios en Alemania con quienes realizar los intercambios estudiantiles.

Debido a la crítica situación económica en la que se encuentra la fundación, los materiales de estudio han quedado parcialmente obsoletos.¹¹ En el pasado, fracasaron los intentos de pedir a grandes casas editoriales donaciones o material que ya no estuviese en circulación. La falta de recursos también afecta a la biblioteca de la Unión Cultural y Deportiva de Eldorado, con más de siete mil libros alemanes, que coopera con la fundación y casi no dispone de material actual. En este sentido, revistas alemanas como Spiegel, Focus y Brigitte, entre otras, serían particularmente útiles, pero a causa de los altos costos de envío, no pueden ser encargadas. La fundación espera recibir un mayor apoyo de los agentes de mediación cultural y de la representación alemana en el extranjero, con el fin de, así, poder establecer contacto con editoriales y conseguir eventualmente un descuento en el envío.

Para intensificar el intercambio estudiantil y la participación de voluntarios, la Fundación Wachnitz necesita aliados en Alemania. A pesar del contacto existente con la Asociación para Relaciones Culturales Alemanas en el Extranjero y el colegio secundario (Gymnasium) Friedrich Schiller en Marbach am Neckar, Baden-Wurtemberg, la fundación tiene muchas dificultades para encontrar familias que hospeden a los estudiantes argentinos. A su vez, la participación de jóvenes argentinos en el marco del programa *Working Holiday*¹² también presenta un gran desafío a nivel organización. Socios alemanes que pudieran brindar apoyo en la búsqueda de puestos de trabajo y vacantes de formación profesional o de especialización le permitirían a la fundación enviar a Alemania una mayor cantidad de jóvenes interesados.

Las dificultades económicas de la fundación plantean, a su vez, un gran desafío en el ámbito cultural. A los dirigentes les encantaría ampliar particularmente la oferta de actividades sociales y culturales, pero para

¹¹ Hacen falta particularmente libros y revistas, que serían fundamentales para poder difundir una imagen actual de Alemania.

¹² Programa que le permite a jóvenes de entre 18 y 30 años obtener una visa de trabajo en Alemania (entre otros países) de una duración máxima de doce meses, con el objetivo de trabajar y aprender la lengua.

eso, necesitan, ante todo, mayor personal. Al momento de buscar otras posibilidades de ayuda económica (por ejemplo, mediante el patrocinio de empresas alemanas), sería muy útil que la fundación contara con un acompañamiento institucional por parte de la FAAG o de la AHK. Sin embargo, en el pasado no hubo casi contacto alguno de estos organismos y de la representación alemana en el extranjero con la Fundación Wachnitz.

Un establecimiento educativo muy particular es el Centro de Documentación de la Inmigración de Habla Alemana en la Argentina (DIHA). Esta asociación sin fines de lucro fue fundada en 2013 en Buenos Aires y el equipo liderado por la Dra. Regula Rohland hizo de su misión trabajar la historia de los inmigrantes germanoparlantes en Argentina. El Centro DIHA preserva una biblioteca con más de tres mil quinientos documentos, entre ellos, libros, revistas, anuarios y diarios, así como legados personales, fotos y memorias. A su vez, organizan actividades académicas y coloquios de investigación. Cuenta con importantes socios como el Instituto Iberoamericano de la Fundación Patrimonio Cultural Prusiano en Berlín y el Archivo de Literatura Alemana de Marbach. En Sudamérica, la asociación mantiene contacto con otras consolidadas instituciones de investigación, como el Instituto Martius Staden en Brasil o el Archivo Histórico Emilio Held Winkler en Chile. En los últimos años, numerosos investigadores de distintas nacionalidades visitaron el Centro. En colaboración con la Comunidad de Escuelas Argentino Alemanas, se pudieron concretar proyectos escolares sobre temas específicos.



Con la junta directiva del Centro DIHA y representantes del Club Alemán en Buenos Aires.

El Centro DIHA se encuentra actualmente en reconstrucción, ampliando continuamente su archivo. En este contexto, los recursos económicos limitados presentan un gran desafío, por lo que se encuentran en la búsqueda urgente de patrocinadores que permitan mejorar su equipamiento técnico y continuar organizando eventos. Otra dificultad mayor, de igual manera, representa la búsqueda de documentos históricos. Muchos herederos de inmigrantes alemanes desconocen la labor del Centro, al que le resulta imposible financiar actualmente una campaña de información. Es aquí donde el apoyo por parte de la FAAG y de otras asociaciones locales sería de gran ayuda.

3.2 Asociaciones tradicionalistas

Las asociaciones tradicionalistas se caracterizan por su compromiso con preservar los usos y costumbres. Las actividades regulares se limitan, en mayor medida, a las fiestas tradicionales. Por lo general, los miembros son mayores de sesenta años. Debido a la poca diversidad en las propuestas, la cantidad de miembros aumenta de forma muy limitada. No tienen casi contacto alguno con los agentes de mediación cultural. Con el objetivo de concretar una potencial cooperación con ellos, las asociaciones tradicionalistas deben llevar a cabo reformas importantes.

Las asociaciones tradicionalistas se caracterizan por su compromiso con preservar los usos y costumbres. Las actividades regulares se limitan, en mayor medida, a las fiestas tradicionales. Por lo general, los miembros son mayores de sesenta años. Debido a la poca diversidad en las propuestas, la cantidad de miembros aumenta de forma muy limitada. No tienen casi contacto alguno con los agentes de mediación cultural. Con el objetivo de concretar una potencial cooperación con ellos, las asociaciones tradicionalistas deben llevar a cabo reformas importantes.

La categoría de asociaciones tradicionalistas incluye un gran número de asociaciones culturales y orientadas a preservar usos y costumbres, especialmente en el Gran Buenos Aires. Se caracterizan por tener una concepción tradicional de la cultura alemana. Las áreas más relevantes de identificación son la comida alemana y los bailes y fiestas tradicionales. La gran mayoría de sus miembros tienen más de sesenta años de edad. Esta categoría abarca, a su vez, una gran cantidad de representantes de comunidades de lengua alemana, como los suabos del Danubio o los alemanes del Volga.

A pesar de que muchos miembros de estas asociaciones ya están en edad avanzada, muchas asociaciones tradicionalistas demuestran un alto grado de capacidad organizativa. En las fiestas anuales suelen agasajar a cientos de invitados, lo que, a su vez, comprueba el fuerte anclaje social de las asociaciones tradicionalistas en sus localidades, que trascienden ampliamente los márgenes de la comunidad descendiente de alemanes. Habiendo invertido una gran cantidad de tiempo y de recursos económicos propios, muchas asociaciones tradicionalistas lograron conseguir un público regular que participe de sus propuestas.

Sin embargo, por su perfil fuertemente asociado a costumbres arraigadas, las asociaciones de tradición solo son viables a futuro en forma limitada. Teniendo en cuenta que actualmente su foco está puesto en actividades recreativas, no es posible, por lo general, adjudicarles un rol de transmisores de la cultura alemana contemporánea. Así, a ojos de los agentes de mediación cultural, no son consideradas como potenciales socias.



Con miembros de la junta directiva de la Sociedad Deportiva y Cultural "Juventud del Sud", Buenos Aires



Con miembros de la junta directiva del Club Alemán de Bernal

Con algunas excepciones, de ningún modo las asociaciones tradicionalistas se muestran desinteresadas en una modernización de sus actividades y de la imagen de Alemania que transmiten. Esta comprensión surge principalmente luego de haber reconocido que sus propuestas no resultan atractivas a miembros jóvenes. Sin embargo, muchas de estas asociaciones se sienten olvidadas por el resto de las instituciones y sobreexigidas por las intenciones de renovación. A su vez, y con motivo de la lejanía entre las generaciones mayores y los nuevos medios de difusión y redes sociales, carecen de impulsos, ideas y propuestas contundentes. Por lo tanto, las asociaciones visitadas expresaron casi en forma unánime su deseo de recibir el apoyo correspondiente por parte de la FAAG.

Las asociaciones tradicionalistas se enfrentan hoy en día a grandes desafíos. Dentro de los problemas, figuran, ante todo, la disminución de miembros, la crítica situación económica y la poca vinculación de las asociaciones entre sí.

Como ya se ha mencionado, este tipo de asociaciones en particular sufre una grave disminución de sus miembros, cuyas causas son, por un lado, el perfil institucional anticuado y por el otro, la falta de estrategias publicitarias para atraer nuevos miembros. Son pocas las asociaciones tradicionalistas que trabajan con un público joven. Debido al número decreciente de miembros, se reducen, a su vez, las actividades. Sus instalaciones, a menudo de gran tamaño, se utilizan cada vez menos.



Con miembros de la comunidad católica de Marienheim, la Asociación de Suabos del Danubio, la Asociación de Bávaros, la Unión Alemana de Munro y la Sociedad Alemana de Gimnasia de Villa Ballester, Buenos Aires

La falta de miembros pesa sobre la situación económica. La única fuente de ingresos significativa son las fiestas anuales. En algunos casos, las asociaciones también alquilan sus instalaciones, aunque en menor medida que los clubes deportivos. Se debería reflexionar intensamente acerca de cómo aprovechar de manera económica sus instalaciones, en su mayoría muy bien equipadas (por ejemplo, parrillas, escenarios, pistas de baile y pistas de bochas). También aquí el respaldo intelectual de la FAAG sería imprescindible.

Como todos los tipos de asociaciones, las tradicionalistas tampoco demuestran tener mucho contacto interinstitucional, esto es, el contacto tanto con otras asociaciones como también con colegios, agentes de mediación cultural, la representación alemana en el extranjero y la FAAG. Esto conduce, en ciertos casos, a prejuicios y desconfianza entre las mismas asociaciones, fenómeno que se manifiesta tanto entre asociaciones del Gran Buenos Aires (norte y sur) como entre las de Buenos Aires y las provincias. El problema de los vínculos interinstitucionales trae aparejada la situación de abandono a la que se enfrentan las asociaciones al momento de resolver sus problemas. Si bien en la mayor parte de las tradicionalistas las problemáticas son similares, debido a la falta de comunicación, no hay intercambio de experiencias posible. Las oportunidades de cooperación entre las asociaciones, los colegios de la iniciativa PASCH y las sociedades culturales continúan sin aprovecharse.

Los problemas identificados se diferencian por su grado de intensidad según cada asociación. Por ejemplo, se podría establecer una mayor colaboración entre las asociaciones tradicionalistas del norte de Buenos Aires (Villa Ballester) y de las zonas donde en un principio se asentaron los alemanes del Volga en Paraná (Aldeas Alemanas). En estas regiones, los problemas económicos y de disminución de miembros son menos pronunciados, lo que sugiere que una red institucional más fuerte conduciría, a su vez, a una mejora en la situación generalizada de las asociaciones. De allí, resulta fundamental realizar mayores esfuerzos por fomentar el contacto entre asociaciones de lengua alemana.

Sin embargo, las asociaciones tradicionalistas poseen un potencial hasta el momento desaprovechado. Además de su capacidad organizativa, las instalaciones bien equipadas y, a menudo, un sólido anclaje social en sus

localidades, mediante su fuerte vínculo de pertenencia con la cultura alemana, demuestran estar altamente motivadas al momento de emprender nuevos proyectos de cooperación. Sin duda alguna, muchas asociaciones tradicionalistas tienen menor dinamismo en comparación con asociaciones de otro tipo. Sin embargo, al existir voluntad de reformarse, también ellas pueden convertirse en socias útiles en la política cultural en el extranjero mediante apoyo de los agentes de mediación cultural y de la FAAG (ver apartado 4.1).



Celebración conjunta de asociaciones de lengua alemana del norte y el sur de Buenos Aires

3.3 Asociaciones tradicionalistas renovadas

En las asociaciones tradicionalistas renovadas, los hijos de exmiembros suelen asumir un rol más importante (pertenecen a la franja etaria de entre cuarenta y sesenta años). Son conscientes de la necesidad de abrirse a la sociedad toda y, por lo tanto, apuntan sus actividades a un público más amplio. Si bien se identifican con la imagen tradicional de Alemania, demuestran un gran interés por temas actuales. Las asociaciones tradicionalistas renovadas desean lograr una mayor colaboración con los agentes de mediación cultural, a quienes, gracias a sus excelentes vínculos con otras instituciones locales, podrían abrirles la puerta socialmente.

Las asociaciones tradicionalistas renovadas se caracterizan por una mayor apertura para con la sociedad argentina. Si bien se identifican con la imagen tradicional de Alemania, han reconocido que sus actividades se deben adaptar más al plano cultural. Sus juntas directivas se desempeñan hábilmente en el manejo de nuevos medios de difusión y tienen una mentalidad consolidada en torno a brindar servicios. Actúan creativamente y, en parte, de forma más profesional que las asociaciones tradicionalistas, lo que se refleja en sus actividades. Por lo general, buscan preservar los usos y costumbres a través de propuestas benéficas y culturales.

Las asociaciones tradicionalistas renovadas comprenden una estructura de miembros tendencialmente más joven. Los miembros de la junta directiva tienen, por lo general, entre cuarenta y sesenta años. Así, se trata, en mayor parte, de profesionales formados que desembocan los conocimientos de sus áreas de trabajo en la labor de la asociación. A través de redes privadas y profesionales de miembros, las asociaciones se encuentran muy bien integradas en la sociedad local.

Es posible comprobar de forma ejemplar el anclaje social de este tipo de asociaciones en las fiestas anuales, que suelen ser muy concurridas y donde tienen la oportunidad de presentarse ante un público amplio y recaudar considerables sumas de dinero. A esto se debe que la situación económica de la mayor parte de estas asociaciones sea estable.

A pesar de una conciencia cultural más vinculada con lo tradicional, este tipo de asociaciones demuestra un gran interés por temas de actualidad en Alemania, lo que se diferencia de las asociaciones tradicionalistas, que tienden a cultivar una perspectiva de Alemania y de su cultura orientada hacia el pasado. Los miembros de las asociaciones renovadas consideran a Alemania como centro de formación, economía y tecnología, temas en los que también la sociedad argentina está interesada. Dado que, a menudo, las asociaciones son consideradas representantes de Alemania por sus localidades, regularmente reciben consultas acerca de las posibilidades de estudiar, trabajar y vivir en dicho país. Sin embargo, las asociaciones carecen de información adecuada y de un aliado que pueda brindársela.

En contraposición a un buen anclaje social, son pocas las asociaciones tradicionalistas renovadas que tienen contacto con agentes mediadores de la política cultural alemana en el extranjero. A su vez, fuera de las grandes ciudades, el trabajo conjunto con colegios PASCH es muy limitado. Por consiguiente, la mayor parte de las asociaciones no recibe apoyo externo de ningún tipo en torno a la recopilación de información y la difusión de la cultura alemana. A diferencia de las asociaciones tradicionalistas, los miembros de las asociaciones tradicionalistas renovadas no suelen tener vínculo familiar alguno con Alemania y, por lo general, no suelen hablar alemán. Por este motivo, reina cierto “miedo al contacto” para con los agentes de mediación cultural y la representación alemana en el extranjero. El hecho de que muchas de estas asociaciones estén ubicadas en las provincias, lejos del Gran Buenos Aires, intensifica el distanciamiento. Sin embargo, el contacto con sociedades culturales más cercanas también es muy poco buscado. Para contrarrestar esta tendencia, se debería incentivar el contacto con ambos actores. Como ponen de manifiesto los siguientes ejemplos seleccionados, las asociaciones tradicionalistas renovadas son socias prometedoras.

Las actividades de las asociaciones visitadas son muy diversas, pero en su mayor parte, dirigidas a un amplio público argentino. Algunas ofrecen en sus instalaciones clases de alemán autogestionadas, así como cursos de baile y de cocina. A menudo, se realizan eventos informativos y proyecciones de películas. Además, desarrollan tareas solidarias, entre ellas, la organización de eventos benéficos o campañas de donación.

Una asociación muy activa en este sentido es la Asociación Alemana “*Deutscher Verein*” Esperanza, en Santa Fe, que actualmente ofrece clases económicas de alemán a 30 personas de edades variadas. Sus propuestas están destinadas principalmente a estudiantes de la Facultad de Veterinaria de la universidad local, quienes a menudo consultan en la asociación acerca de las oportunidades de estudio en Alemania. La asociación organiza regularmente en su sede proyecciones de cine y cursos de cocina. A pesar de su buen vínculo con otras instituciones locales y sus diversas actividades, la Asociación Alemana “*Deutscher Verein*” Esperanza no tiene contacto alguno con los agentes de mediación cultural. Debido a su oferta cultural y de idiomas, un intercambio de mayor intensidad con las sociedades culturales cercanas en Santa Fe y Rafaela sería muy recomendable.



Con los miembros de la junta directiva de la Asociación Alemana “*Deutscher Verein*” Esperanza y de la Asociación Alemana de San Justo, Santa Fe

También el Club Alemán de Rosario cuenta con una oferta variada de propuestas en su sede representativa ubicada en el centro de la ciudad. Un instituto de idiomas privado ofrece cursos de alemán en sus instalaciones. Además, se realizan regularmente conferencias, eventos de baile y de música. El club alberga, asimismo, un restaurante de comida alemana y le alquila el espacio a un grupo de baile tradicional. Similar al caso de Esperanza, el contacto con los agentes de mediación cultural es muy limitado. Desde que el Consulado Alemán en Rosario cerró sus puertas, también se interrumpió el contacto con la representación alemana en el extranjero. No existe colaboración activa con el Instituto Goethe en Rosario, lo que resulta lamentable, ya que el espacio físico del que dispone la asociación es ideal para realizar conciertos y exposiciones. La asociación

organizaría con gusto exhibiciones culturales con artistas de Alemania, pero lamenta que la gran mayoría de los invitados del Instituto Goethe solo visiten Buenos Aires.



Con miembros de la junta directiva del Club Alemán de Rosario

Otra asociación activa es el Club Alemán Austríaco de Resistencia, Chaco, que organiza grandes fiestas y ofrece regularmente cursos gratuitos de baile tradicional. A su vez, se involucra a nivel social con campañas de donación para las regiones más pobres de la provincia. En comparación con la mayor parte de las asociaciones, el Club Alemán Austríaco de Resistencia dispone de buenos contactos tanto con otras asociaciones culturales de la región como con las autoridades de la ciudad. Comparte, asimismo, su sede con la sociedad cultural local. Mediante esta cooperación, el club cubre una variada oferta cultural. Quienes quieren aprender un idioma se dirigen a la sociedad cultural y aprovechan, por otra parte, la popularidad local del club. La división de trabajo que aquí se observa resulta innovadora a los ojos de este estudio, ya que el club funciona como puerta de acceso, mientras que la sociedad cultural da los impulsos a nivel de contenidos orientados a la política cultural en el extranjero. Además de su relación con el Club Alemán Austríaco, la sociedad cultural está en condiciones de cooperar con otras asociaciones de lengua alemana. Por ejemplo, asiste en la organización de clases de alemán en la Asociación Suizo-Alemana Presidencia Sáenz Peña, también en Resistencia. Esto demuestra cuán valioso puede llegar a ser el trabajo conjunto entre agentes de mediación cultural y asociaciones tradicionalistas renovadas.



Con miembros de la junta directiva del Club Alemán Austríaco de Resistencia y de la Asociación Suizo-Alemana Presidencia Sáenz Peña, Chaco

Pocas asociaciones tradicionalistas renovadas tienen vínculo directo con Alemania. Una de ellas es la Sociedad Alemana de Villa Gesell, Provincia de Buenos Aires, que mantiene un intercambio activo con coros y asociaciones musicales de origen alemán. Realizan exhibiciones anuales autogestionadas de música y baile en su sede representativa. Las fiestas de la asociación forman parte de los eventos locales más importantes de Villa Gesell, con cientos de participantes. Sin embargo, el contacto con los agentes de mediación cultural y la representación alemana en el extranjero es casi inexistente. Algo similar ocurre con la FAAG, a la que la junta directiva de la asociación le reclama que solo se involucra en los intereses de las asociaciones de Capital. La limitada cooperación dificulta el normal funcionamiento de las actividades de la Sociedad Alemana de Villa Gesell.



Con el representante de la junta directiva de la Sociedad Alemana de Villa Gesell.

En este contexto, el balneario fundado por inmigrantes alemanes que atrae muchos turistas tiene una ubicación ventajosa. Los agentes de mediación cultural podrían aprovechar la gran predisposición y capacidad organizativa de esta asociación para lograr una mayor colaboración entre ambas.

En total, las asociaciones tradicionalistas renovadas poseen un gran potencial para convertirse en socias de los agentes de mediación cultural. Son estables desde un punto de vista económico y, por lo general, están muy bien organizadas. A su vez, tienen buenas conexiones con otras instituciones. En especial en las zonas rurales, se las considera representantes físicos de la tradición alemana, pero demuestran, a la vez, gran interés por temas de actualidad en Alemania. Sin embargo, suelen disponer de muy poca información y conocimiento al respecto. Por consiguiente, es unánime dentro de este tipo de asociaciones el deseo por lograr una mayor cooperación con los agentes de mediación cultural. En este sentido, las sociedades culturales aparecen como colaboradores estratégicos, transmitiendo información a las asociaciones y estimulándolas a abrir las puertas a la política cultural en el extranjero.

3.4 Asociaciones de nueva generación

Las asociaciones de nueva generación se caracterizan por una estructura de miembros relativamente joven (la franja etaria ronda entre los treinta y cuarenta años). Tienen muy en claro que muchas adquisiciones político-culturales provenientes de Alemania (educación, concientización ambiental, emancipación, etc.) podrían incentivar un desarrollo social en sus localidades. Se ven a sí mismas entonces como actores con responsabilidades sociales, que construyen puentes a nivel institucional. Es muy recomendable promover el crecimiento de este tipo de asociaciones, que deberían ser tomadas en cuenta por los agentes de mediación cultural de forma incondicional.

Las asociaciones culturales de lengua alemana que forman parte de la denominada nueva generación no tienen mucha difusión hasta el momento, pero son, sin embargo, un aliado muy prometedor de cara a la política cultural en el extranjero. Estas asociaciones están muy interesadas en difundir en sus localidades innovaciones y tendencias que llegan de Alemania. Sus actividades van desde propuestas educativas hasta proyectos con temáticas sociales y ambientales. Se consideran a sí mismas, principalmente, como actores con una responsabilidad social y, por lo tanto, apuntan todas sus actividades a promover el desarrollo social de sus localidades. En este contexto, se considera a Alemania como modelo a seguir en materia de igualdad de oportunidades, igualdad de género y responsabilidad social y ambiental. A menudo, se hace referencia a los valores de sus antepasados alemanes, que solo a través de solidaridad y compañerismo lograron asentarse en Argentina.

Las asociaciones de nueva generación poseen una estructura de edad relativamente joven. Incluso los miembros de la junta directiva rondan a menudo entre los treinta y cuarenta años, quienes asumen la responsabilidad de los antiguos miembros y, a su vez, reciben su apoyo. El manejo familiarizado de redes sociales les permite difundir más eficazmente sus actividades y ganar visibilidad. Debido a que pretenden impulsar avances en materia social, tienen muy incorporado el vínculo con otras instituciones. Trabajan en conjunto con otras asociaciones civiles, sociedades culturales y también con autoridades gubernamentales. A través de su compromiso comunitario buscan acceder a las clases sociales menos privilegiadas, lo que hace que su labor sea aún más significativa. Sin embargo, también en

el caso de estas asociaciones tan dinámicas, el vínculo con los agentes de mediación cultural es prácticamente inexistente, lo que resulta lamentable si se tiene en cuenta la probablemente gran compatibilidad en materia de contenidos que presentan con las propuestas de la política cultural en el extranjero. Una mayor colaboración con los agentes de mediación cultural podría producir efectos enormemente positivos desde un punto de vista tanto social como político-cultural. Esto se debe a que, a diferencia de las asociaciones tradicionalistas, donde a menudo “preservan su vínculo con la cultura alemana (...) como fin en sí mismo, sin analizar los beneficios que le podría brindar a la sociedad argentina” (Wolf, 2007: 57), las asociaciones de nueva generación realizan actividades mediante las cuales difunden una imagen positiva de Alemania a los estratos sociales más marginados. Así, la cultura alemana no se transmite solamente a un pequeño y privilegiado sector de la población, como suele suceder en otros países, sino a un público mucho más amplio.

De ahí resulta el trabajo de estas asociaciones tan valioso. Sin embargo, actualmente no se aprovecha este potencial, ya que, debido a la falta de contacto con los agentes de mediación cultural, las asociaciones no reciben estímulo alguno en materia de contenidos de cara a la política cultural en el extranjero. Teniendo en cuenta que el conocimiento de la lengua alemana no está muy instaurado entre los miembros de estas asociaciones, reina cierta reticencia. Es por esto que los agentes de mediación cultural y las sociedades culturales deberían tomar las riendas y buscar activamente el contacto. Los siguientes dos ejemplos ilustran las actividades que realizan las asociaciones de nueva generación, que merecen recibir una mayor promoción.

Desde 2017, la Asociación Alemana de San Justo, Santa Fe, adopta una nueva estrategia en pos de una mayor apertura social. El equipo de jóvenes que trabaja con el presidente de la asociación tiene en claro que preservar la tradición alemana solo sirve a este fin hasta cierto punto y que para ello sería recomendable, en mayor medida, establecer contacto con la sociedad local a través de un mayor compromiso social. En un corto plazo, junto con una asociación de vecinos, la Asociación Alemana de San Justo lanzó dos iniciativas en un barrio de bajos recursos, un proyecto deportivo y uno de jardinería con fines de integración social. A su vez, la asociación se involucró en un trabajo conjunto con la Asociación Alemana “*Deutscher Verein*” Esperanza realizando donaciones de ropa a familias carenciadas.

La Asociación Alemana de San Justo trabaja en estrecha colaboración con las autoridades locales. Recientemente la municipalidad puso a disposición un terreno donde realizar las actividades deportivas y de jardinería. En la actualidad, la asociación se propone que muchos niños y jóvenes se involucren en sus propuestas y, a su vez, planean organizar un curso de idiomas en un futuro cercano. En este contexto, el respaldo intelectual de una sociedad cultural, por ejemplo, de Santa Fe o Rafaela, beneficiaría enormemente a dicha asociación. Los agentes de mediación cultural deberían aprovechar la alta motivación y capacidad organizativa de sus miembros en virtud de intereses mutuos.



Miembros de la junta directiva de la Asociación Alemana de San Justo junto a participantes del proyecto social de jardinería, Santa Fe



Colecta de ropa de la Asociación Alemana de San Justo para la comunidad de Presidencia Roque Saénz Peña

Otra asociación de nueva generación es la Sociedad Cultural Argentino-Germana de Eldorado, Misiones, que se encuentra actualmente en construcción. La Fundación Wachnitz apoya la iniciativa, que es impulsada por un equipo de jóvenes mujeres. La asociación se involucra especialmente en el ámbito de igualdad de género. La discriminación y la violencia contra las mujeres son temas muy actuales en la sociedad argentina de hoy en día. Inspiradas en el debate por igualdad de género en Alemania, la asociación se propone ofrecer información y propuestas concretas de asistencia para mujeres afectadas en Eldorado. En el marco de un proyecto piloto con madres de una guardería infantil, emprendieron los primeros pasos concretos en la evaluación de sus medidas de asistencia. Además de campañas de concientización, el proyecto prevé brindar recursos de empoderamiento a adolescentes y mujeres jóvenes. A su vez, ofrecen a víctimas de violencia de género acompañamiento durante controles médicos y procesos judiciales. Los seminarios sobre alimentación y economía doméstica están destinados a promover la autonomía de las mujeres dentro de la familia. Otra parte central del proyecto son los cursos gratuitos de alemán, organizados en colaboración con la Fundación Wachnitz, donde se brinda a las adolescentes y mujeres jóvenes que participan un panorama motivante acerca de posibles estadías en el exterior y oportunidades educativas. Al igual que en el caso del Club Alemán Austríaco de Resistencia, el trabajo conjunto con la sociedad cultural demuestra ser especialmente prometedor. Así, la asociación recibe su apoyo logístico y puede, por su parte, completar el



Con miembros de la Sociedad Cultural Argentino-Germana de Eldorado, Misiones

perfil social de su socia. Sin embargo, la asociación desea tener un contacto directo con organizaciones no gubernamentales alemanas que trabajen problemáticas de género, para, de esta manera, recibir mayor estímulo y apoyo de cara a las actividades planificadas.

Es posible afirmar que las asociaciones de nueva generación tienen un perfil completamente distinto de, por ejemplo, las asociaciones tradicionalistas. Los miembros de estas asociaciones aprovechan la estructura para comprometerse socialmente en sus localidades, lo que les permite tener una llegada más directa a la población. En este sentido, su labor en beneficio de la comunidad hace que crezca no solo su visibilidad, sino también su razón de ser. Su clara determinación de realizar proyectos concretos fomenta, a su vez, la motivación de sus miembros. Las asociaciones de nueva generación demuestran poco interés por preservar las tradiciones y los usos y costumbres alemanes, pero mucho más en implementar en sus localidades las iniciativas actuales provenientes de Alemania, país que, en este sentido, puede considerarse fuente de inspiración por su compromiso social multifacético. Los agentes de mediación cultural deberían acompañar este compromiso. Si bien las asociaciones de nueva generación siguen conformando una minoría, a ojos del presente estudio, estas asociaciones tienen un gran potencial para convertirse en socias estratégicas en el marco de la política cultural en el extranjero.



Con miembros de la Asociación Alemana de San Justo, Santa Fe

4 Recomendaciones a futuro

Las siguientes medidas recomendadas están dirigidas a los distintos actores. En la primera parte, se recomiendan medidas para las asociaciones de lengua alemana, a partir de los problemas ya identificados. Se proporcionan, a su vez, sugerencias acerca de cómo deberían dar forma a sus actividades para así poder convertirse en socias de los agentes de mediación cultural.

A continuación, se brindan recomendaciones para la Federación de Asociaciones Argentino-Germanas. En su carácter de representante superior, la FAAG debe desempeñar, en teoría, un rol importante en la transmisión y la defensa de los intereses de sus asociaciones. Sin embargo, no se corresponde con lo que sucede en la práctica. La FAAG no dispone actualmente de casi ningún medio económico ni del personal necesario para cumplir su función de federación marco. En este sentido, se plantean aquí recomendaciones con vistas a una reforma profunda.

Por último, se presentan varias propuestas en torno a cómo podrían los agentes de mediación cultural y el departamento de cultura de la representación alemana en el extranjero promover y aprovechar el potencial de las asociaciones en pos de un interés mutuo. Las conversaciones con los empleados responsables del Instituto Goethe y de la Embajada Alemana en Buenos Aires revelaron que el contacto con las asociaciones de lengua alemana es relativamente bajo. Sin embargo, al mismo tiempo se comprobó contar con la predisposición y las bases para lograr una mayor cooperación. Con tal finalidad, se aportan las siguientes observaciones.

4.1 Recomendaciones para las asociaciones

De los problemas descritos a los que se enfrentan las asociaciones de lengua alemana, se desprenden cuatro medidas centrales a futuro. Las asociaciones deberían 1) ampliar sus vínculos interinstitucionales con otras asociaciones de lengua alemana y entidades locales; 2) buscar de manera activa el contacto con instituciones locales y agentes de mediación de la política cultural en el extranjero; 3) diversificar sus actividades destinadas a preservar los usos y costumbres; 4) investigar para poder transmitir una imagen actual de Alemania.

- **Lograr mayores vínculos entre sí**

La máxima prioridad de las asociaciones debería ser buscar de manera activa el intercambio y la cooperación entre sus pares. Por lo general, las asociaciones suelen enfrentarse a los mismos desafíos. En este contexto, un intercambio de experiencias sería muy beneficioso. En el marco de este estudio, se reunieron representantes de varias asociaciones para intercambiar acerca de su situación actual. Los resultados fueron, sin duda alguna, muy positivos. Así, en un encuentro con motivo de este estudio, la Asociación Alemana de San Justo y la Asociación Alemana “*Deutscher Verein*” Esperanza decidieron colaborar juntas para distribuir donaciones de ropa. Al reunirse el Club Alemán Austríaco de Resistencia con la Unión Cultural Argentino-Germana de Charata, Chaco, intercambiaron consejos útiles para organizar cursos de idiomas. La reunión de varias sociedades culturales de la zona norte de Buenos Aires llevó a que organizaran una fiesta en conjunto con sus pares del sur de la ciudad, donde también participó la diputada argentina de ascendencia alemana Cornelia Schmidt-Liermann.



Encuentro de directivos de la Unión Cultural Argentino Germana de Charata y el Club Alemán Austríaco de Resistencia, Chaco



Reunión de asociaciones de lengua alemana en Villa Ballester, Buenos Aires



Encuentro de directivos de la Asociación Alemana “*Deutscher Verein*” Esperanza y la Asociación Alemana de San Justo, Santa Fe

En dichos encuentros se identificaron otras oportunidades de trabajo conjunto, las cuales requieren, no obstante, un gran compromiso por parte de las asociaciones. Un potencial aliado son los colegios PASCH. Las asociaciones podrían poner sus instalaciones a disposición de grupos de estudiantes y sus miembros podrían organizar propuestas concretas para los alumnos, como por ejemplo, cursos de cocina tradicional alemana.¹³ Las asociaciones deberían considerar a los colegios como centros donde se reúnen potenciales miembros jóvenes y así, impulsar un intercambio dinámico con el personal docente en torno a los posibles campos de cooperación. Los colegios, por su parte, podrían beneficiarse de la amplia experiencia y los contactos locales de los miembros de las asociaciones. También en las organizaciones de beneficencia resultaría muy favorable lograr una mayor colaboración con las escuelas, con quienes podrían reflexionar acerca de posibles proyectos sociales en conjunto (por ejemplo, con entidades como la DWG). Básicamente, la FAAG debería abogar por un mayor vínculo entre las asociaciones que representa y, a modo de ejemplo, difundir pedidos y propuestas de cooperación en su sitio web.

Esta mayor vinculación debería comprender, a su vez, a otras sociedades culturales locales que no sean de lengua alemana. En la mayoría de las localidades existen también colectividades de descendientes de otros países europeos. La colaboración con ellas contiene un enorme potencial. A modo de ejemplo, es posible nombrar las fiestas en conjunto que organizaron la

¹³ La Sociedad Deportiva y Cultural “Jóvenes del Sud” le propuso al Colegio Alemán de Temperley, ubicados a corta distancia, crear un grupo de trabajo de cocineros. “Jóvenes del Sud” cuenta con una gran cocina, en la que señoras comprometidas comparten con gusto sus recetas de platos típicos alemanes a con alumnos interesados.

Asociación Alemana “*Deutscher Verein*” Esperanza y la Asociación Dante Alighieri de su localidad, lo que generó que el número de participantes aumentara considerablemente. La Asociación de Descendientes de Alemanes del Volga en Paraná reunió en su teatro a distintos grupos de baile de otras sociedades culturales y organizó una fiesta de la cultura que atrajo a un público numeroso. Los vínculos de cooperación entre las colectividades deberían considerarse como una oportunidad para que las propuestas que ofrecen las asociaciones ganen visibilidad y alcance.

- **Cooperar con agentes de mediación de la política cultural en el extranjero e instituciones y empresas locales**

Las asociaciones deberían dedicarse en forma activa a idear formatos de cooperación con instituciones locales, como comunidades religiosas, organizaciones sociales o autoridades municipales. Para ello, muchas asociaciones deben transformarse y pasar de ser un grupo cerrado y exclusivo a una comunidad abierta. De lo contrario, el problema de la falta de jóvenes en sus asociaciones será cada vez mayor. Para que este cambio sea efectivo, el contacto con otras instituciones locales resulta imprescindible. La evaluación de las asociaciones demuestra que cuanto más intensos sean los vínculos con instituciones locales, menor será el estancamiento en los ámbitos de afluencia de miembros y de las actividades y propuestas. Un buen ejemplo es la Asociación Alemana de San Justo, que, gracias a un contacto intenso con el gobierno, la congregación y las asociaciones de vecinos locales, logró, en muy poco tiempo, convertirse en un actor social muy visible.

En conversaciones con miembros de las asociaciones y con respecto a la importancia de una mayor apertura social, muchos expresaron en parte su preocupación por perder su identidad alemana. La argentinización es considerada, especialmente en las asociaciones tradicionalistas, como un peligro. El aislamiento social es, sin embargo, una estrategia que no brinda perspectivas de futuro. Más bien, se debería afrontar la supuesta pérdida de identidad enfocándose de forma más intensa en la cultura alemana actual. Para ello, los agentes de mediación de la política cultural en el extranjero podrían incentivar de manera significativa a las asociaciones. Al día de hoy, no obstante, es posible hablar de cooperación solo en casos aislados y por

eso, reina la desilusión en muchas asociaciones. Sin embargo, ellas también deberían analizar críticamente hasta qué punto presentan las condiciones adecuadas para cumplir el rol de socias de instituciones alemanas.

Las sociedades culturales en especial se ofrecen para generar vínculos de cooperación. Como ilustran los ejemplos presentados, el trabajo conjunto con asociaciones de lengua alemana sería para ellas muy beneficioso, en tanto que serviría para abrirles la puerta socialmente. En segundo lugar, las asociaciones pueden, asimismo, facilitar información actual sobre Alemania y nuevos miembros. Sería factible pensar en convenios formales, por ejemplo, cursos de idiomas con precio reducido para miembros de la asociación.¹⁴

Por último, las asociaciones deberían esforzarse más por conseguir patrocinio de empresas locales y alemanas. Lege (2007) demuestra en su estudio la predisposición de muchas empresas para promover una labor cultural y comunitaria en el marco de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Al tratar esta cuestión, muchas asociaciones mencionaron intentos que terminaron fracasando. También en este sentido se debería evaluar de manera crítica cómo dar forma a las actividades de las asociaciones, de manera tal que puedan ser patrocinadas por iniciativas de RSE.¹⁵

- **Diversificar sus actividades**

Diversificar sus actividades es una medida importante que garantizará buenas perspectivas de futuro, ya que ofrece a las asociaciones la posibilidad de reclutar nuevos miembros, vincularse socialmente de manera más fuerte y captar la atención como potenciales socias de otros actores en el ámbito político-cultural. La evaluación realizada demuestra que las asociaciones con mayor expectativa a futuro son las que tienen como objetivo preservar usos y costumbres a través de actividades sociales y un trabajo orientado a la cultura y/o a la lengua (ver gráfico 2). Claramente no puede toda asociación accionar en estos tres campos en igual medida, pero se recomienda combinar propuestas consecuentemente.

¹⁴ A modo de ejemplo, el Club Alemán Austríaco de Resistencia gratifica a su profesora de baile por ofrecer clases sin costo con un curso de alemán gratuito, patrocinadas por la sociedad cultural con la que colabora.

¹⁵ Especialmente a las asociaciones tradicionalistas, que se enfocan en las fiestas de usos y costumbres, les resultará difícil conseguir apoyo de empresas. Por el contrario, las iniciativas de RSE podrían representar una gran oportunidad para asociaciones tradicionalistas renovadas y, en particular, asociaciones de nueva generación.



Gráfico 2. Diversificación de las actividades de las asociaciones

El compromiso social permite impulsar los vínculos con instituciones locales. Para ello, la sociedad argentina ofrece muchas posibilidades. Así, las asociaciones pueden organizar en sus localidades campañas periódicas o esporádicas de donación para los más necesitados, para lo cual también pueden dirigirse a la DWG y participar de su campaña de recolección de ropa. Para proyectos sociales a largo plazo, las asociaciones deberían identificar aliados locales (asociaciones de vecinos, autoridades municipales, etc.). El compromiso social también ofrece la oportunidad de colaborar con organizaciones de beneficencia en Alemania. Como ya se ha mencionado, las asociaciones pueden intentar, además, integrar sus actividades sociales a iniciativas de RSE.

Su compromiso por promover la cultura y la lengua alemanas permite el trabajo conjunto con sociedades culturales y colegios PASCH. Por un lado, las primeras pueden aportar su experiencia y asesorar en la creación de cursos de idiomas, así como también ofrecer oportunidades de capacitación para docentes de alemán. Por el otro, las asociaciones pueden, a través de las sociedades culturales, esforzarse por participar en las propuestas del Instituto Goethe (por ejemplo, exposiciones itinerantes y distribución de películas). Así, las asociaciones resultarían más atractivas a ojos de los agentes de mediación cultural, ya que contarían con mejores conexiones institucionales en sus localidades. Particularmente en las provincias, las asociaciones ocupan una posición privilegiada, ya que suelen ser los únicos potenciales representantes de la cultura alemana. Con el fin de

obtener mayores incentivos en cuanto a posibles formatos de cooperación, las asociaciones deberían visitar las sociedades culturales más cercanas e informarse a partir del sitio web del Instituto Goethe en Buenos Aires.

La preservación de las costumbres también debería seguir desempeñando un rol en las asociaciones. Las fiestas tradicionales continúan siendo una fuente de ingresos significativa. Desde un punto de vista político-cultural, cumplen, ante todo, una función útil al hacer crecer la visibilidad y el anclaje de las asociaciones en la sociedad local. Si se las considera como un fin en sí mismo, entonces es necesario afirmar que cumplen, por el contrario, una función político-cultural pobre. Las fiestas tradicionales pueden organizarse, no obstante, de manera tal que además de los elementos tradicionales de la cultura alemana, también se transmita una imagen actual de Alemania (mediante, por ejemplo, puestos de información, juegos de preguntas y respuestas, etc.). Para ello, también se puede estimular la colaboración con sociedades culturales y colegios PASCH. De todas formas, de ninguna manera es reprochable el hecho de que muchas asociaciones manifiesten su apego por las tradiciones. Muchos argentinos visitan actualmente las fiestas de estas asociaciones debido a estos elementos tradicionales (comida, vestimenta típica, música).

- **Transmitir y difundir una imagen actual de Alemania**

Casi todas las asociaciones visitadas en el marco de este estudio indican que carecen de información sobre la Alemania actual. Los medios de comunicación alemanes o que informan sobre Alemania están en su gran mayoría únicamente disponibles por internet. A modo de ejemplo, el canal de televisión de la Deutsche Welle solo es transmitido por compañías de cable que operan en la capital¹⁶. Lamentablemente, los agentes de mediación cultural y la representación alemana en el extranjero pueden enviar cada vez menos material impreso. Así, las asociaciones deberían recurrir más y más a medios digitales. Hay una gran variedad de medios que reciben apoyo de los agentes de mediación cultural, que informan acerca de sucesos y tendencias actuales provenientes de Alemania. Incluso también para interesados en aprender la lengua y estudiar en Alemania, hay sitios web muy completos en español.

¹⁶Para tener acceso a la amplia oferta de la Deutsche Welle, las asociaciones deberían acudir a las compañías de cable locales.

Sitios web en español sobre temas actuales de Alemania:

- <https://www.deutschland.de/es>
- <https://www.portalalemania.com/>
- <https://www.dw.com/es/actualidad/alemania-hoy/s-30451>
- <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es>

Sitios web en español para interesados en aprender la lengua y estudiar en Alemania:

- <https://www.dw.com/es/aprender-aleman/s-4639>
- <https://www.estudiar-en-alemania.org/>

Tener información actualizada sobre Alemania permite a las asociaciones no solo establecer un vínculo con el país mucho más cercano a la realidad, sino también convertirse en serios interlocutores en sus localidades. Como ya se ha mencionado, a menudo acude gente a las asociaciones para consultar acerca de oportunidades de estudiar, trabajar y viajar en Alemania. A su vez, el hecho de contar con información actualizada ofrece a las asociaciones un panorama de las múltiples posibilidades de cooperación con instituciones alemanas y actores de la sociedad civil. Obtener información también puede incentivar a las asociaciones a pensar nuevas propuestas. Por consiguiente, transmitir una imagen actual de Alemania por parte de las asociaciones es un requisito indispensable para transformarse en socias estratégicas de la política cultural en el extranjero.

4.2 Recomendaciones para la FAAG

Las recomendaciones mencionadas para las asociaciones deberían ser apoyadas por la FAAG, quien debería cumplir, en particular, con tres tareas centrales. 1) Impulsar de manera activa los vínculos de las asociaciones de lengua alemana entre sí; 2) en su carácter de representante, responder efectivamente a los intereses reales de las asociaciones miembro frente a instituciones y empresas tanto alemanas como argentinas; 3) brindar apoyo y propuestas tangibles para que las asociaciones puedan concretar las recomendaciones aquí mencionadas.

Antes de explicar detalladamente estas tareas centrales, es necesario, a continuación, indagar acerca de la situación actual de la Federación. La FAAG representa oficialmente hoy en día a 57 asociaciones en Argentina y, a su vez, mantiene contacto con más de otras 100. Sin embargo, el vínculo de hecho entre la mayoría de las asociaciones y la federación es muy limitado. La comunicación entre sus miembros y la oficina de la FAAG es, con frecuencia, inexistente, lo que se debe, entre otras cosas, a la reducida capacidad económica y de personal de la que dispone la federación. A su vez, es necesario que los directivos den un debate activo acerca de la escasa oferta de actividades que realiza la FAAG, que se limita principalmente a organizar la fiesta por el Día de la Unidad Alemana, realizar un concurso anual de postales entre los colegios alemanes en Buenos Aires y hacer una publicación mensual acerca de las actividades de la federación en colaboración con el *Argentinisches Tageblatt*. El alcance comunicativo de la federación se limita prácticamente al Gran Buenos Aires. Así, la mayoría de las asociaciones visitadas en las provincias no tenían información alguna sobre las actividades que realiza la FAAG. Su falta de visibilidad en las provincias ha incitado a muchas asociaciones a dejar de pagar la cuota de miembro o, directamente, a retirarse de la federación. A la inversa, la FAAG tiene muy poca información acerca de la situación de sus miembros fuera de Buenos Aires.

Lamentablemente, la federación carece de canales efectivos de comunicación. El sitio web de la FAAG es anticuado y no se actualiza regularmente. Tampoco envían actualmente ningún newsletter informativo, lo que genera que el sitio web sea el medio de comunicación más importante de la federación. En este sentido, es necesario renovarlo pronto, para lo cual ya se realizaron los primeros encuentros con la empresa responsable. A su vez, se actualizaron los datos de contacto de la federación. Será necesario, en un futuro, mantener continuamente actualizados los datos de las asociaciones miembro. Con la misma minuciosidad se deberían actualizar los anuncios en su sitio. Estas medidas se pueden realizar independientemente de la crítica situación económica.

Además de la falta de medios económicos y de personal capacitado, la FAAG carece, ante todo, de una visión clara acerca de las funciones que debe cumplir como federación marco. Por lo tanto, la FAAG no ejerce las clásicas tareas de representar intereses y brindar respaldo institucional

porque no conoce las necesidades de sus miembros. El presente estudio es un primer paso importante para que las inquietudes de las asociaciones sean escuchadas.

En el futuro, la federación debería apoyar activamente a sus miembros, lo cual puede realizar incluso con medios económicos limitados. Aún más importante es, sin embargo, concretar un cambio en la forma en que la FAAG se percibe a sí misma. Muchas asociaciones critican su pretensión muy instaurada de representar exclusivamente a las comunidades de lengua alemana, aspiración que se contradice completamente con la representación de hecho de los intereses de las asociaciones. Es entonces imprescindible que la federación desarrolle en forma urgente una mentalidad orientada a brindar servicios a sus miembros, lo que no solo legitimaría su pretensión de representación, sino que también conduciría a las asociaciones que hoy en día no son representadas por la federación, a reconocer las ventajas de ser miembro. Así, la FAAG debería prestar ayuda concreta a sus miembros y poner sus intereses en un segundo plano. Siguiendo esta línea, las asociaciones en las provincias deberían ser tenidas en cuenta en igual medida que las del Gran Buenos Aires.

- **Promover activamente los vínculos entre asociaciones de lengua alemana**

La federación debería ejercer un rol más activo en la vinculación de las asociaciones entre sí, que se debería incentivar según cercanía geográfica, pero también según las actividades que realicen. Para ello, es necesario que la FAAG disponga de un panorama general de las actividades y necesidades correspondientes de cada asociación miembro. Sería útil la coordinación estrecha con asociaciones bien integradas a la red institucional (o “asociaciones de contacto”), que asimismo promuevan en sus provincias los vínculos de las asociaciones locales entre sí. Construir una estructura descentralizada de asociaciones de contacto que funcionen como aliadas esenciales de la federación haría crecer enormemente el alcance de la FAAG y su presencia en las provincias. Un ejemplo de una potencial asociación de contacto es el Club Alemán Austríaco de Resistencia, muy bien ubicado dentro de la red institucional en Chaco y que hoy en día ya opera como interlocutor para las asociaciones de lengua alemana en la región. La FAAG podría, a su vez, facilitar el contacto de sus miembros con las asociaciones

de contacto en todo el país, quienes, en sentido contrario, deberían poder representar las inquietudes y preocupaciones de sus regiones ante la federación.

Otro punto de partida para promover los vínculos entre las asociaciones es impulsar encuentros anuales de las asociaciones, organizados según regiones o actividades que realizan. Aquí, las asociaciones de contacto, así como también las asociaciones que quieran incentivar el trabajo conjunto en un ámbito determinado, podrían asumir la responsabilidad de organizarlos y coordinarlos. Una asociación que cuenta con mucha experiencia en actividades musicales es, por ejemplo, la Sociedad Alemana de Villa Gesell. En lo que respecta a actividades sociales, sería recomendable ofrecer a la Asociación Alemana de San Justo el papel de asociación de contacto, quien, a su vez, podría desempeñar un rol más activo en la cooperación entre asociaciones de nueva generación. La FAAG podría coordinar medidas para la vinculación específicamente con estas asociaciones de contacto. En este contexto, el rol de la federación es impulsar iniciativas desde arriba, reunir a los responsables y acompañar institucionalmente mediante información y asesoramiento, con el fin de lograr vínculos más fuertes entre sus miembros.

Además de relacionarse gracias a aspectos geográficos, la federación debería facilitar en su sitio web un espacio de intercambio. Para ello, debería remodelar el sitio y convertirlo en una plataforma de información, donde las asociaciones puedan intercambiar acerca de sus actividades. Con este propósito, se podrían poner a disposición foros de diálogo sobre cada área, por ejemplo, compromiso social, promoción de la lengua y la cultura, fiestas tradicionales, etc. Muchas de las asociaciones visitadas en el marco de este estudio han demostrado una gran predisposición para ayudar de diversas maneras a sus pares (entre otras formas, prestando herramientas o regalando libros). A través de foros web interactivos, los miembros de la FAAG podrían ponerse en contacto con mayor facilidad. Ya se está trabajando actualmente en un formato tecnológico adaptado a estas necesidades.

La federación debería respaldar de forma más activa la vinculación de asociaciones de lengua alemana también en el plano internacional. En los países vecinos como Chile, Brasil, Perú y Paraguay, hay comunidades activas de inmigrantes alemanes. Hoy en día, ya se reúnen anualmente, por

ejemplo, en el Encuentro de Comunidades de Habla Alemana de América Latina (CAAL). Sin embargo, en los últimos años cada vez más asociaciones argentino-germanas se lamentaron por el hecho de que la FAAG se retiró de la organización del encuentro. Así, la Fundación Wachnitz organiza el encuentro de las CAAL de este año sin respaldo significativo de la FAAG. En este contexto, le correspondería a la federación asumir una responsabilidad mucho más activa.

- **Representar a las asociaciones miembro ante instituciones alemanas y argentinas (agentes de mediación cultural, representación alemana en el extranjero y empresas)**

Además de respaldar los vínculos entre las asociaciones, la federación debe representar los intereses de sus miembros de forma eficiente ante instituciones alemanas y argentinas, que no solo incluyen a la representación alemana en el extranjero y a los agentes de mediación de la política cultural en el extranjero, sino también a actores políticos y económicos de ambos países. La federación no cumple actualmente con esta función, ya que no conoce los intereses de sus miembros y no dispone de las capacidades necesarias para aprovechar, en función de sus fines, el contacto con las instituciones y los respectivos actores. Así, recopilar actividades, desafíos y necesidades de las asociaciones miembro representa un primer paso imprescindible. A partir de este análisis, la federación debería localizar interlocutores a través de los cuales difundir públicamente los intereses de las asociaciones. Para ello, se deben perseguir tres objetivos principales.

En primer lugar, es fundamental que la FAAG le dé mayor visibilidad a las asociaciones miembro y sus actividades. Su labor multifacética y, en parte, sostenible a futuro permanece prácticamente desconocida, sobre todo para la representación alemana en el extranjero y los agentes de mediación cultural, quienes, no obstante, muestran un gran interés por recibir más información al respecto e interiorizarse. El trabajo de difusión y relaciones públicas en general de la FAAG debería servir para hacer crecer el interés y destacar campos concretos de cooperación. En este contexto, carece de sentido que las asociaciones soliciten, además, respaldo económico, ya que la FAAG no cuenta con los medios necesario.

Todo tipo de cooperación debe responder a un interés mutuo de las partes. Es así que los reclamos generalizados de las asociaciones por mayores donaciones (por ejemplo, de banderas alemanas) o visitas más frecuentes de representantes de la Embajada Alemana tienen menor probabilidad de concretarse. En este contexto, la FAAG debería pedir a sus miembros mayor comprensión. Tendría mucho más sentido, por el contrario, discutir acerca de ideas concretas que podrían despertar el interés de instituciones alemanas por cooperar.

La FAAG debería, en segundo lugar, conocer también los intereses de las instituciones alemanas y los agentes de mediación cultural. Por ejemplo, la representación alemana en el extranjero tiene dificultades para encontrar cónsules honorarios en las provincias. La federación podría colaborar con la búsqueda de candidatos adecuados dentro de sus asociaciones. Como ya se ha mencionado, los agentes de mediación cultural como el Instituto Goethe demuestran un gran interés por encontrar socios colaboradores, especialmente fuera de Buenos Aires. A su vez, la federación debería incentivar a sus miembros a diseñar su perfil y sus actividades de manera tal que puedan ser considerados futuros socios por los agentes de mediación cultural.

En tercer lugar, la FAAG debería abogar en mayor medida por vínculos de cooperación entre empresas alemanas y argentinas. Como ya se ha explicado, en muchas empresas existe la predisposición para apoyar económicamente proyectos de beneficencia en el marco de la Responsabilidad Social Empresaria. Sin embargo, a menudo las empresas no están en condiciones de destinar personal a localizar iniciativas que valgan la pena ser promovidas y definir proyectos concretos (Lege, 2007). Aquí, gracias a su conocimiento y sus contactos locales, las asociaciones podrían cumplir un rol significativo como intermediarios e incluso volverse activos en el ámbito social. Asimismo, correspondería que la FAAG apoye de forma activa la unión de empresas y asociaciones, por ejemplo, publicando en su sitio web un banco de datos con los proyectos sociales de sus asociaciones miembro y planteando propuestas directas de cooperación a las empresas.

También se debería intensificar la búsqueda de apoyo económico en el sector público. Los fondos estatales para la cultura se encuentran, en principio, a disposición de las asociaciones argentino-germanas. Para eso, la FAAG debería acercarse a actores políticos. Por ejemplo, la diputada

nacional argentina de origen alemán que preside la Comisión de Relaciones Exteriores y Culto, Cornelia Schmidt-Liermann, está interesada en realizar un trabajo conjunto a futuro. Sin embargo, también en este caso se deben desarrollar en mayor medida las actividades en los ámbitos político-cultural y comunitario.



Con la diputada nacional y presidente de la Comisión de Relaciones Exteriores y Culto, Cornelia Schmidt-Liermann

- **Ofrecer estímulo y apoyo a las asociaciones**

La federación marco debería convertirse en un punto de contacto, donde las asociaciones puedan acudir para plantear sus inquietudes y problemas diversos y que brinde, a su vez, propuestas concretas de apoyo. Para ello, no es necesario destinar ningún tipo de ayuda financiera. Cada asociación miembro debe permanecer autónoma en materia económica. El respaldo por parte de la FAAG debe concentrarse especialmente en la predisposición para proveer información útil, incentivar y brindar acompañamiento institucional.

La información útil para diseñar propuestas debería estar disponible sistemáticamente en el sitio web de la federación. Actualmente se está trabajando en estructurar el sitio web según distintas secciones donde encontrar información útil al respecto (por ejemplo, proyectos sociales, proyectos político-culturales, problemas frecuentes, etc.). Se tiene como fin incentivar y compartir estrategias prácticas para solucionar los problemas de una manera directa y fácil para el usuario del sitio web. A su vez, se podrían diseñar otros formatos para difundir información, como workshops

y seminarios. Para ello, la FAAG debería recurrir a instituciones, e incluso a propios miembros que estén dispuestos a divulgar su conocimiento en ámbitos específicos. A modo de ejemplo, muchas asociaciones solicitaron apoyo para crear sitios web, darse a conocer públicamente, tramitar ayuda económica proveniente de fondos públicos, solicitar la exención fiscal ante las autoridades locales y organizar eventos culturales. La FAAG debería agrupar los temas, identificar interlocutores y reunirlos con interesados. En este sentido, las asociaciones de contacto también podrían colaborar.

Básicamente, la FAAG debería evaluar de manera crítica su función como motor de impulso. Es necesario que la federación opere como fuente de ideas frescas, capaz de transmitir las en forma activa a sus miembros. Asimismo, debería generar nuevos debates, por ejemplo, acerca de la necesidad de las asociaciones de abordar una imagen actualizada de Alemania. Esta transparencia y vitalidad le otorgarían a la federación mayor prestigio frente a las instituciones alemanas. En este sentido, es fundamental tomar en serio los esfuerzos que realizan las asociaciones, quienes, a su vez, deberían considerar a la FAAG como un punto de contacto donde plantear sus inquietudes. Para ello, la federación debe ganar presencia física. A modo de ejemplo, los miembros de su junta directiva deberían visitar regularmente las asociaciones. El tiempo y costo económico que esto supone, que no es menor, da cuenta de una descentralización de la estructura de la federación.¹⁷

El respaldo institucional es otra tarea principal de la federación. En este aspecto, la FAAG debe ampliar su potencial de manera significativa. Una federación marco ejerce per se una mayor influencia en instituciones y empresas que sus miembros por separado. A partir de esta evaluación, muchas asociaciones afirmaron que el apoyo institucional es uno de los motivos principales por los cuales son miembros de la FAAG. Debido a que hoy en día no ejerce casi influencia alguna, cada vez más asociaciones abandonan la federación. Darle respaldo institucional a las inquietudes de las asociaciones no debe tomarse necesariamente de forma literal. A menudo, ya debería ser de gran ayuda el poder hacer referencia a una federación fuerte, para así lograr mayor atención por parte de socios colaboradores.

¹⁷ Debido a su avanzada edad, muchos miembros de la junta directiva no están en condiciones de asumir los trayectos parcialmente largos. A su vez, deben financiar los viajes por su cuenta. Por consiguiente, una estructura descentralizada de la federación debería aspirar a atribuir un rol más representativo a las aquí denominadas asociaciones de contacto.



Con miembros del consejo directivo de la Federación de Asociaciones Argentino-Germanas (FAAG) y representantes de la comunidad germanoparlante en Buenos Aires

En general, es posible constatar que la Federación de Asociaciones Argentino-Germanas debe reformarse de manera urgente para poder, en el futuro, actuar como representante legítimo de los intereses de sus miembros. Si esta reforma no llegara a triunfar, las discrepancias entre sus miembros y dirigentes continuarán intensificándose. Sin embargo, solo se podrá impulsar la reforma si la federación lleva a cabo, a su vez, una reestructuración en el personal. A la vista de lo recabado para este estudio, es posible afirmar que la medida más importante sería designar una gerencia profesional, independiente del consejo directivo de la federación. Actualmente, la capacidad operativa de la FAAG es limitada porque solo cuentan con un único empleado fijo. Si bien hay que felicitar el compromiso voluntario del consejo directivo, éste no proporciona una base suficiente para dirigir una federación que funcione operativamente. Para contratar un gerente profesional, sería necesario contar con nuevos recursos económicos, que la FAAG por el momento no dispone. Aquí, las instituciones alemanas podrían apoyar una serie de medidas que resultarían muy beneficiosas para las asociaciones de lengua alemana. A medio plazo, aumentarían también las probabilidades de que las asociaciones se desarrollen como socias estratégicas de la política cultural hacia el extranjero. La FAAG, en su formato actual, no tiene posibilidad alguna de emprender las propuestas recomendadas en este estudio. Una gestión dinámica fortalecería considerablemente la capacidad de funcionamiento

de la federación, incluso con un puesto de media jornada (que supone un costo de aproximadamente 850 euros por mes). Solo de esta manera la FAAG podría convertirse en un verdadero sostén para sus miembros y un mediador entre las asociaciones y las instituciones alemanas.

4.3 Recomendaciones para las instituciones alemanas

Los agentes de mediación de la política cultural en el extranjero deberían considerar a las asociaciones de lengua alemana como potenciales socias y localizar posibles áreas de cooperación. En este sentido, deberían aprovechar el compromiso de las asociaciones y su excelente vínculo con contactos locales para difundir de forma más amplia los respectivos contenidos de la política cultural en el extranjero. A modo de ejemplo, las propuestas culturales y de idioma del Instituto Goethe en Buenos Aires suelen llegar solo a un pequeño sector privilegiado de la población. Mientras que a una gran parte le resultan demasiado caros los cursos de idiomas que ofrecen, muchas de las propuestas del instituto se limitan a algunas grandes ciudades del país. En muchas provincias, por el contrario, son principalmente las asociaciones de lengua alemana quienes transmiten la cultura alemana.

- **Brindar orientación a las asociaciones en materia de contenidos en connivencia con la política cultural alemana en el extranjero**

Si bien a través de sus propuestas de hoy en día, muchas asociaciones no transmiten una imagen actual de Alemania, están perfectamente en condiciones de, en el futuro, transformarse en serios portadores de cultura. Con este propósito, los agentes de mediación cultural deberían proveer a las asociaciones de contenidos actualizados y materiales correspondientes. La gran mayoría de las asociaciones visitadas en el marco de este estudio recibirían con gusto una orientación más profunda en cuanto a contenidos y temáticas a trabajar, que les otorgaría el ansiado reconocimiento por su comprometida labor voluntaria. Los agentes de mediación cultural encontrarán en muchas asociaciones socios altamente motivados, competentes y voluntarios, que cuentan con un know-how local de suma importancia.

A partir de este estudio, se logra apreciar que particularmente las asociaciones tradicionalistas renovadas y de nueva generación ofrecen mucho potencial para una cooperación prometedora. Muchas de ellas se encuentran ya montando clases de alemán autogestionadas y proyectos sociales. Lo que estas asociaciones necesitan, a pesar de su gran compromiso y sus notables capacidades institucionales, es orientación en el ámbito político-cultural.

Como ya se ha mencionado, las sociedades culturales emergen como las más adecuadas para realizar esta tarea, quienes, asimismo, necesitan lograr una mayor integración en la red institucional local. Como ilustra claramente el ejemplo mencionado, las asociaciones pueden funcionar como puerta de entrada social. Además, en sus instalaciones, mayormente bien ubicadas, ofrecen espacio suficiente para albergar eventos culturales de todo tipo. Muchas sociedades culturales, por el contrario, solo disponen de un espacio muy limitado. Por lo tanto, el Instituto Goethe, en tanto uno de los agentes de mediación cultural más importantes, debería invitar a las sociedades culturales que le fueron asignadas, a buscar de manera más activa el contacto con las asociaciones más cercanas. Esto mismo aplica, por ejemplo, en el caso de la Central de Colegios Alemanes en el Extranjero, que podría incentivar una mayor cooperación entre los colegios PASCH y las asociaciones de lengua alemana.



Con el director general del Instituto Goethe en Buenos Aires, Uwe Mohr

- **Abogar por el reconocimiento simbólico de la representación alemana en el extranjero**

La representación alemana en el extranjero tiene una enorme importancia para la mayor parte de las asociaciones, quienes la consideran socia colaboradora de preferencia, a pesar de que a menudo, las expectativas no son correspondidas. Las asociaciones desean recibir apoyo material de manera esporádica, pero en la mayoría de los casos, aspiran a un reconocimiento simbólico, por ejemplo, mediante la asistencia de un funcionario de la embajada a una de las fiestas que organizan. Sin embargo, son pocas las asociaciones que buscan en forma activa entablar contacto con la representación alemana en el extranjero. En el caso de las asociaciones tradicionalistas, suelen esperar que la iniciativa surja de la propia embajada. Las asociaciones tradicionalistas renovadas, por el contrario, tienen reparos en establecer contacto alguno. La lejanía de las asociaciones dificulta a los funcionarios de la embajada preservar el vínculo con ellas. Al no existir una instancia mediadora (teóricamente sería la federación), pocas veces puede hablarse de un contacto directo. A menudo, las asociaciones dan cuenta de la falta de apoyo consiguiente con tristeza y resentimiento.

Incluso si esta postura sonara en parte absurda, la representación alemana en el extranjero debería aprovechar el fuerte deseo de las asociaciones por ser reconocidas simbólicamente. Mediante gestos particulares, como asistir a una fiesta o mandar una carta de agradecimiento anual, es posible despertar mucha simpatía. Con un gasto relativamente bajo, puede lograrse una atmósfera en la cual las asociaciones se sientan valoradas y motivadas, lo que será muy favorable al implementar las propuestas de reforma aquí impulsadas. Además de una orientación en torno a contenidos por parte de los agentes de mediación cultural, la representación alemana en el extranjero podría contribuir, a su vez, promoviendo la transformación de las asociaciones de lengua alemana en socias estratégicas de la política cultural en el extranjero.



De derecha a izquierda, con el Embajador alemán en Argentina, el Sr. Jürgen Christian Mertens; la cónsul alemana, la Sra. Susanne Kempermann; el vicepresidente de la Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana, el Sr. Thomas Leonhardt; y el encargado de Asuntos Culturales de la Embajada Alemana, el Sr. Harald Herrmann.

5 Conclusión

El presente estudio se propuso investigar en qué medida pueden las asociaciones de lengua alemana convertirse en socias estratégicas de la política cultural de Alemania en el extranjero. En una serie de países, las comunidades alemanas o sus descendientes se comprometen en asociaciones sin fines de lucro para poder manifestar su vínculo de pertenencia con su país de origen. Así, asumen importantes tareas benéficas y culturales con grandes costos y financiándolas con medios económicos propios.

En este contexto, en el caso puntual de las asociaciones argentino-germanas, se comprueba un potencial de sinergia entre las asociaciones y los agentes de mediación de la política cultural en el extranjero que hasta el momento no ha sido aprovechado. Las asociaciones de lengua alemana en su rol como socias colaboradoras altamente motivados que disponen de buenos vínculos con instituciones locales, podrían colaborar con los agentes de mediación cultural aliviando su carga de trabajo, que supone altos costos e inversión de tiempo. Ellos, por su parte, podrían brindar a las asociaciones apoyo intelectual que les ofrezca, de esta manera, perspectivas de futuro como verdaderos mediadores culturales.

Es posible resumir los resultados centrales del estudio de la siguiente manera. En primer lugar, el paisaje heterogéneo de asociaciones y sus diversas actividades ofrecen muchos puntos de partida para un trabajo conjunto entre los agentes de mediación cultural y las asociaciones de lengua alemana. Ya hoy en día, muchas de ellas se comprometen en promover la lengua y la cultura alemanas. Sin embargo, se sienten abandonadas por las instituciones alemanas. En este contexto, no esperan, por lo general, apoyo económico de ningún tipo, sino principalmente acompañamiento y orientación en materia institucional. Las asociaciones de lengua alemana necesitan incentivos y materiales para diseñar propuestas orientadas a la política cultural en el extranjero.

Por otro lado, la cooperación con asociaciones altamente motivadas y bien integradas a la red institucional podría ampliar el alcance geográfico y social de los agentes de mediación cultural, quienes, por lo general, se sitúan en las grandes ciudades. En Argentina, por ejemplo, el Instituto Goethe tiene sede en Buenos Aires y Córdoba. A través de una red descentralizada de Centros Goethe y sociedades culturales, el Instituto Goethe intenta ya hoy en día tener mayor alcance y así, llegar a otras partes del país. Las asociaciones de lengua alemana podrían incorporarse a esta red y cooperar directamente con los agentes de mediación cultural a modo de unidades informales, por ejemplo. Su anclaje social, a su vez, puede contribuir para acercar las propuestas culturales y de idioma de los agentes de mediación cultural y las sociedades culturales a un público más amplio.

En tercer lugar, un trabajo conjunto con los agentes de mediación cultural podría garantizar buenas perspectivas de futuro para las asociaciones de lengua alemana. Hoy en día muchas de ellas están atravesando una crisis identitaria. Debido a las claras tendencias de asimilación entre sus miembros, las asociaciones cumplen cada vez menos su antigua función como refugio social para inmigrantes germanoparlantes. Por lo tanto, la tradición y los usos y costumbres pierden de manera creciente fuerza de integración, especialmente en lo que respecta a las jóvenes generaciones. Al mismo tiempo, los conocimientos sobre la Alemania actual, que suelen ser limitados, impiden reconstruir vínculos con su antiguo país de origen. Frente a este contexto, la cooperación con agentes de mediación cultural podría incentivar a las asociaciones a comprender una reconfiguración de sus roles, de preservar la tradición y los usos y costumbres a convertirse en verdaderos mediadores culturales.

Con el objetivo de impulsar el cambio en las asociaciones y su acercamiento a los agentes de mediación cultural, el presente estudio ha formulado claras recomendaciones, destinadas tanto a ambos actores así como a la FAAG y la representación alemana en el extranjero.

Si las medidas recomendadas conducirán efectivamente al éxito, reside en las manos de los actores correspondientes, pero a su vez, una implementación parcial o paso a paso podría influir positivamente en la situación actual. Las asociaciones en particular deberían empeñarse en encarar los cambios descritos lo antes posible. Un primer paso sería, por ejemplo, establecer un contacto con asociaciones cercanas y sociedades culturales para así estimular vínculos de cooperación posibles. También la FAAG está en condiciones de poner en práctica las recomendaciones aquí planteadas. Cabe mencionar que la actualización del registro de miembros y el diseño del sitio web ya fueron abordados. Principalmente se le atribuye a la federación un papel esencial en la implementación de las medidas recomendadas, ya que es el único actor que puede asumir la función de puente entre las asociaciones y los agentes de mediación cultural. Con respecto a los agentes de mediación cultural y los dirigentes políticos alemanes, este estudio pretende abrir un debate fundamental acerca de si las comunidades de lengua alemana pueden transformarse en socias activas en la política cultural en el extranjero y de qué manera. Para ello, este estudio plantea puntos de partida concretos.

6 Bibliografía

Ministerio Federal de Relaciones Exteriores (2016): *20. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik 2016*, Berlin: Ministerio Federal de Relaciones Exteriores.

Hepe, Rudolf (2005): *Chronik über 50 Jahre Geschichte*, Buenos Aires: Verband der deutsch-argentinischen Vereinigungen.

Lege, Klaus-Wilhelm (Hrsg.) (2007): *Argentinische Vereinigungen deutschsprachigen Ursprungs: Ein Beitrag zur sozialen Verantwortung*, Buenos Aires: Deutsch-Argentinische Industrie- und Handelskammer.

Lütge, Wilhelm; Hoffmann, Werner; Körner, Karl; Klingenfuss, Karl (2017): *Los Alemanes en la Argentina. 500 años de historia*, Buenos Aires: Editorial Biblos.

Oelsner, Verónica (2007): „Die Europäische Einwanderung 1810–1914. Politikkonzepte, staatliche Förderung und Auswirkungen auf die argentinische Arbeitswelt“, in: *Themenportal Europäische Geschichte*; verfügbar unter: www.europa.clio-online.de/essay/id/artikel-3371.

Sauveur-Henn, Anne (2010): „Die deutsche Migration nach Argentinien (1870–1945)“, in: Birle, Peter (Hrsg.): *Die Beziehungen zwischen Deutschland und Argentinien*, Frankfurt a. M.: Vervuert Verlag.

Oficina Académica del Parlamento Federal (Wissenschaftliche Dienste) (2007): *Auswärtige Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland. Überblick zentraler Problemstellungen einschließlich einer Auflistung der gegenwärtig vorliegenden Reformvorschläge*, Berlin: Parlamento Federal.

Wolf, Nina (2007): *Deutschsprachige Vereinigungen in Argentinien: Eine Bestandsaufnahme*, Diplomarbeit, Univ. Passau.

Wulffen, Bernd (2010): *Deutsche Spuren in Argentinien*, Berlin: Christoph Links Verlag.