



La ciudad en los muros

*Carteles, temporalidades e
imaginarios en la ciudad actual.*

Nicole Cea Cubillos

Prof. guía: Eduardo Castillo E.

Universidad de Chile

Facultad de Arquitectura y Urbanismo

Julio 2019

"Esta cantidad de carteles, de afiches que se van amontonando, en general la gente pasa y mira el último, el que está pegado encima. Yo no sé, para mí (...) tiene algo siempre de mensaje, es como una especie de poema anónimo porque ha sido hecho por todos, por montones de pegadores de carteles que fueron superponiendo palabras, que fueron acumulando imágenes..."

- Julio Cortázar

en Bauer, T. Cortázar. 1994, 42'20".

La ciudad en los muros
*Carteles, temporalidades e imaginarios
en la ciudad actual.*

Informe para optar al Título Profesional
de Diseñadora Gráfica.

Nicole Cea Cubillos
Prof. guía: Eduardo Castillo Espinoza

Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo

Julio 2019

Agradecimientos

Primero que todo agradecer a **mi familia** (mamá, papá, Javi, mama y tata) por el amor incondicional, por creer en mí desde que tengo memoria y siempre darme todas las herramientas necesarias que me han hecho llegar donde estoy. Con ustedes leí mis primeros libros y di mis primeros paseos, esto no es más que el resultado de ello. A pesar de la distancia sé que siempre estuvieron conmigo.

A **Claudio** por su amor, su paciencia, su compañía y por toda la barra que me ha hecho a lo largo de todo este proceso. Por ayudarme a mantenerme en pie cuando ya no me quedaban ganas de seguir y por recordarme que no todo es trabajo, que a veces es necesario tomarse un descanso.

A **Paula y Cata** por todo el apañe que nos hemos brindado mutuamente, por las ideas que compartimos y por las risas cuando en verdad todo era estrés.

Al profesor **Eduardo Castillo**, por la confianza, por siempre tener una palabra de apoyo y por todo lo que me ha enseñado desde que tuve la fortuna de conocerlo en Seminario de Diseño 2016. Sé que en ocasiones creyó en mí más de lo que yo misma lo hacía, y siempre le agradeceré por ello.

También agradecer al profesor **Felipe Cortéz (FACO)** por darse el tiempo de ayudarme con observaciones que alimentaron de manera positiva este proyecto.

Por último, pero no menos importante, al equipo de **Garage Labs** por brindarme la oportunidad de desarrollarme profesionalmente y por entender mis tiempos para poder llevar a cabo el proyecto que se presenta a continuación.

Abstract

Proyecto de investigación basado en la observación y registro de carteles publicitarios como huella temporal y orgánica de la vida en la ciudad actual, vista desde la perspectiva del transeúnte. A partir de esto, se plantean los carteles como un imaginario fundamental de las grandes ciudades, que han ido evolucionando con ella y adecuándose al cotidiano de la urbe.

Metro Macul de la Línea 4 del Metro de Santiago es el lugar escogido para llevar a cabo el proyecto, el cual se registra de manera sistemática, entendiendo así cómo funciona y cómo los carteles conviven con la gente que habita este lugar de paso.

KEYWORDS:

CARTELES

NO-LUGAR

APROPIACIÓN

TRANSITAR

IMAGINARIO URBANO



Índice

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

15 — Fundamentación

18 — Oportunidad de diseño

19 — Objetivos

20 — Metodología

22 — Carta Gantt

26 — ¿Para quién(es)?

MARCO TEÓRICO

31 — 1. La ciudad desde la perspectiva del transeúnte

1.1 El paseante en la ciudad

1.2 El valor estético del andar

1.3 Psicogeografía, experiencia de ciudad.

38 — 2. Transitar, habitar, imaginar.

2.1 Ciudad nómada

2.2 Habitar el imaginario

42 — 3. No-Lugar, abandono y apropiación del espacio urbano.

3.1 No-Lugar, espacio de transición

3.2 Actos de resignificación

47 — 4. Carteles en el tiempo

4.1 El surgimiento del cartel en la ciudad

4.2 El cartel en Chile, instrumento político y de resistencia

4.3 Revolución digital y el surgimiento del post cartel

60 — 5. Antecedentes y referentes

5.1 Atlas Imaginario de Santiago

5.2 Graphiscape

5.3 Jacques Villeglé, Raymond Hains y el *Décollage*

5.4 Cultural Analytics Lab

DESARROLLO DEL PROYECTO

69 — 1. Estudio del lugar

1.1 Estación Macul: el nodo que une tres comunas

1.2 Gráfica para autos y para peatones

1.3 Actividad y apropiación

1.4 Conexiones

1.5 Fotos contextuales

1.6 Mapa con capas de información respecto al lugar

87 — 2. Estudio de archivo

2.1 La piel de los muros

2.2 Cartelera de ciudad

2.3 Las otras gráficas

174 — 3. Conclusiones

180 — **BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS**



TAROT
UNIÓN DE...

REVOLUCIÓN TOUR 2019

FEBRIERO
AUPOLICAN

21 DE
TEATRO

LA
FEATURING
MYLES KENNED
AND THE CONSPIRATORS

**FORMULACIÓN
DEL PROYECTO**

Stone
Temple
Pilots

UNIONED
FACTORS

REVOLUCIÓN

REVOLU

MONSTER ENERGY
SONOMA 105.3
BUSHOFFICIAL.CO

RIA

F

SO

Cartel (letrero): "Letreros destinados a ser exhibidos para anunciar, promocionar, o publicitar una actividad, causa, producto, o servicio; también impresiones decorativas producidas para distribución masiva y para ser colgadas".

Tesauro de Arte & Arquitectura. [En línea]
<http://www.aatespanol.cl/terminos/300027221>. Consultado el 21-06-2019

Fundamentación

Cada vez que nos sumergimos en los flujos de la ciudad, desde el primer momento nos encontramos con una aparentemente infinita cantidad de estímulos visuales, los cuales van desde la luz que nos cubre ya sea de forma natural o artificial, hasta piezas más tangibles como los periódicos o volantes que nos son entregados en paraderos y salidas del metro. Nos encontramos con una ciudad que se maneja mediante elementos visuales, ya que "la imagen ha llegado a desempeñar un papel primordial en la vida moderna"¹ a tal nivel que somos capaces de orientarnos, tomar decisiones, reconocer lugares, todo, por medio de las imágenes que nos brinda la ciudad. Por consecuencia de esto, en cada paso que damos existe un imaginario visual que pareciera brotar de forma espontánea, dándole vida propia a los distintos soportes que se logran encontrar en la ciudad impregnando de colores y formas la vida en ella, delimitando barrios y zonas con potentes identidades visuales, y asimismo marcando los flujos humanos al otorgarles alimento para sus fugaces miradas. Y es que ahí se encuentra la importancia de estos imaginarios: enriquecen la experiencia de transitar por la ciudad, no tan solo por la belleza o el ornamento que puedan entregar, sino también porque le otorgan una voz propia a los lugares, influyendo en el espectador que se tomó uno o dos segundos para pasear la mirada por algún elemento con el que se encontró en su camino, detonando sentimientos o simplemente sirviendo de punto de referencia para los paseos venideros.

Dentro del imaginario visual de la ciudad, los elementos gráficos son los que se pueden identificar con mayor facilidad ya que interactúan con las personas mediante los mensajes que entregan. Tienen el objetivo de comunicar, ya sea invitando a realizar una acción en particular, o influyendo en el espectador como en el caso de las propagandas; pero de un modo u otro acompañan

1. ROJAS MIX, M. El imaginario: civilización y cultura del siglo XXI. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2006, p. 42.

el andar, de tal modo que “el ritmo único y la armonía de los elementos gráficos que ayudan a definir la vibra de una ciudad además le entregan su energía característica, separándola de otras localidades”², es decir: otorgan identidad. Un gran ejemplo de este fenómeno es el trabajo realizado por Ivan Vartanian y Leslie Martin en su proyecto *Graphscape* donde muestran de forma literal el “paisaje gráfico” de dos grandes metrópolis del mundo: Nueva York y Tokio, condensándolas en un compendio que página a página arma el imaginario visual de cada una, rescatando las características principales que los componen. De este modo, tomando como referencia el libro en el cual se expone Tokio, encontramos que se habla de una “ciudad neohumana” e incluso se destaca que:

“esta ciudad representa la paradoja central de la estética *wabi-sabi*; la belleza del barnizado desigual en una pieza de cerámica; las piedras gastadas en un sendero; flores de cerezo y el acero destellante de los rascacielos creciendo desde un lío de edificios bajos y viejos”.³

Esto sin duda alguna demuestra lo valioso que resulta el ejercicio realizado de capturar la gráfica de la ciudad, más aún tomando como caso de estudio ciudades íconos de occidente y de oriente, contraponiéndolas de manera implícita en ambos libros. Sin embargo el paisaje gráfico que se muestra en *Graphscape*, es aquel con el que los autores se encontraron a principios de los 2000, dejándolo congelado en el tiempo en que cada una de las imágenes fue capturada. Resultaría un ejercicio interesante ir al lugar donde se tomó cada foto y buscar cada uno de los elementos registrados. ¿Seguirán ahí, o habrán sido reemplazados, destrozados y olvidados? La respuesta a dicha interrogante es incierta, del mismo modo en que la gráfica va mutando junto con el ritmo de la ciudad que la alberga; y es que si anteriormente se dijo que el objetivo de ella es comunicar, es consecuente que vaya cambiando su discurso con el correr del tiempo, haciendo eco de los sucesos que se van dando a través de los días, meses y años.

A partir de esta idea se decide dar inicio al presente proyecto, en el cual entre los múltiples elementos gráficos que se pueden encontrar en la ciudad, se mira en primera instancia hacia los muros que delimitan el transitar por las calles, buscando todos los elementos que allí son pegados: stickers, avisos, panfletos, afiches, entre otros; los cuales conforman una huella del habitar humano ya que implican la existencia de un “pegador” y de un observador al cual está dirigido un cierto mensaje. Pero es en estos primeros recorridos por la ciudad que comienza a aparecer y destacar un elemento que pareciera estar buscando atención devorando paredes completas, pero que al mismo tiempo muchas veces pasa desapercibido: los carteles publicitarios. Este elemento gráfico en particular, ha sido testigo de los grandes movimientos de las ciudades, siendo soporte tanto para propagandas, así

como también para la publicidad, articulándose desde grandes movimientos artísticos hasta el diseño contemporáneo hoy en día. “Estos han sido el signo humano de los tiempos desde que la ciudad ha sido una ciudad”⁴ y debido a ello es que los carteles resultan ser el elemento perfecto a través del cual observar las dinámicas urbanas y, a su vez, el pasar del tiempo.



IMG 1. Primer registro de carteles publicitarios del proyecto. Fotografía propia. Alameda Bdo. O'Higgins esq. Av. Obispo Umaña, Estación Central, 17-04-2018.

2. VARTANIAN, I. y MARTIN, L. *Graphscape* Tokyo. Mies: RotoVision, 2003, p. 6.

3. *Ibid.*, p. 7.

4. BON, F. *Peeling back the layers of time*. En: Bon, F. y Bourriaud, N. Jacques Villeglé. Paris: Flammarion Contemporary, 2007, p. 163. Trad. propia.

Oportunidad de diseño

Las oportunidades que presenta este proyecto son variadas. En primera instancia, surge la oportunidad de hacerme cargo como diseñadora de los productos propios de nuestra disciplina, y del lugar que estos ocupan en la vida urbana. En el presente caso resultan ser los carteles el objeto de estudio y observación, entendiéndolos más allá de su historicidad o características estéticas (color, tipografía, composición, etc.), sino que desde la óptica de cómo operan dentro de la ciudad, proponiendo una mirada desde la vereda del diseño a temas y problemáticas que comúnmente competen a profesionales del área de la arquitectura y el urbanismo, para otorgar así una mirada que se nutre de los diversos ámbitos de nuestra disciplina. Es mediante este ejercicio, de relacionar un territorio en particular con lo que sucede gráficamente en sus muros, que se plantea una mirada desde lo sensorial a la cotidianeidad de la ciudad en la cual vivimos.

Además, este proyecto conlleva la oportunidad de vincular entre sí a las disciplinas de nuestra facultad, aportando así a las discusiones en conjunto que deberían darse entre diseño, arquitectura, urbanismo y geografía, para poder contribuir a un mejor desarrollo de ciudad.

Objetivos

Objetivo general

El presente proyecto tiene como objetivo general visualizar la forma en que muta el espacio público en base a la acción de cubrir los muros con capas de información y, asimismo, las temporalidades en que este lo hace, los mensajes que está expresando y la dinámica en general que se da en el lugar escogido.

Objetivos específicos

Respecto a los objetivos específicos, el primero de ellos es **observar las dinámicas del paisaje gráfico en relación al lugar en el que se encuentran insertas**; principalmente debido a la característica de nodo urbano que tiene metro Macul, al combinarse en él múltiples formas de transporte, de habitar, y, por ende, se dan múltiples interacciones entre los transeúntes que activan el lugar. A partir de esto, surge el segundo objetivo específico del proyecto el cual consiste en **mapear el sector escogido mediante la gráfica que confluye en sus muros**. Este mapeo será en dos vertientes distintas, pero no por ello inconexas: lo tangible, es decir el lugar físico, sus medidas y características cuantificables; y lo intangible, es decir, el currículum invisible de la ciudad y sus transeúntes que se revela o insinúa a través de la visualidad, la cual es posible apreciar en cada visita y extraer mediante el registro del lugar.

Finalmente, el tercer objetivo específico, se desprende del quehacer mismo del proyecto y surge de manera colateral a éste, el cual es **poner en valor un territorio fuera de los lugares comunes de Santiago, en cuanto a punto de observación de la ciudad**, de tal modo de abrir nuevos lugares para la exploración fuera de los centros económicos y culturales, poniendo el foco en la movilidad urbana desde las zonas periféricas de Santiago y la oferta de entretención dirigida a sus habitantes.

Metodología

El presente proyecto es un trabajo de observación de carácter cualitativo y cuantitativo, en el cual el objeto principal de estudio son los carteles pegados en las inmediaciones del metro Macul de la Línea 4 del Metro de Santiago, debido a esto es que se plantea como principal metodología la realización de trabajo de campo en el lugar. A partir de esto, surgen diversas etapas de desarrollo del proyecto, que a continuación se presentan.

Con el objeto de estudio establecido, en primera instancia se procedió a buscar el lugar idóneo para realizar el trabajo de observación. Surgieron diversos lugares, los cuales se visitaron e incluso en un principio se propone la idea de realizar una ruta por Américo Vespucio entre Av. Grecia (inicio de la autopista) y Gran Avenida (final de la línea 4A); sin embargo tras el trabajo de reconocimiento se escoge el sector de metro Macul debido a ser el lugar con mayor cantidad de carteles y por ser un lugar conocido, al haber transitado anteriormente por este.

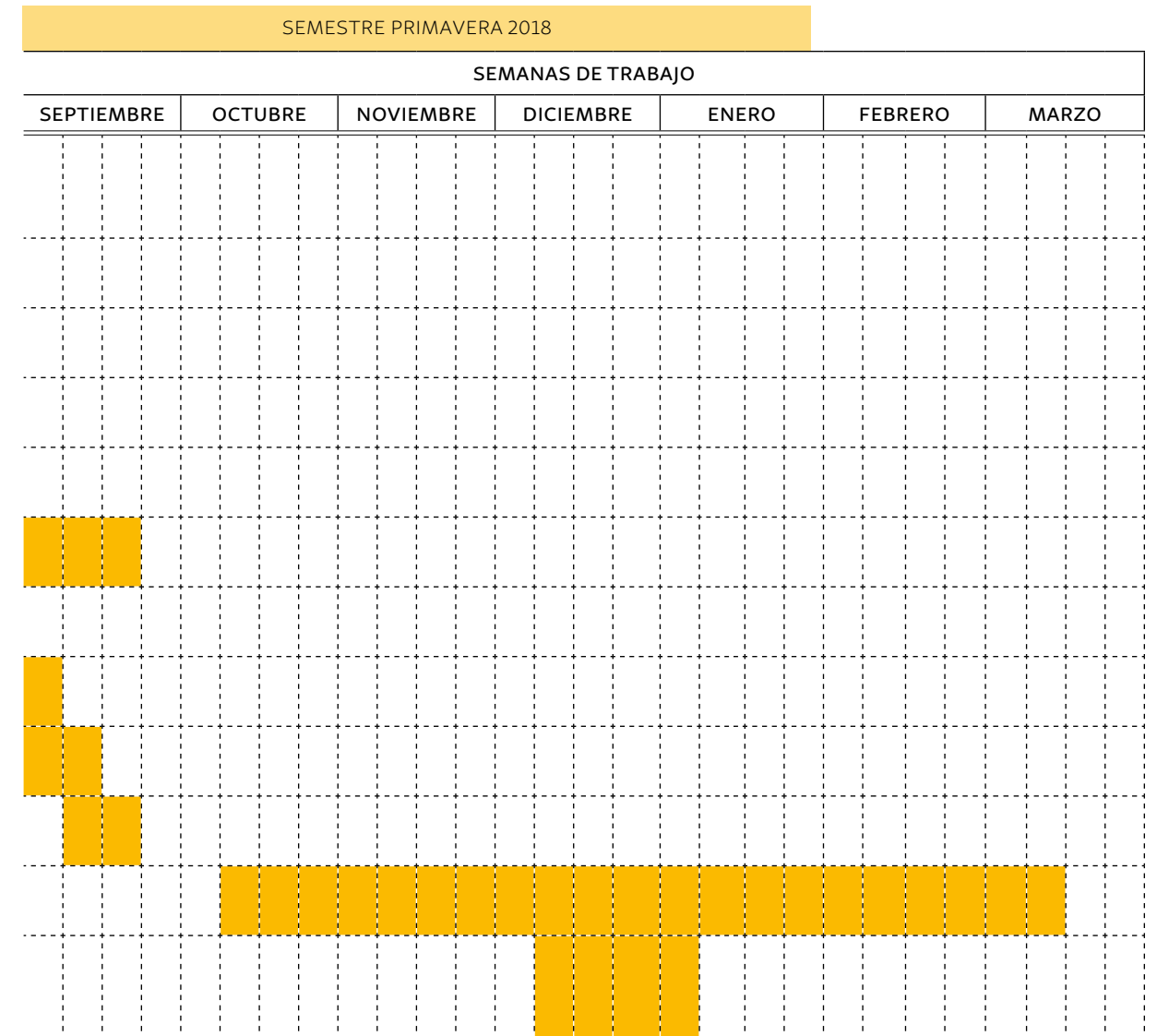
Luego de seleccionar el territorio con el cual se trabajará, se establece una serie de visitas para reconocer sus distintos aspectos, como: extensión, elementos principales, vías de tránsito, sectores específicos a observar, y todo aquello que logre armar un panorama a grandes rasgos sobre cómo se comporta el sector. Además, se hace un registro fotográfico preliminar para guardar las primeras observaciones del lugar, y establecer cómo se encontraba cuando empezó el proceso de trabajo.

Tras el reconocimiento del lugar a trabajar, se acude cada una semana (el intervalo puede variar de 6 a 8 días) y se procede a capturar imágenes de los carteles y de los elementos interesantes respecto a ello que vayan apareciendo semana a semana. Para facilitar este trabajo, se establecen puntos fijos para fotografiar y realizar un paralelo de los cambios que ocurren; junto con esto, también se capturan los detalles, y también se realizan fotos para contextualizar el lugar. Respecto a la extracción de muestras físicas de carteles, se descarta ya que el objetivo no es intervenir el lugar, si no que simplemente ser testigo de lo que sucede de forma natural debido al paso del tiempo en este.

A partir del trabajo de campo semanal, se crea un registro del lugar con las fechas correspondientes, para luego ser comparado y evidenciar los cambios que se van produciendo de una semana a otra en torno a la visualidad del lugar. Junto con ello también se pretende analizar información adicional que pueda extraerse de los carteles vistos, de tal modo de no solo tener un registro temporal, sino que también cualitativo de la cotidianidad que se vive en aquel sector de Santiago.

Carta gantt

ETAPAS	ACTIVIDADES	TAREAS	LUGAR	RESPONSABLE	SEMANAS DE TRABAJO	
					JULIO	AGOSTO
EXPLORACION	Búsqueda del lugar a trabajar	Recorrer lugares de la ciudad, con presencia de carteles	Santiago	Nicole Cea C.	■	
		Evaluar la potencialidad de cada lugar visto	Taller / oficina			■
		Seleccionar lugar definitivo de trabajo				
	Exploración lugar de trabajo	Realizar reconocimiento del lugar	Metro Macul L4			■
		Registro fotográfico inicial del lugar				■
REGISTRO	Registro Etapa 1	Realizar registro semanal de carteles	Metro Macul L4		■	
		Armar plano con la estructura del lugar			■	
		Establecer flujos de tránsito en el lugar			■	
		Reconocer elementos destacados del lugar			■	
		Establecer puntos principales de registro			■	
	Registro Etapa 2	Realizar registro semanal de carteles	Taller / oficina			
		Integrar capas de información al plano del lugar				



¿Para quién?

Por su característica de estar ligado al fuertemente al espacio urbano y público, el presente proyecto está dirigido de manera directa tanto a académicos, estudiantes, profesionales e investigadores del mundo de la arquitectura y el urbanismo. Así mismo, también a artistas y diseñadores debido a la discusión que contiene respecto a los carteles y su influencia en la vida urbana actual.

No obstante, también está abierto para gente que se interesa en la gráfica callejera, e incluso para los “Santiaguistas”, es decir, aquella gente que disfruta de Santiago y se inclina hacia temas relacionados con la ciudad sin tener necesariamente una relación disciplinar con dichos temas.



ARCA
EN CONCIERTO
TEATRO COLISEO

TEATRO
COLISEO

TEATRO
COLISEO

TEATRO
COLISEO

LOS CAFRES 1/12

RUGGERO PASQUARELLI 2/12

ASES FALSOS 9/11

BABASONICOS 15/12

PRIMUS 24/01

LOS CAFRES 1/12

RUGGERO PASQUARELLI 2/12

ASES FALSOS 9/11

BABASONICOS 15/12

PRIMUS 24/01

WWW.COLISEOSANTIAGO.CL

PRODUCE: TRANSISTOR ENTRADAS: purtiColiseo.com

TEATRO
COLISEO

LOS CAFRES 1/12

RUGGERO PASQUARELLI 2/12

ASES FALSOS 9/11

BABASONICOS 15/12

PRIMUS 24/01

WWW.COLISEOSANTIAGO.CL

PRODUCE: TRANSISTOR ENTRADAS: purtiColiseo.com

MARCO TEÓRICO

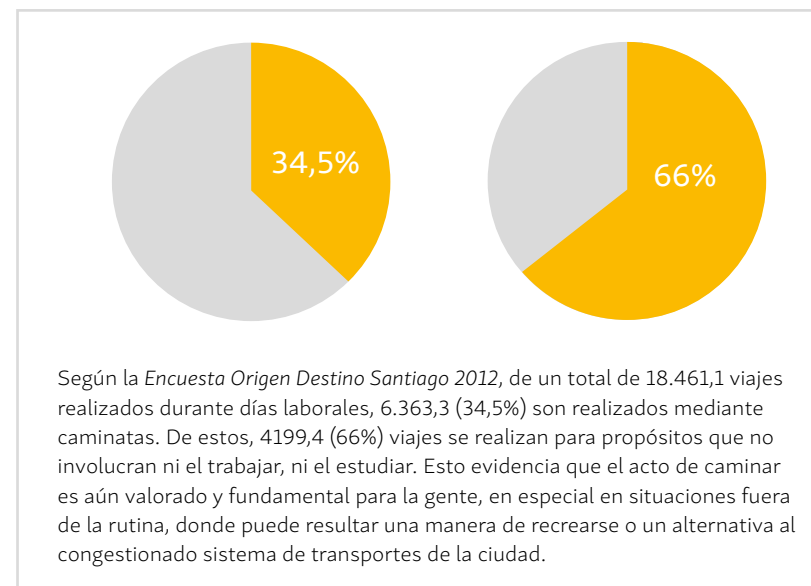
1. La ciudad desde la perspectiva del transeúnte

1.1. El Paseante en la ciudad actual.

Pareciera ser que el transeúnte cada vez tiene menos terreno disponible para recorrer dentro de la metrópolis actual dominada por automóviles y medios de transporte masivos; incluso el mismo acto de caminar supone un esfuerzo en comparación con el dejarse llevar por la velocidad de las ruedas. Sin embargo, muy por el contrario de lo que se puede pensar al ver el entramado de autopistas, avenidas y corredores para el transporte público, lo cierto es que en el Gran Santiago un tercio de los viajes realizados a diario se hacen mediante caminatas (FIG. 1), dejando en evidencia que el caminar es aún parte fundamental de la movilidad en la ciudad. La problemática de esto radica en que dichos viajes son a modo de rutina, generalmente durante las horas punta de tránsito por la ciudad, lo cual entorpece la percepción que se tiene del acto de caminar, convirtiéndolo en solo el método para llegar de un lugar A a un lugar B. Nos encontramos así con que el viaje que supone el transitar por la ciudad, es en verdad un viaje alienado en el pensamiento proyectado hacia dónde vamos o desde donde venimos, pero no en el viaje mismo, dejando así de observar lo que nos rodea, perdiendo la conexión con el territorio que habitamos cuando nos encontramos en tránsito de un lugar a otro.

El viaje debería ser igual de importante que el origen y el destino, o al menos poder diferenciarse de estos y transformarse en una experiencia en particular, consciente de lo que existe alrededor, de lo que la ciudad tiene para ofrecer al transeúnte; porque así como existe una ciudad para los vehículos, también existe una ciudad para los peatones la cual ofrece una perspectiva mucho más pausada, con mayor acceso a los detalles que se pueden encontrar en las calles e incluso con una escala diferente a la que se

FIG. 1



experimenta arriba de un automóvil. Resulta necesario “concederse ese lujo, inédito y fácil de pasear por nuestro barrio, caminar por él con paso incierto, dubitativo, decidir recorrerlo porque sí, levantando por fin la mirada”⁵ para volver a recorrer las calles sin rumbo ni objetivo determinado más que el de perderse y dejarse llevar completamente ajeno al tránsito frenético de la ciudad, contemplar el entorno por el mero placer que conlleva hacerlo, del mismo modo que el “paseante” deambulaba por las ciudades. Este personaje, en parte ficticio debido a su origen en relatos de Charles Baudelaire, y en parte real, debido a que se encuentra fuertemente ligado a la génesis de las grandes urbes actuales, otorga una dimensión poética al acto de andar por las calles:

“La embriaguez se apodera de quien ha caminado largo tiempo por las calles sin ninguna meta (...) La embriaguez anamnética con la que el *flâneur* marcha por la ciudad no sólo se nutre de lo que a éste se le presenta sensiblemente ante los ojos, sino que a menudo se apropia del mero saber, incluso de los datos muertos, como de algo experimentado y vivido”.⁶

El paseante, o en francés *Flâneur* (IMG 2), no hubiese logrado desarrollarse sin las grandes ciudades, las cuales son hábitat natural donde tiene la posibilidad de perderse entre las multitudes y la amplia variedad de avenidas, calles y pasadizos, tanto a nivel físico, como a nivel de estesis, fascinado por cada detalle que la ciudad tiene para entregarle, haciendo que se apodere de esta con el simple acto de caminar. Su práctica es recorrer las calles, habitarlas y hacer de ellas el principal componente de su diario vivir, para así apropiarse de la ciudad por completo y desenvolverse en ella de un modo particular a sus intereses, de este modo “el

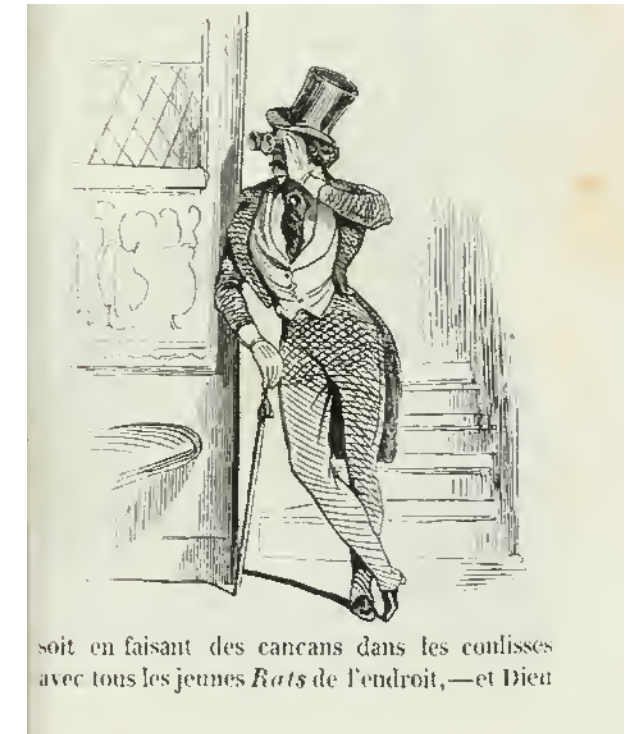
paseante se integra en la multitud, caminando sin prisa con una tortuga o re-trazando sus pasos en el búlevar para dibujar otros, atendiendo a su adoración única en la multitud”⁷ siempre dejándose deslumbrar por la ciudad que se abre frente a sus ojos.

1.2 El valor estético del andar

Entendiendo que “a cada forma de moverse corresponde una forma específica de conocer”⁸, es posible observar que la experiencia de cada individuo en los territorios que transita, es diferente; y así como todos compartimos la ciudad, no compartimos la forma en que la vivimos. Esto es posible apreciarlo en los juicios de valor que se hacen respecto a la vida urbana, en cómo se perciben las distancias, e incluso en el mapa mental que poseemos de la ciudad que habitamos a diario.

Si bien el concepto de estética resulta complejo de abordar y analizar, Katia Mandoki, desarrolla una perspectiva de *estésis*, estableciéndola como una actitud ante los estímulos que nos rodean, es decir, “la sensibilidad o condición de abertura o permeabilidad del sujeto al contexto en que está inmerso”⁹, por lo tanto se le otorga mayor valor a la experiencia que cierto lugar nos otorga y cómo es procesado por quien lo observa o lo vive, más que al lugar en sí mismo. En general, dentro de la vida rutinaria, la observación del entorno no pasa más allá de una superficialidad, una imagen efímera que no logra contribuir a la construcción de una experiencia sensible, ni mucho menos a armar un imaginario. Las personas transitan por la ciudad obviando los inagotables estímulos que esta ofrece, realizando una experiencia superficial y carente de significado. Sin embargo al observar los elementos que nos rodean, traspasando la barrera de lo preconcebido, es que en verdad se comienza a observar mediante *estésis*, es decir sumergirse en lo que nos rodea y mantener esta actitud de apertura, y de tal modo crear mapas detallados no de ciudades, sino que de objetos o situaciones. Una piedra en el suelo puede ser tanto o más compleja que una ciudad, si uno la mira con todos los sentidos abiertos hacia ella, haciendo preguntas cada vez más complejas que solo al observar con todos los sentidos en estado de alerta pueden ser resueltas. En esta línea, Merleau-Ponty plantea que:

“Las cosas no son simples objetos neutros que contemplamos; cada una de ellas simboliza para nosotros cierta conducta, nos la evoca, provoca por nuestra parte



IMG 2. DAUMIER, H. *Le Flâneur*. En: HUART, L. et al. *Physiologie du flâneur*. 1841, p. 57. [En línea] <https://archive.org/details/physiologiedufla00huar/page/57>. Extraído el 27-11-2018.

5. GROS, F. *Andar, una filosofía*. Madrid: Editorial Taurus, 2015, p. 177.

6. BENJAMIN, W. *El libro de los pasajes*. Madrid: Ediciones Akal, 2005, p. 422.

7. LAI CHUN, I. *Expressions of the City*. En: *Interdisciplinary Humanities*. 2015, 32(3), p. 15. Trad propia.

8. SCHLÖGEL, K. *En el espacio leemos el tiempo. Sobre Historia de la civilización y Geopolítica*. Madrid: Ediciones Siruela, 2007, p. 257.

9. MANDOKI, K. *Estética cotidiana y juegos de la cultura: Prosaica II*. México: Siglo XXI Editores, 2008, p. 11.

reacciones favorables o desfavorables, y por eso los gustos de un hombre, su carácter, la actitud que adoptó respecto del mundo y del ser exterior, se leen en los objetos que escogió para rodearse, en los colores que prefiere, en los paseos que hace”.¹⁰

Por lo tanto, con el simple acto de mirar ya sea un lugar o un objeto, estamos cargándolo de identidad y significaciones propias, los cuales contribuyen a enriquecer el proceso de apropiación de dichos elementos. Mientras mayor sea la observación, más detallada será la experiencia de ciudad, y el imaginario ya sea urbano o colectivo, que resulte de ello.

De cierta manera, los artistas de las vanguardias de principio de siglo XX comprendieron, o al menos lograron percibir aquel valor estético que tiene el acto de caminar, y salieron de sus talleres para hacer de la ciudad un nuevo soporte para la creación de obra, un lienzo en blanco de un tamaño determinado por la distancia que sus pies conseguían recorrer; y que les permitió concebir nuevas ideas respecto a la ciudad mediante el acto de recorrerla, de ahí que:

“(…) la ciudad descubierta por los vagabundeos de los artistas es una ciudad líquida, (...) un archipiélago urbano por el que navegar caminando a la deriva: una ciudad en la cual los espacios del estar son como las islas del inmenso océano formado por el espacio del andar”.¹¹

Es en este espacio, en el “vacío” entre los lugares, que se descubrieron y aplicaron nuevas formas de moverse por el territorio (IMG 3). El andar se transforma en una nueva herramienta para la creación artística y en un acto artístico en sí mismo, de tal forma que cada movimiento posee objetivos diferentes para recorrer las calles y un discurso que lo acompaña. A principios de siglo, los dadaístas “definen dicha experiencia como una «deambulación», una especie de escritura automática en el espacio real capaz de revelar las zonas inconscientes del espacio y las partes oscuras de la ciudad”¹²; posteriormente los surrealistas son quienes se toman las calles y para ellos “El espacio aparece como un sujeto activo y vibrante, un productor autónomo de afectos y de relaciones”¹³. Ya para el año 1958 Guy Debord le da vida a la *Teoría de la Deriva*, reconociendo así una ciudad que fluye en múltiples niveles, tanto concretos como perceptuales, y que primordialmente se explora y reconoce mediante el acto de caminar, o en este caso, de perderse en una deriva experimental.

1.3 Psicogeografía, experiencia de ciudad.

Nos aburrimos en la ciudad, ya no hay ningún templo del sol. Entre las piernas de las mujeres que pasan, los

dadaístas hubieran querido encontrar una llave inglesa y los surrealistas una copa de cristal. Esto se ha perdido.¹⁴

Fueron los situacionistas quienes definieron por primera vez el término psicogeografía en 1958, en el primer número de la publicación *Internacional Situacionista*, como el “estudio de los efectos precisos del medio geográfico, ordenado conscientemente o no, al actuar directamente sobre el comportamiento afectivo de los individuos.”¹⁵ Es decir, observar la ciudad a través de la experiencia que generamos de ella al sumergirnos en las calles y del mismo modo entender cómo esto nos afecta, ya sea de manera positiva o negativa a la impresión de ciudad que poseemos en nuestro imaginario personal. Para ello, “los medios de la psicogeografía son muchos y variados. El primero y más sólido es la deriva experimental.”¹⁶ Como se mencionó anteriormente, los artistas de principio del siglo XX, ya entendían el caminar como un acto estético, por lo que no hay sorpresa en que los situacionistas concibieran el caminar como la principal forma de movilidad a través de las calles. Por lo tanto, la deriva deviene de una “tradición” de andares de décadas pasadas, lo cual se entiende, especialmente en una era en que los avances tecnológicos comienzan a acelerar el ritmo de las ciudades. La velocidad a la que se avanza a pie versus cualquier otro medio de transporte, brinda el tiempo para la contemplación, de tal forma que el entorno logre permear en el individuo y dejar su huella. En cierta medida esto pareciera ser heredado de aquella actitud etérea del *flâneur* de fines del siglo XIX, con la diferencia que las maravillas de las incipientes metrópolis ya quedaron quedaron atrás. La ciudad es ahora un centro neurálgico de movimientos, masas humanas, edificios que se derrumban y otros que son levantados en su lugar, de espacios que se cierran y se abren según las necesidades de la misma ciudad. Y en ese contexto, la deriva se presenta como un fluir entre las vertientes de esta “jungla de cemento”, de tal modo que:

“Las enseñanzas de la deriva permiten establecer los primeros cuadros de las articulaciones psicogeográficas de una ciudad moderna. Más allá del reconocimiento de unidades de ambiente, de sus componentes principales y de su localización espacial, se perciben sus ejes principales de paso, sus salidas y sus defensas. Se llega así a la hipótesis central de la existencia de placas giratorias psicogeográficas. Se miden las distancias que separan efectivamente dos lugares de una ciudad que no guardan relación con lo que una visión aproximativa de un plano podría hacer creer”.¹⁷

Las palabras de Debord, tienen bastante relación con la idea de los imaginarios urbanos que se arman en las mentes de los habitantes de una ciudad o territorio determinado. Es la ciudad que se vive mediante las imágenes que quedan de ella como hitos de

10. MERLEAU-PONTY, M. El mundo de la percepción. Siete conferencias. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002, p. 30.

11. CARERI, F. Walkscapes: el andar como práctica estética. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2013, p. 16.

12. Ibíd, p 17.

13. Ibíd, p 68.

14. IVAIN, G. Formulario para un nuevo urbanismo. En: Internacional Situacionista. Textos íntegros en castellano de la revista Internationale Situationniste (1958-1968). Vol. 1: La realización del arte. Madrid: Literatura Gris, 1999, p. 19.

15. Internacional Situacionista. Op. cit., p. 17

16. KHATIB, A. Intento de descripción psicogeográfica de Les Halles. En: Internacional Situacionista. Op. cit., p. 45.

experiencias vividas a lo largo del recorrido y lo que hay entremedio es el viaje. Esta concepción del entramado de la ciudad se puede apreciar en la *Guía Psicogeográfica de París*, armado por el mismo Debord, en donde se ven trozos de dicha ciudad unidos por flechas que indican las relaciones entre ellas, como si se trataran de flujos entre una y otra isla de significación.

Dentro de esta misma línea, el arquitecto y académico Juhani Pallasmaa, declara “yo enfrento la ciudad con mi cuerpo (...) Me siento a mí mismo en la ciudad y la ciudad existe a través de mi experiencia encarnada. La ciudad y mi cuerpo se complementan y se definen uno al otro. Habito en la ciudad y la ciudad habita en mí”¹⁸, planteando este modo el cuerpo como la puerta de entrada a todos los estímulos que la ciudad está constantemente lanzando. Por lo tanto reafirma esta idea de que la experiencia en la ciudad no se trata simplemente de lo que vemos y contemplamos, si no que también cómo nos sentimos respecto a ello. Lo importante no son solo los trozos de ciudad, sino de cómo permearon a través de los sentidos.

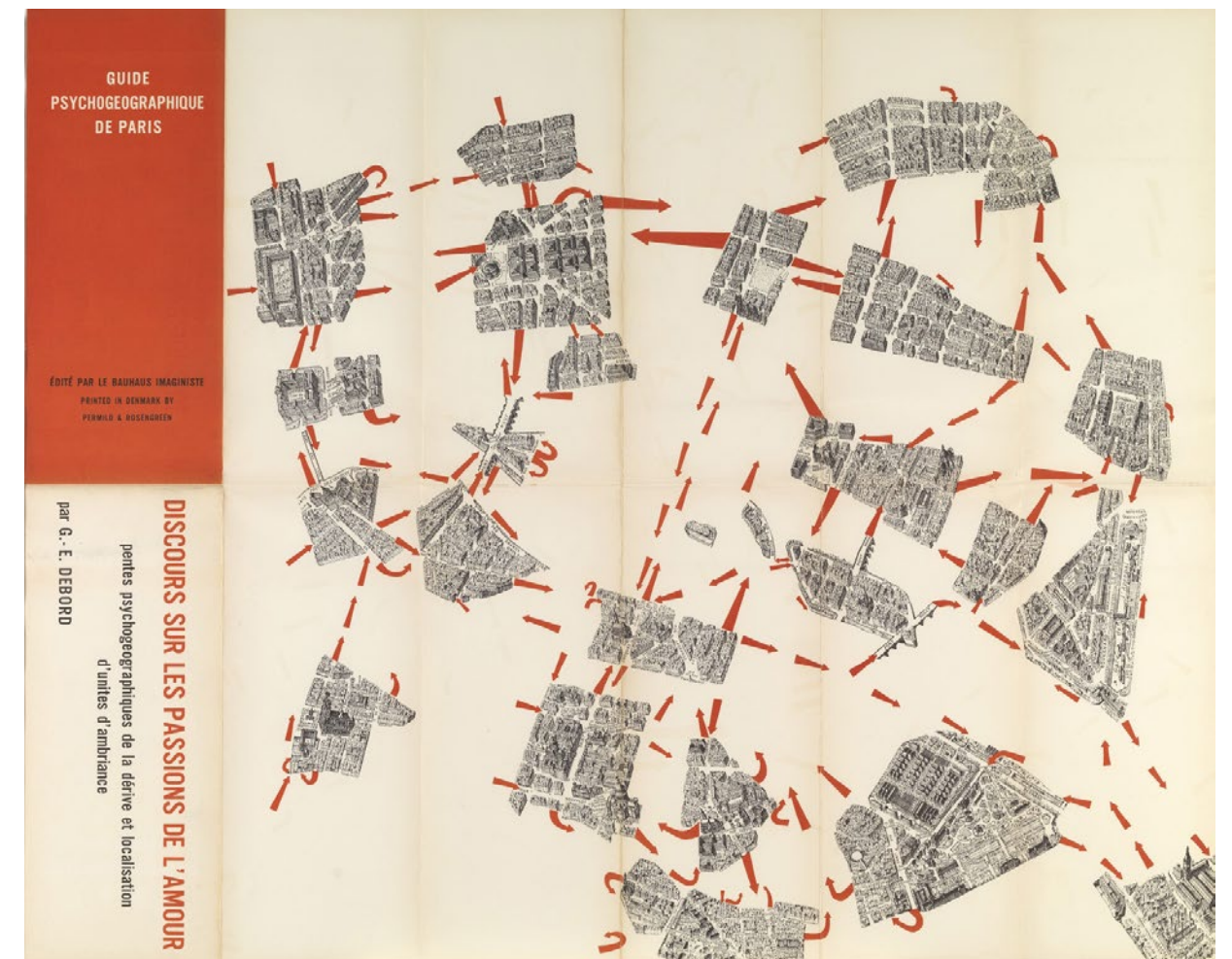
Hoy en día, a pesar que el ritmo veloz de la ciudad actual dejó en la obsolescencia a la deriva, no ha significado que sus habitantes se hayan vuelto insensibles a de lo que en ella ocurre, ya que “la afectividad configura la relación del cuerpo propio con el mundo en el presente vivo”¹⁹. Estamos conectados con la ciudad mediante el cómo esta nos hace sentir y esta apreciación puede ser positiva o negativa en función de la propia experiencia que tengamos de ella. Hostilidad, miseria, resistencia, asombro. La ciudad tiene tantas ciudades en sí misma como habitantes hay en ella y en ese sentido, tomando como punto de vista el medio local, “la ciudad latinoamericana actual se embraga a partir de retazos temporales y espaciales venidos de horizontes culturales disímiles, los que menos que negar una unidad lo que hacen es reafirmar las disyunciones que la sustentan.”²⁰ A fin de cuentas, la experiencia de la ciudad resultará de la composición de formas, sonidos, movimientos, etc., de la que somos testigos en el viaje cotidiano a través de ella, junto con las sensaciones que esto provoca, y con la cual se construyen constantemente imágenes de ciudad tanto personal, como colectivamente.

17. DEBORD, G. Teoría de la Deriva. En: Internacional Situacionista. Op. cit., p. 53

18. PALLASMAA, J. Los ojos de la piel. La arquitectura y los sentidos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2006, pp. 41-42.

19. ROJAS, A. El cuerpo como fundamento de la experiencia estética. En: *Filosofía UIS*, 2013, 12(2), p. 83.

20. RODRÍGUEZ-PLAZA, P. La ciudad Latinoamericana. Apuntes sobre su conocimiento teórico y sus usos cotidianos. En: Rodríguez-Plaza, P (Compilador). *Estética y ciudad. Cuatro recorridos analíticos*. Santiago: Frasis, 2007, pp. 16-17.



IMG 3. DEBORD, G. *Guía psicogeográfica de París*. [En línea] Extraído el 27-11-18 de: Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona. <https://www.macba.cat/es/guide-psychogeographique-de-paris-discours-sur-les-passions-de-lamour-pentes-psychogeographiques-de-la-derive-et-localisation-dunités-d'ambiance-3779>.

2. Transitar, habitar, imaginar.

2.1. Ciudad nómada.

La ciudad nómada vive actualmente dentro de la ciudad sedentaria, y se alimenta de sus desechos y a cambio ofrece su propia presencia como una nueva naturaleza que solo puede recorrerse habitándola.²¹

A diario nos encontramos insertos dentro de un contexto a nivel espacial, donde habitamos lugares, y en general comprendemos nuestra cotidianeidad como un transitar de un punto a otro, un origen y un destino, pasando por alto el viaje y los distintos hitos que lo comprenden. El transitar por la ciudad no solo es un acto de traslación, sino que corresponde también a una serie de decisiones emplazadas en nuestra mente que dan origen a un mapa de los distintos recorridos que realizamos a lo largo de nuestro existir. Estos recorridos nos llevan a través de lugares que de manera inconsciente escogimos para tal efecto, y al hacerlo, estamos decidiendo hacer uso de ciertos espacios en desmedro de otros, de tal modo que se articulan distintas afluencias de transeúntes dependiendo de sectores, o puntos de interés masivo, de tal forma que:

“Los usos y costumbres que acontecen en los espacios públicos, son un excelente termómetro para determinar los grados de integración social, los alcances de los sentidos de pertenencia, las capacidades de apropiación de lo público”.²²

Esta apropiación sin embargo es de carácter masivo, existe solo por las grandes concentraciones de personas que le dan sentido a estos lugares. Un claro ejemplo de esto corresponde a los accesos a las distintas estaciones de metro de la ciudad. Son puntos que tienen vida exclusivamente en función de la gente que transita por ahí, apareciendo en horas punta vendedores ambulantes de distinta

índole, promotores de marcas, encuestadores, etc.; convirtiendo cada una de estas estaciones pensadas en serie, en lugares particulares con identidad propia, modelada por la participación de los transeúntes que interactúan con estos fenómenos y actores que aparecen en su entorno.

Son precisamente estas interacciones junto con los mismos flujos de tránsito los cuales activan las calles y las habitan en su efímero pasar. La ciudad se habita a través del movimiento que se produce en ella, de lo contrario se convierte en un desierto, un pueblo fantasma. “En ese movimiento, o por ser más preciso, en esos movimientos se muestra la ciudad. Se excita, se retrae. Se concentra. Se deja ir. Vuelve en sí. Se desploma.”²³ El acto de caminar por las calles es la esencia del habitar urbano, y del mismo modo que logran activar y desactivar ciertas áreas, también es una forma de medir el quehacer de las personas en la ciudad. Ejemplo de esto son las grandes concentraciones humanas. Siempre que hay una muchedumbre inundando algún sector, es sinónimo de algún suceso previsto o no en la urbe. Respecto a esto, Karl Schlägel habla de la temperatura y energía de ciertos lugares, mencionando que:

“(…) lugares calientes hay dondequiera que pasa algo, que pasa mucho, que puede pasar mucho. En ese sentido son escenarios donde se cuece algo y se decide por adelantado lo que después se sancionará y legalizará en otros sitios, son protoespacios o incubadoras”.²⁴

A partir de estos movimientos, de estas temperaturas en las que fluctúa el habitar de la ciudad es posible comprender que el “centro de la ciudad construida no tiene por qué coincidir con el centro de la ciudad vivida”²⁵ y que en la práctica más allá de los límites de la ciudad y los centros urbanos designados, los verdaderos centros son precisamente estos lugares calientes donde existe mayor actividad y se concentra la energía del habitar.

2.2 Habitar el imaginario

Al transitar por la ciudad, no sólo la habitamos físicamente sino que también en nuestra mente recorremos el mapa, la imagen, que tenemos de ella, y que de algún modo nos sirve de guía para nuestro camino. Estas imágenes se acumulan en nuestra conciencia en la medida que recorremos los diversos caminos de la ciudad y nos relacionamos con los elementos que encontramos en dichos viajes. En su estudio de los imaginarios urbanos, Néstor García Canclini considera que “las travesías por la capital son formas de apropiación del espacio urbano y lugares propicios para disparar imaginarios”²⁶, es decir, plantea el viaje como principal fuente para que cada ciudadano articule un imaginario a lo largo del

21. CARERI, F. Walkscapes: el andar como práctica estética. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2013, pp. 18-19.

22. HERNÁNDEZ, M. Procesos informales del espacio público en el hábitat popular. En: *Bitácora Urbano Territorial: Supp. Procesos urbanos informales*. 2008, 2(13), p. 111.

23. SCHLÖGEL, K. Op. cit., p. 293.

24. Ibid, p. 290.

25. Ibid, p. 287.

26. GARCÍA CANCLINI, N. *Imaginarios Urbanos*. Buenos Aires: Eudeba, 1997, p. 109-110.

territorio que habita; sin embargo “también imaginan el sentido de la vida urbana las novelas, canciones y películas, los relatos de prensa, la radio y televisión”²⁷. Dichos elementos complementan la experiencia de ciudad, o en el caso de las personas foráneas a ella, constituyen la única imagen a la que pueden acceder; a pesar de ello continúa siendo esencial la vivencia física en el territorio, ya que es ahí donde “el propio observador debe desempeñar un papel activo al percibir el mundo y tener una participación creadora en la elaboración de su imagen”²⁸.

El imaginario urbano, por tanto, es la construcción que a modo personal tenemos de la ciudad en nuestra mente. Cada habitante la vive de forma distinta, debido a que, como se expuso anteriormente, la experiencia estética de ciudad no es la misma para todos, porque no todos observamos lo mismo, ni de la misma forma o desde la misma perspectiva; por ende, existen tantos imaginarios, como habitantes. al tratarse de una experiencia a un profundo nivel personal, es que no existen dos personas con un mismo imaginario de una misma ciudad; es imposible, ya que estos mapas mentales van apareciendo con cada paso que uno planta en las calles, se van expandiendo, se van uniendo con retazos sueltos, y cada uno bajo percepciones distintas que varían de manera desmedida de una persona a otra. Por ejemplo, cierta distancia que para un sujeto resulta mínima, para otro significa una travesía que requiere de esfuerzo, y que recorrerla a pie no está dentro de sus opciones; quizás ni siquiera concibe la idea de una ciudad caminable, y su imaginario existe exclusivamente sobre ruedas. Y, claro está, estas discrepancias entre las nociones de la vida urbana, no sólo se dan en el terreno de lo mesurable, sino que van mucho más allá hasta percepciones que apelan a sensibilidades aún más finas: cómo suena la ciudad, qué es lo que destaca ante mis ojos, aquellos detalles que logran armar estas urbes mucho más cercanas a la literalidad de lo imaginario, llegando a condensarse en experiencias estéticas del entorno.

A pesar de ello, “parece haber una imagen pública de cada ciudad que es el resultado de la superposición de muchas imágenes individuales.”²⁹ Si bien los imaginarios urbanos son primordialmente personales, existen puntos de congruencia entre aquellos que comparten un mismo territorio y logran crear una imagen a modo general de él. A partir de esto, se generan imaginarios colectivos, guiados por las percepciones y apreciaciones que la sociedad como ente vivo posee de los lugares simbólicos de su territorio, en conjunto con sus principales lugares de confluencia donde “en el marco de las relaciones entre los hombres, se producen condiciones históricas y sociales favorables para que determinados imaginarios sean colectivizados.”³⁰ Aquí cobra sentido el aporte cultural al imaginario que menciona García

Canclini, ya que el imaginario colectivo precisamente se arma en base a las imágenes masivas que se nos presentan tanto en los medios de comunicación, como en redes sociales. Se alimenta de la cultura de masas. Son impresiones, murmullos que tiñen lugares otorgándoles características que no necesariamente le son propios. Asimismo, este acto constituye una forma de apropiación de la ciudad a nivel de imágenes y palabras, encontrándonos así con lugares sobrevalorados, subvalorados, olvidados e incluso míticos; situación que se debe a que los imaginarios no son estables en el tiempo, mutan con el ritmo de las generaciones o de los acontecimientos, se prenden, se apagan, fluyen con lo que esté en boga en la ciudad, de tal modo que “el imaginario dominante (...) dejará fuera espacios que podrán servir de detonantes para el nacimiento y despliegue de otros imaginarios”.³¹ A fin de cuentas, dependerá de las instancias y procesos de apropiación que se estén dando dentro de la ciudad para determinar los espacios que forman parte o no de este imaginario dominante, partiendo siempre desde las singularidades que absorbe cada habitante para su propio imaginario.

27. *Ibíd*, p. 109.

28. LYNCH, K. *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1998, p. 15.

29. *Ibíd*, p. 61.

30. MÁRQUEZ, F. *Imaginarios urbanos en el Gran Santiago: huellas de una metamorfosis*. En: *Revista Eure*. 2007, 33(99), p. 80.

31. *Ibíd*, p. 82.

3. No-Lugar, abandono y apropiación del espacio urbano.

3.1 No-Lugar, espacio de transición.

En términos superficiales, la calle representa un espacio de transición entre un lugar de origen y un destino, “el camino a”; un lugar que aparenta no tener identidad, un vacío. No obstante, al ahondar en ella nos encontramos con un espacio abierto a ilimitadas posibilidades ya sea de apropiación, vivencia, observación o tránsito. Dentro de esta misma línea, Humberto Giannini, la define de esta forma:

“(…) por una parte, [como] medio expedito de comunicación espacial, por otra, territorio abierto en el que el transeúnte, yendo por lo suyo, en cualquier momento puede detenerse, distraerse, atrasarse, desviarse, extraviarse, seguir, dejarse seguir, ofrecer, ofrecerse”.³²

Comprende la calle en función del transeúnte y las decisiones que este toma dentro de su cotidianeidad. No es un lugar meramente para la caminata, sino que representa un conjunto de personas que interactúan entre sí, y a la vez con los estímulos sensoriales que perciben. La calle la hacen las personas que por ella transitan, otorgando sentido, marcando el ritmo de la ciudad y generando flujos humanos que obligan a la urbe a mutar en pos de ello, o de lo contrario será pasada a llevar por el inevitable acto de apropiación que acarrearán estos flujos. Pero así como la calle funciona para las personas, las personas funcionan como individuos particulares influenciados por lo que sucede en la calle. Al constituirse esta como un no-lugar, el individuo pierde la identidad que posee tanto en su origen, como en su destino. Es un cuerpo más, un

anónimo. De este modo es que “como espacio público, franco a la manifestación anónima, ella [la calle] representa, en verdad, el lugar de todos y de nadie”.³³ Por lo tanto, la calle se transforma en un espacio de anonimato abierto a sus transeúntes, potenciando su carácter de lienzo en blanco para los múltiples modos de apropiación que se dan en el cotidiano; desde un mero “no-importa-acá-nadie-me-conoce” hasta intervenciones urbanas que dotan fugazmente de identidad al espacio público, las cuales otorgan nuevos significados a los lugares donde se llevan a cabo, e incluso son capaces de reactivar sitios, esquinas, fachadas, etc., que se encontraban perdidas dentro de la urbe.

Si bien anteriormente se habló de la calle como un no-lugar, el significado de este concepto es más profundo, y se relaciona en mayor medida con el sentido de pertenencia a los distintos lugares que comprende la ciudad. Marc Augé, quien acuñó este concepto, lo define en contraposición al concepto de lugar: “Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definiré un no lugar.”³⁴ Sin embargo, esto va a depender de cada individuo, ya que por la variedad de imaginarios urbanos presentes en la ciudad, y los mapas mentales que estos conllevan, existen diversas apreciaciones de los lugares. Esto se debe a que:

El no lugar vive de calor, de energía, y deja de existir en el mismo momento en que la energía desaparece. Entonces el no lugar lo es literalmente: vacío, desierto, erial; acaso iluminado por un tubo de neón o adornado con un indicador. El no lugar se construye su entorno y del entorno surge un conjunto.³⁵

Convirtiendo, de este modo, los no-lugares en espacios potenciales para la apropiación urbana al estar siempre influenciados por lo que ocurre en su entorno. La “energía” les brinda significación, para que por un lapso de tiempo aparezcan en el mapa de la ciudad, o en el imaginario urbano de los transeúntes.

Un no-lugar para un sujeto A, puede ser un lugar de significación para un sujeto B, dado por la sensación de pertenencia y la relevancia que implica un lugar en relación a otro. Es decir, en mi imaginario de la ciudad, los no-lugares corresponden a los espacios en blanco, los vacíos que se generan en mi mente ya que carecen de identidad o importancia, y se terminan perdiendo en el gris cemento que por defecto pensamos de la ciudad. Un no-lugar siempre va a estar fuera de mi noción de ciudad, puesto que si entra en ella, pasa a ser un lugar, lo recuerdo y asocio situaciones, existe como un hito en mi mapa imaginario. Ahora, esta asociación debe estar ligada a particularidades del lugar en cuestión, de lo contrario hablamos de “no-lugares que por su no-identidad implican que

32. GIANNINI, H. La reflexión cotidiana: hacia la arqueología de la experiencia. Santiago: Editorial Universitaria, 2004, p. 39.

33. AUGÉ, M. Los No Lugares, espacios del anonimato. Una antropología de la Sobremodernidad. Madrid: Editorial Gedisa, 2000, p. 44.

34. SCHLÖGEL, K. Op. cit., p. 293.

35. GALLARDO, L. No-lugar y arquitectura: Reflexiones sobre el concepto de No-lugar para la arquitectura contemporánea. En: *Arquitectura revista*. 2015, 11(2), p. 114.

se puedan evocar otros lugares dándole cabida a la imaginación y ofreciendo por tanto una posibilidad de estar fuera de dónde se está³⁶, anulando por completo el lugar, para alimentar ya sea un imaginario que no tiene real conexión con la verdadera naturaleza de aquel espacio, o quedando perdido bajo la sombra de un lugar con una significación más potente.



IMG 4. Mural 29° Somos Latinos. Teodoro Schmidt #5328, San Miguel. [En línea] <https://www.museoacieloabiertoensanmiguel.cl/murales/somos-latinos/>. Extraído el 28-11-2018.

3.2. Actos de resignificación.

Está claro que no-lugares abundan a lo largo y ancho de la ciudad y que pueden presentarse en todo tipo de espacios; no obstante, el “significado e importancia de lugares y no lugares pueden desplazarse. Hay lugares que pueden pasar a ser no lugares, y no lugares que pueden ascender a ‘verdaderos lugares’(...)”³⁷; en especial los que se encuentran abiertos a lo público y que debido al ser “tierra de nadie” poseen la potencialidad de convertirse en un lugar en la medida que se les resignifique mediante acciones artísticas, arquitectónicas, comunitarias (ejemplo de esto son las plazas de bolsillo que actualmente han surgido en distintos puntos de Santiago), publicitarias (como los espacios utilizados como carteleras), entre otros. Es en esencia darle identidad a dicho lugar, o empaparlos de una imagen lo suficientemente pregnante para ser alimento de la mirada de los transeúntes.

Por supuesto, no todos los métodos de apropiación están dentro de la legalidad que establece el poder hegemónico, y están sujetos a las exigencias y temporalidades que este dispone. Por ejemplo, un muro o superficie cubierta de graffitis será saneada mucho más rápido que los soportes de publicidad, y bajo esta misma línea probablemente será mejor vista una cara de un edificio cubierta con una gigantografía publicitaria que un muro con varias capas de carteles pegados.

En relación a estas formas de apropiación, se examinarán a continuación dos grandes ejemplos de no-lugares resignificados en Santiago: el Museo a Cielo Abierto de San Miguel y los mosaicos en los pilares de la Línea 4 del metro en Puente Alto. Ambos tienen la característica de emplazarse en muros y pilares en la vía pública, por ende, con su aparición lograron impactar directamente en la vida cotidiana de los transeúntes de dichos territorios al modificar la visualidad del paisaje que los rodea. Además, otra característica que los une es la de democratizar y

36. SCHLÖGEL, K. Op. cit., p. 288.

37. Íbid.

descentralizar el arte urbano en la capital.

El proyecto de Museo a Cielo abierto en San Miguel, nace de la confluencia de voluntades de los propios vecinos de la población que lleva el mismo nombre de la comuna, la cual se encuentra al borde de la Panamericana Sur (Autopista Central), y es además atravesada por Av. Departamental, a la merced del ruido, el asfalto y la casi nula vegetación. Es de ahí que nace el impulso de “cambiar la realidad gris de su población y más aún, convertirla en el tiempo en un ícono turístico y un ejemplo de reactivación de toda una comunidad.”³⁸ Para esto, los blocks habitacionales fueron los que se transformaron en el soporte para este resurgimiento de un espacio muerto por su no utilización, los cuales fueron intervenidos con murales en los muros ciegos de cada uno, generando así una galería hacia la vía pública, abierta para todo aquel que transite por allí. No obstante, el mayor punto de interés de este proyecto, es cómo se logró llevar a cabo, de tal modo que consiguió dar denominación a este espacio recuperado mediante el arte, trascendiendo el nombre de la población, de la comuna, de las arterias principales que la cruzan, y de cualquier otro punto de referencia existente previo a la creación del Museo. Es una resignificación de tal magnitud, que se logra levantar un territorio, unir una comunidad, y entregar a la ciudad un espacio totalmente nuevo.

Por otra parte el trabajo realizado por la artista Isidora Paz en la comuna de Puente Alto, se destaca dentro de proyectos de resignificación urbana, ya que, a diferencia del Museo a Cielo Abierto, se encuentra en plena vía pública, en “tierra de nadie” en la cual se logra reimaginar un espacio que fue impuesto en la comunidad con la construcción del metro en altura y, por tanto, le devuelve la unidad a una vía de tránsito que se vio partida por la mitad con pilares. El proyecto consistió en instalar mosaicos en cada uno de los 84 pilares que sostienen el paso superior de la línea 4 del metro por Av. Concha y Toro (la continuación de Av. Vicuña Mackenna tras cruzar el límite de la comuna de Puente Alto), desde la estación Elisa Correa hasta que el metro vuelve a sumergirse bajo tierra en la esquina de Av. Concha y Toro con Av. San Carlos. Lo interesante, sin embargo, más allá de la extensión del proyecto y del gran oficio de Isidora Paz, es el contenido de dichos mosaicos, lo que resalta entre el gris-ciudad que predomina en aquel lugar. Flora y fauna nativa fue representada a lo largo de los pilares, especialmente aquellas especies endémicas del sector antes que la urbanización arrasara con la vida vegetal y animal. Así es como en la actualidad, es posible ver en los pilares del metro una muestra orgánica al aire libre, en la que todos aquellos entes inmortalizados en los mosaicos



IMG 5. Mosaico en proceso. Mosaic Art NOW. [En línea] <http://www.mosaicartnow.com/2012/08/a-natural-history-museum-in-mosaic-rises-in-chile-isidora-paz-lopez/>. Extraído el 28-11-2018.

IMG 6. Estación Sótero del Río, Puente Alto. Mosaic Art Now. [En línea] <http://www.mosaicartnow.com/2013/03/update-from-the-mosaic-mecca-of-south-america-puente-alto-isidora-paz-lopez/>. Extraído el 28-11-2018.

38. Museo a Cielo Abierto de San Miguel. [En línea] <https://www.museoacieloabiertoensanmiguel.cl/wp-content/uploads/2017/03/museo-intro.pdf>. Consultado el 27-11-2018.

“están vivos con una vibra y alegría que es cautivante. Insectos, pájaros, reptiles, mamíferos, flores, hierbas, cactus - lo grande, lo pequeño, lo intimidante, lo adorable - todos están representados.”³⁹ De este modo, se logró traer de vuelta al imaginario colectivo de los transeúntes del sector, elementos propios de su territorio; educarlos y reencantarlos con el suelo que a diario pisan, mediante un acto de resignificación tan profundo que incluso la misma técnica con la que se intervinieron los pilares pasó a ser parte de la identidad de toda la comuna de Puente Alto.

Tras revisar ambos ejemplos, uno en que se aprovecha el espacio ya existente para darle una nueva vida, y otro en que se trae a la vista un espacio que de lo contrario sería invisible, es posible apreciar la dicotomía entre la ciudad que existe en nuestro imaginario y la que físicamente habitamos, en la cual “de lo imaginario, la ciudad material toma un sinnúmero de elementos con los que levanta sus construcciones; de lo material, lo imaginario adquiere la densidad suficiente para deslizarse, reformularse, resignificarse y proyectarse”⁴⁰, siendo los no-lugares los principales lienzos en blanco para estas transformaciones. Ahora bien, cabe mencionar que no es necesario realizar actos monumentales como los anteriormente expuestos para resignificar un no-lugar, sino que bastan pequeñas acciones para activar estos lugares, desde reimaginarlos, transitarlos, habitarlos por algún lapso de tiempo, e incluso simplemente observarlos y comprender que la ciudad es precisamente una ebullición de sucesos, de acciones simultáneas, algunas efímeras, otras no tanto, pero que en conjunto son la huella de una ciudad viva. Así es como “en el peor de los casos las ciudades son lugares donde desviar, derivar, fragmentar y hacer inocuas descomunales energías vitales; en el mejor, formas de acrecentarlas y cultivarlas.”⁴¹

39. MILLS, N. The Art of Community Transformation: Monumental Mosaic Murals in Chile. En: *British Association for Modern Mosaic. Andamento*. 2014, vol. 08, p. 15. Trad. propia.

40. GREENE, R. Imaginando la ciudad: revisitando algunos conceptos claves. En: Rodríguez-Plaza, P. *Estética y ciudad. Cuatro recorridos analíticos*. Santiago: Frasis, 2007, p. 65.

41. SCHLÖGEL, K. Op. cit., 2007, p.

4. Carteles, temporalidades.

4.1. El surgimiento del cartel en la ciudad.

Sin lugar a dudas, los grandes muros y demás superficies utilizados como carteleras dentro de la ciudad han resultado en una forma de apropiación urbana característica de las grandes ciudades a lo largo del mundo. No obstante, para que esto llegase a suceder tuvo que sobrevenir una evolución tecnológica que propiciara a su vez el desarrollo gráfico necesario para que el cartel, como lo conocemos hoy, apareciera en los muros para nunca más abandonarlos. Desde el surgimiento de la imprenta, sumado a los múltiples procesos de grabado que se expandieron por el mundo, se comenzó a trabajar y experimentar con elementos visuales impresos en distintos formatos, con fines diversos. El afiche contemporáneo encuentra su génesis a partir de la acción de imprimir algún mensaje que sirviera para avisar o difundir información en las paredes de las ciudades, de tal modo que “fue en el siglo XVIII cuando el término [francés, *affiche*] empezó a hacer referencia a unos objetos que, en algunos aspectos, ya se parecían a los actuales.”⁴² Desde aquella simple acción de pegar mensajes, hasta el Art Nouveau y los carteles de Jules Chéret, no transcurrió mucho tiempo más; esto, sumado a una serie de inventos y técnicas de impresión que trajo la Revolución Industrial, nos encontramos con que:

“A mediados del siglo XIX, los carteles y los pliegos impresos con tipografía tuvieron que hacer frente al desafío de un cartel más visual y gráfico, gracias a la litografía, que permitió un enfoque más ilustrativo de la comunicación pública.”⁴³

Esto muestra que para aquella época los anuncios en la vía pública ya eran frecuentes, sin embargo aún lejanos de los carteles modernos, contenían excesiva información en dimensiones que

42. VICO, M. El galicismo afiche, la vertiente etimológica: historia, transformación de significados y su práctica contemporánea. En: *Revista 180*, 2017, núm. 40, p. 14.

43. MEGGS, P. y PURVIS, A. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM Verlag, 2009, p. 157.

IMG 7. Carteles en París, 1917. [En línea] <http://87dit.canalblog.com/archives/2016/12/01/34633469.html>. Imagen extraída el 10-09-2018.



no permitían ser leídos de manera rápida y a distancia por los transeúntes. Si bien la litografía permitió el uso de ilustraciones y la generación de múltiples copias de las obras, fue Chéret quien se encargó de dominar la técnica, en primer lugar, y posteriormente sintetizar las composiciones de sus carteles. Así fue como “Durante la época de 1870, Chéret se fue alejando de la complejidad victoriana, simplificó sus diseños y aumentó la escala de sus figuras principales y sus letras”⁴⁴, dándole vida a una nueva forma de arte, la cual transformó las calles de París, primeramente, y luego las de las grandes ciudades en galerías de aire libre; de este modo ya “en los años 1890, el *boom* del cartel estaba en todo su apogeo. Se hacían ediciones especiales para los coleccionistas; a veces robaban los carteles de las calles”⁴⁵, mostrando así la efectividad que tuvieron estos mensajes convertidos en obras de arte sobre las personas que los observaban. Y es que esta simplificación del contenido que exponían resultó fundamental en el desarrollo de los afiches, y de la publicidad en general desde el cambio de siglo, ya que se logró el objetivo principal de que los afiches, y demás avisos en la vía pública, lograran “capturar la atención de quienes, de otra forma, lo pasarían por alto.”⁴⁶ Por eso la importancia de Chéret para el cartel moderno, no fue su habilidad artística, ya que estéticamente el cartel siempre ha estado al servicio del movimiento artístico de turno, sino que fue el lograr resaltar dentro de las ajetreadas ciudades y, como se mencionó anteriormente, lograr llamar la atención de los transeúntes por un par de segundos.

Así es como comienza, la apropiación de los muros con carteles, (ver FIG. 2, en pp. 54-55) imagen que se vuelve constante en las grandes ciudades, especialmente en aquellas más influyentes dentro del mundo del arte, como París, Londres y Nueva York. Las carteleras se instalaron en el imaginario colectivo con la misma facilidad que las capas de carteles se superponen y acumulan en el

44. *Ibíd*, 196.

45. BARNICOAT, J. Los carteles: su historia y su lenguaje. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1972, p. 42.

46. SONTAG, S. El afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía. En: Bierut, M. et al. Fundamentos del Diseño Gráfico. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2005, p. 239.

corto plazo. Siempre presentes en la ciudad, en primera instancia promocionando eventos y productos de consumo, no tardaron mucho en convertirse en soporte propagandístico de líderes, revoluciones y conflictos armados; los cuales abundaron a lo largo de la historia del siglo XX. El cartel usado para fines políticos se convirtió en la principal herramienta de difusión de información y persuasión para los que se encontraban en el poder. Respecto a esto, se observó una primera ola de afiches políticos a principio de siglo, de la mano de las guerras mundiales, con mensajes incitando a alentar a los distintos bandos de los conflictos, pero también para establecer un imaginario de los ideales y valores de las naciones, como es posible ver en los carteles nazis o de la Revolución Rusa. Posteriormente, en la década de 1960 se vivió un segundo punto álgido en la producción de carteles de la mano de la guerra fría y las diversas luchas que surgieron de ahí. La guerra de Vietnam, la Revolución Cubana e incluso el movimiento hippie, fueron motivo para el surgimiento de mensajes pegados en todas partes de la ciudad. El cartel tomó forma de protesta, siendo un grito en busca de justicia, así como también la voz de las revoluciones.

Sin embargo a pesar del contenido que tuviera el cartel, estos siguieron usando las técnicas que en el momento estuvieran de moda, ya que “el afiche siempre se ha alimentado como un parásito de las respetables artes de la pintura, la escultura y hasta la arquitectura. (...) En cuanto forma artística, los afiches rara vez están a la vanguardia”⁴⁷ sino que son una muestra de las formas artísticas ya aceptadas y depuradas para las masas.

4.2 El cartel en Chile.

Si bien ya se habló del cartel en el contexto mundial, es necesario entenderlo también en el contexto local para poder apreciar el imaginario que se formó en torno a él y el lugar que ocupó en la historia reciente de nuestro país. Si bien el cartel logró también encontrar su espacio en las paredes de la ciudad, su desarrollo fue algo más lento, teniendo que resistir los efectos de la precariedad en un comienzo, el poco reconocimiento y, posteriormente, de la censura que lo llevó a perder su voz propia, misma época en que los medios audiovisuales (más tarde, digitales) le quitaron protagonismo, quedando al servicio del mercado y su espectáculo⁴⁸ o como pequeños chispazos de voces disidentes que aparecen en las manifestaciones públicas pero que luego son silenciadas.

El camino hacia la consolidación del cartel como medio de comunicación.

Los inicios del cartel en Chile no distan mucho del proceso que se vivió a nivel mundial. Hacia el final del siglo XIX Alejandro Fauré,



IMG 8. Aviso de la Imprenta Barcelona. En: Muñoz, M. y Villalobos, F. Alejandro Fauré. Obra gráfica. Monografía de un precursor de la ilustración editorial y el diseño gráfico en Chile. Santiago: Ocho Libros, 2009, p. 20.

47. *Ibíd*, p. 243.

48. El espectáculo entendido según Debord, el cual “no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes.” (DEBORD, G. La sociedad del espectáculo. Rosario: Último recurso, 2009, p.25. [en línea] Extraído el 20-01-2019 de <http://www.ultimo-recurso.org.ar/drupi/files/sociedad.pdf>)



IMG 9. Alejandro Fauré, Temporada 1907 del Teatro Municipal de Santiago. En: Muñoz, M. y Villalobos, F. Alejandro Fauré. Obra gráfica. Monografía de un precursor de la ilustración editorial y el diseño gráfico en Chile. Santiago: Ocho Libros, 2009, p. 20.

de la mano de la Imprenta Barcelona fue protagonista de los albores del afiche chileno. Dicha imprenta “se transforma en uno de los referentes de la modernización en la gráfica chilena a las puertas del nuevo siglo.”⁴⁹ En manos de Fauré es posible apreciar la influencia del cartelismo europeo pero traída a nuestras tierras (IMG. 9).

Ya en el 1900, aparecen nuevos exponentes, dentro de los cuales se reconoce al francés Paul Dufresne y su cartel del lanzamiento del primer número de la revista Zig-Zag. Le siguen Otto Georgi e Isaías Cabezón; este último, artista ganador en múltiples ocasiones del concurso de carteles para las fiestas estudiantiles de la FECH.

No obstante, mantener con vida la producción de carteles en el país, resultaba mucho más difícil que en Europa y Norteamérica, zonas con economías mucho más desarrolladas y una masa consumidora mayor, lo cual brindaba espacios de creación constantemente. Por el contrario, en Chile la situación era cuesta arriba. Al respecto, Alejandro Godoy menciona que “todo era precario. Las oportunidades de producir un cartel eran reducidas; los medios técnicos, escasos; los artistas, autodidactas, y no siempre justamente valorados”⁵⁰; y continúa:

“(…)con tantos factores adversos convergiendo, era necesario que hubiese incentivos a la producción de afiches. Los concursos, como el de la FECH, o los organizados por la revista Zig-Zag, representaban una valiosa oportunidad de hacer algo bueno, ser reconocidos y obtener dinero por el trabajo realizado.”⁵¹

Esto, sumado a la nula enseñanza respecto a la disciplina que existía en el ámbito académico, en la cual solo existían pinceladas respecto a las artes gráficas, pero nada que profundizara y pavimentara el camino hacia una formación de cartelistas como profesión establecida. Por consiguiente los artistas venideros debieron ampararse en oportunidades que estamentos públicos y privados disponían para la creación, debido a ello “la presencia del cartel en Chile no se manifiesta en una continuidad, una tradición o una escuela local sino en determinados momentos históricos”⁵², lo cual, por supuesto, no impidió el surgimiento de grandes talentos a lo largo de la primera mitad del siglo XX como Camilo Mori, Kitty Goldmann, Francisco Otta, Santiago Nattino, Giulio di Girólamo, entre otros, quienes, aportando sus referencias y perspectivas foráneas, fueron los cartelistas de la transición hacia el reconocimiento del afiche como un medio de comunicación potente en el país.

A partir de los años 50 el panorama comenzó a ser mucho más positivo, en parte por una mejor situación económica (la crisis del 29’ y los embates de las guerras mundiales comenzaban a alejarse), y al mismo tiempo la llegada del offset y la serigrafía a

Chile como método de producción masiva comenzó a abaratar los costos para la impresión de carteles. También hay que considerar la influencia de Estados Unidos y su imagen de bienestar proyectada en las publicidades que invitaban a consumir todo aquello que se anunciaba. “La década del 50 significó la aceleración de estos cambios. La publicidad se hizo masiva, las compañías internacionales como la Shell y la Bayer (sic) realizaron grandes campañas para sus productos”⁵³, el cartel se instauró en las calles como una voz potente para anunciar cualquier mensaje posible, sin ningún otro medio de comunicación que pudiera competir con él, siendo esta versatilidad y alcance hacia las masas lo que lo llevó de manera inevitable a convertirse en un instrumento político tal como ya había sucedido durante los conflictos de las décadas anteriores; con la singularidad de que en el caso de Chile sería en este ambiente de agitación donde el cartel encontraría su época de mayor esplendor.

La voz e imagen de los cambios sociales.

Luego del impulso logrado durante los años 50, la producción de carteles siguió en aumento, lo cual trajo consigo un asentamiento en cuanto al quehacer de los cartelistas y grafistas de la época, así como también una fuerte búsqueda de la identidad propia del país que se quería lograr. De este modo:

“A partir de la década de 1960, y producto del contexto social y político del período, el cartel toma distancia de la indefinición y de las influencias que venía arrastrando desde principios de siglo y se acerca al lenguaje del diseño gráfico (...) y en cierto modo el avance del cartel como medio de comunicación es consecuencia de esta validación profesional del diseño gráfico.”⁵⁴

Esta especialización y reconocimiento fue visible en la calidad de los carteles, tanto en la exploración y uso de nuevas técnicas para su creación, así como también en los mensajes que transmitían. Waldo Gonzalez, junto a Mario Quiroz y los hermanos Larrea, fueron quienes llevaron la batuta en la creación del imaginario gráfico de la época, esto, sumado a la fuerte carga de temáticas sociales que sus carteles difundían, hizo que se convirtieran en un icono de la transformación del país. Ejemplo de esto, son los afiches de Waldo González para la Polla Chilena de Beneficencia entre 1971 y 1973, en los cuales la mayor parte del lienzo lo ocupaban ilustraciones y frases para educar a la población. Por su parte, Vicente y Antonio Larrea también hicieron lo suyo en su taller, donde si bien se dedicaron a hacer más productos de diseño que tan solo carteles, en estos predominaron las temáticas de “carácter cultural, educativo y político, dejando en un segundo plano la promoción de productos de consumo”⁵⁵. Los niños, las mujeres y los trabajadores, se transformaron en los protagonistas de los carteles, y “el mensaje se estructura en torno a la idea de la identidad colectiva ‘pueblo’

49. MUÑOZ, M. Y VILLALOBOS, F. Alejandro Fauré. Obra gráfica. Monografía de un precursor de la ilustración editorial y el diseño gráfico en Chile. Santiago: Ocho Libros, 2009, p. 21.

50. GODOY, A. Historia del afiche chileno. Santiago: Universidad ARCIS, 1992, p. 18.

51. *Ibíd.*, p. 19.

52. CASTILLO, E., comp. Cartel Chileno 1963-1973. Santiago: Ediciones B Chile, 2004, p. 4.

53. GODOY, A. *Op. cit.*, p. 28.

54. CASTILLO, E. *Op. cit.*, p. 5.

55. ÁLVAREZ, P. Historia del diseño gráfico en Chile. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Diseño, 2004, p. 138.

56. VERGARA-LEYTON, E. et al. La gráfica como artefacto cultural. Una aproximación semiótica al cartel social en Chile. En: *Arte, Individuo y Sociedad*, 2014, 26(2), p. 280.

y en el papel del individuo en la mejora de los problemas sociales que impactan de manera directa en la calidad de vida de estos segmentos”⁵⁶, esto sumado a una visualidad que se vuelve hacia lo latinoamericano, con formas y colores que evocan a nuestras raíces.

Para llegar a esta visualidad latina, no obstante fueron clave influencias extranjeras como Mayo del 68 en Francia, y el cartel cubano. Este último se instaló como referente de un “medio de reclamo, preocupación, reafirmación de los principios que sustentaban en ese tiempo el cambio o la consolidación de un cambio, en este caso político.”⁵⁷ Esto impulsó la producción gráfica, en especial de grupos que veían en el cartel una forma de difundir sus ideales, contemplando la ciudad como el soporte perfecto para llegar a la mayor cantidad de gente posible y en contraposición a los medios de comunicación tradicionales, como lo eran el diario y la radio en aquel entonces. De de este modo, el cartel encontró su mayor apogeo durante las campañas y posterior gobierno del presidente Salvador Allende, tiempo en el que “la política estatista del nuevo Gobierno, empeñada en su identificación con las masas, favoreció la proliferación de carteles, el desarrollo de la industria editorial y la práctica del muralismo.”⁵⁸ De ahí la relevancia de este período, ya que con tan amplia variedad de expresiones gráficas y culturales, que mantuvieron una estrecha relación unas con otras, inevitablemente “la calle se transformó en el escenario de los procesos y cambios de las fuerzas políticas en pugna”⁵⁹ y, por ende, el afiche uno de sus principales protagonistas.

“Operación Limpieza” versus resistencia gráfica.

*El afiche político realizado en dictadura no ha ostentado una presencia significativa en la reconstrucción de la extensa tradición gráfica nacional. Es, más bien, una suerte de eslabón perdido para la historiografía local, condición que lo ubica entre los colores brillantes de los carteles de la UP y los arcoíris que invadieron las ciudades con la buena nueva del “No” diecisiete años más tarde.*⁶⁰

Tras el golpe de estado de 1973, el régimen militar se encargó de borrar las expresiones culturales que había dejado la Unidad Popular, “provocando la destrucción y suplantación de imágenes en muros e impresos (...) la percepción y configuración estético-social de la ciudad, la de sus calles y escenarios, fue modificada y descontextualizada.”⁶¹ La denominada Operación Limpieza, se encargó de eliminar todo rastro de lo que había sido el gobierno anterior y de cualquier manifestación que estuviera en contra de los principios de la Junta Militar; de tal modo que se tomaron medidas que fueron desde cortes de pelo, prohibición del uso de ciertos colores, quema de libros, así como también “la eliminación de la

pintura mural o gráfica de los espacios públicos (...) [hechos que] posicionan el afiche dentro del terreno de lo negado, prohibiendo su circulación y, en consecuencia, atentando contra su existencia.”⁶² Querían refundar desde los cimientos las manifestaciones culturales, de tal modo que “la idea era eliminar cualquier vinculación entre la creación artística y las ideologías políticas”⁶³, por tanto si no había espacio en los muros para los afiches, mucho menos existía lugar para aquellos que expresaran el descontento social producto de los abusos y horrores de la época.

A pesar de ello, del mismo modo que el poder hegemónico se encargaba de prohibir, en la clandestinidad surgían colectivos y agrupaciones que se encargaron de llevar la resistencia. La APJ (Agrupación de Plásticos Jóvenes) y Tallersol, son los principales exponentes de la época. “Formados a fines de los años setenta, los dos participaron activamente del ciclo de reconfiguración del campo artístico y cultural que procedió a los primeros años tras el golpe”⁶⁴, el cual se vio mermado tras las distintas órdenes de la Junta Militar de borrar todo rastro de la UP y cualquier expresión que se le asemejara o trajera reminiscencias del gobierno pasado, por lo que mantener viva la producción de carteles constituyó una ardua tarea. No obstante uno de los aspectos positivos que se rescatan de aquella instancia, es que:

“(…) el afiche se desliga del círculo académico al que hoy se encuentra estrechamente vinculado. Nos encontramos así con personajes tales como el ‘jefe de la organización social de La Legua bueno para dibujar’, con la ‘organizadora de talleres para niños que le pega a la pintura’, el ‘guitarrista del grupo punk con buenas ideas’ (...) El afiche de resistencia se enmarca en un arte de militancia social”.⁶⁵

Los colores de los carteles de los años 60-70 se apagaron, para dar paso a la enfatización del mensaje (en el caso de la APJ y Tallersol, mensajes contestatarios y de protesta al régimen) y al trabajo colectivo, como se mencionó anteriormente. El cartel volvió de nuevo a un mundo donde los recursos eran escasos y, aún peor, “el riesgo que conllevó la expresión de una discrepancia fue evidente, lo que tuvo como consecuencia lógica el desarrollo de una visualidad que resguardaba la identidad de sus creadores por medio de diversas estrategias”⁶⁶; la más característica era firmar con el nombre del colectivo o agrupación impresora, anulando la individualidad de sus participantes.

No obstante, a pesar del trabajo que la APJ, Tallersol y otros grupos de creación gráfica realizaron, el cartel tenía sus días contados puesto que “el acelerado crecimiento de la televisión y la escasa promoción de actividades culturales, fueron claros

^[1] CRISTI, N. ¡A des-sitiar Chile! El afiche político en la clandestinidad, 1973-1989. En: Vico, M., ed. El afiche político en Chile 1970-2013. Unidad Popular, Clandestinidad, Transición Democrática y Movimientos Sociales. Santiago: Ocho Libros Editores, 2013, p. 80.

^[2] ERRÁZURIZ, L. Y LEIVA, G. Op. Cit., p. 31.

^[3] MANZI, J. Y CRISTI, N. Op. cit., p. 97.

^[4] CRISTI, N. Op. cit., p. 86.




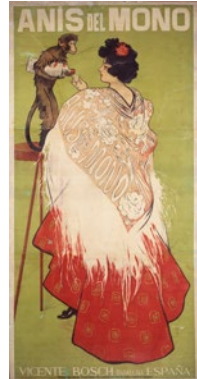















^[5] Ibíd.









^[6] Concepto extraído de ÁLVAREZ, P. Post cartel en Chile: la pérdida del aura y su devaluación en tiempos de Google.De la realidad exclusiva a la virtualidad inclusiva. En: RChD: creación y pensamiento, 2017, 2(3), pp. 1-11.

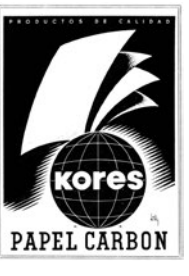







FIG. 2








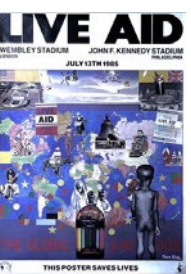
Cronología visual del cartel nacional e internacional.

La visualización que se despliega a continuación, muestra la evolución de los carteles a lo largo de su historia, comenzando en el siglo XIX, hasta 1990 aproximadamente. Se ha dejado fuera los carteles producidos a partir los 90 hasta nuestros días, ya que si bien aún son producidos en masa, su creación está fuertemente ligada a los medios digitales, lo cual se desliga en cierta medida de la tradición cartelista del siglo pasado y abre la puerta hacia lo que Pedro Álvarez denomina *post-cartel*⁶⁷.

1879 Jules Chéret Les Girard 	1896 Alphonse Mucha Job 	1892-93 Henri Toulouse-Lautrec Divan Japonais 	1898 Ramón Casas Anís del Mono (Con una falda de percal planchada) 	1902 Adolf Hohenstein Fratelli Rittatore 	1901 Leonetto Cappiello Absinthe Ducros Fils 	1920 Dimitry Moor A red present to a white landlord 	1917 James Montgomery Flagg I Want You for the U.S. Army 	1923 Joost Schimdt Staatliches Bauhaus Ausstellung 	1929 Ludwig Hohlwein Und Du? 	1932 Cassandre Dubonnet, Vin Tonique au Quinquina 	1934 Xanti Schawinsky Sí 	1936 Johan Jacob Voskuil D.O.O.D. De Olympiade onder Dictatuur 	1939 Cartel de reclutamiento del Ejército Imperial Japonés 	1942 J. Howard Miller We Can Do It! 	1943 Henry Koerner United we are strong. United we will win. 	1946 Leonid Golovánov ¡Gloria al Ejército Rojo! 	1950 Gino Boccasile Café Haití 	1953 Herbert Bayer Divisumma 
---	--	--	---	---	---	--	---	--	--	--	---	---	--	--	---	--	---	---

1905 Paul Dufresne Lanzamiento 1º número de la revista Zig-Zag 	1916 Otto Georgi Cartel Fiesta de la Primavera, FEUCH. 	1935 Camilo Mori Economic! Los centavos forman pesos 	1938 Fernando Ibarra Vote por Sergio Larrain. 	1940 Kitty Goldmann Realice su belleza con productos Floralia 	1942 Carlos Sagredo 1º centenario de la Universidad de Chile 	1951 Francisco Otta Exposición internacional de artes gráficas 	1952 Camilo Mori Alas para Margot Duhalde 
---	---	---	--	--	---	---	--

1958 Kitty Goldmann Aviso Papel Carbón Kores 	1964 Maruja Pinedo F.R.E.I.: fe en el porvenir 	1968 Santiago Nattino FISA 1968 	1970 Hnos. Larrea y Luis Albornoz La felicidad de Chile comienza con los niños 	1971 Waldo González Cocema - Galería artesanal, UNCTAD III 	1972 Vicente y Antonio Larrea Darle duro a la producción. 	1981 Cadima Zamora (Tallersol) Violeta Parra 	1984 APJ Fotos Descensuradas 
---	---	--	---	---	--	---	---

1959 Eladio Rivadulla Primer cartel de la Revolución Cubana 	1964 Jan Lenica Wozzeck 	1967 Alfredo Rostgaard Casa de las Américas 	1970 René Mederos Como en Vietnam. Mes de la Mujer Vietnamita 	1972 Wiktor Gorka Kabaret 	1975 Josef Müller-Brockmann Akari 	1978 Charlie White III y Drew Struzan Star Wars 	1985 Peter Blake Live Aid 
--	--	--	--	--	--	--	--



Créditos imágenes.

Cartel Internacional.

Colección Memoria de los Países Bajos. [en línea] <https://www.geheugenvannederland.nl/en/geheugen/browse/collections>

Colección Metropolitan Museum of New York (MET). [en línea] <https://www.metmuseum.org/art/collection>

Colección Museum of Modern Art (MoMA). [en línea] <https://www.moma.org/collection/>

Colección Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA). [en línea] <https://www.macba.cat/es/coleccion>

Colección Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. [en línea] <https://www.museoreinasofia.es/coleccion>

Colección Museo Nacional de Arte de Cataluña. [en línea] <https://www.museunacional.cat/es/coleccion>

History Graphic Design. [en línea] <http://www.historygraphicdesign.com/>

Cartel Nacional.

Colección Memoria Chilena. [en línea] <http://www.memoriachilena.cl>

Diseño Nacional. [en línea] <http://www.disenonacional.cl/carteles/>

Biblioteca del Congreso Nacional. [en línea] <https://www.bcn.cl/estanteriadigital/>

Center for the Study of Political Graphics. [en línea] <http://collection-politicalgraphics.org/>

agentes neutralizadores de la práctica del afiche en el país durante la segunda mitad de la década [de 1970]⁶⁸ y ya entrados los 80 los medios audiovisuales le quitaron su lugar como principal medio de comunicación; relegándolo al tono de protesta que había adquirido durante los años de resistencia o de lo contrario al statu quo de la difusión de eventos y productos de consumo.

4.3. Revolución digital y el surgimiento del post cartel.

Tras revisar los antecedentes históricos del cartel tanto nacional como internacionalmente, su tradición como elemento comunicacional propio de las grandes urbes y los movimientos humanicos que se dan en ellas, así como también el valor estético que les otorgaba el ser vitrina de los diversos estilos gráficos por los que se ha atravesado a lo largo de los años, resulta pertinente observar y dialogar respecto a los efectos que ha tenido la revolución digital sobre la creación de carteles. Para entender esta situación, basta con observar los carteles expuestos en la FIG. 2 y posteriormente salir a recorrer las calles, comprendiendo que si bien el estilo del diseño ha avanzado conforme los años, el principal cambio es el modo en que se hacen los carteles hoy.

Con la llegada del nuevo milenio, todo el trabajo que se realizaba a mano, con tinta y papel, se comenzó a realizar en ordenadores, y es a partir de este momento que “en una era de rápidos cambios tecnológicos y de satisfacción visual instantánea, el cartel deberá, indudablemente, asumir nuevas formas, definiciones y objetivos”.⁶⁹ Justamente es este concepto de “lo instantáneo” lo que regirá los rumbos del diseño de carteles a partir de la entrada hacia la era digital.

Actualmente, con una vasta democratización de las tecnologías y acceso a internet, todo se encuentra al alcance de un click, desde los softwares, hasta los recursos a utilizar en la creación de piezas gráficas; haciendo del proceso uno diametralmente opuesto al que se conocía hasta hace un par de décadas atrás, en el cual “el software de producción y tratamiento de imágenes por ordenador abre una era de extrema facilidad de manipulación, transformación y distorsión de la imagen. La era digital propone así una nueva condición del espacio visual dominada por la alterabilidad”⁷⁰. Todo es editable. Los colores son manejables como fórmulas, las imágenes acumulables en capas, los formatos son escalables con gran facilidad para adaptarse a cualquier pantalla o espacio físico porque las diversas plataformas disponibles así lo piden. Debido a esto los anuncios ya no se conciben como una obra en sí misma, sino que es el resultado de una serie de piezas pensadas para televisión, gigantografías, junto con redes sociales y todos los formatos que se manejan en ellas. El cartel se entregó en un principio al espectáculo,

y posteriormente al mass media, donde el único denominador común entre todas las plataformas que lo conforman es la fugacidad con la que se observa el mensaje; de ahí que “el cartel actual, masivo, prevalece su circulación por sobre su contenido o valor estético, cuyo nuevo estatus de imagen digital, antes solo impresa, genera una proliferación del mismo en computadores, tablets y teléfonos móviles que al saltar de pantalla en pantalla pierden el aura que les quedaba.”⁷¹ Dentro de este contexto, Pedro Álvarez posiciona al cartel como un elemento diferente al que solía ser, lo denomina “post cartel”, entendiéndose como todos aquellos carteles que son creados al alero de las herramientas digitales que existen en la actualidad y menciona que:

“Buena parte de los carteles que circulan en Chile, impresos o digitales, son diseñados por personas que manejan ciertos programas como Photoshop o Illustrator –o versiones similares gratuitas–, generando una suerte de imaginario compartido y homogéneo producto del acceso a fuentes digitales extranjeras o de origen nacional (sobre todo, de inspiración vernacular)”.⁷²

Si bien el uso de herramientas y librerías gratuitas en línea, así como también la calidad de las imágenes que se realizan mediante ellas, son temas que pueden generar una amplia discusión, en especial desde nuestra disciplina como diseñadores gráficos, resulta mucho más fructífero hacer hincapié en la idea del “imaginario colectivo” que genera esta hiperconexión en las redes. La ciudad es de las masas, del colectivo, por lo tanto este acceso a herramientas para creación de imágenes, resulta más una democratización de la oportunidad de comunicar mensajes; y dentro de este ámbito el post cartel juega un papel fundamental. Imprimir una gigantografía y arrendar un billboard para instalarla, se escapa del presupuesto de muchos de los eventos o personas que desean anunciar cierto espectáculo. Esto, versus una tirada de carteles y el pegamento suficiente para adherirlos a los muros, es una solución al alcance popular. Quizá este es el punto de partida para explicar y observar la naturaleza del cartel actualmente; y asimismo comprender cómo pasó de ser una obra de arte que era arrancada de los muros por su belleza, a ser parte del paisaje de la ciudad, como detrito acumulado en el tiempo.

Carteles al ritmo de la ciudad actual.

A primera vista, en el mundo digital en el que vivimos, pareciera ser que los carteles pegados en la vía pública ocupan el lugar de basura visual; más aún al compararlos con los billboards y pantallas gigantes con anuncios animados que abundan hoy por hoy en las grandes avenidas, y que son las plataformas que contienen los mensajes “oficiales” o aquellos que están bajo el alero de corporaciones que pueden costear una temporada de publicidad en

68. ALVAREZ, P. Op. cit., p. 143.

69. LE COULTRE, F. Y PURVIS, A. Un siglo de carteles. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A., 2003, p. 19.

70. ALBERICH, J. Grafismo multimedia: comunicación, diseño, estética. Barcelona: Editorial UOC, 2007, p. 41.

71. ÁLVAREZ, P. Op. cit., p. 21-22.

72. Íbid., p. 21.

ellos. Pero a pesar de esto, se mantienen adheridos a las paredes, muros completos tapizados en papel, rotando semana a semana, entorno a lo cual, Susan Sontag, menciona que:

“En la sociedad capitalista, los afiches son un elemento ubicuo del paisaje urbano. (...) hoy por hoy son pocos los afiches que, considerados en forma individual, conceden algún tipo de placer estético. Es posible que los entendedores más especializados — en la estética de la plaga, la atmósfera libertina de la basura y las consecuencias libertarias del azar — sí puedan hallar placer en esa escenografía. Pero lo que hace que los afiches sigan multiplicándose en las zonas urbanas del mundo capitalista es la utilidad comercial que le brindan al vender productos específicos y al perpetuar, además, un clima social en el que es normativo comprar”.⁷³

Es decir, su objetivo en la ciudad actual no es competir contra los medios de comunicación más sofisticados, sino que ser una más de las tantas opciones con las que se cuenta para difundir información. Una opción más económica, accesible a todo aquel que quiera adherir al clima de consumo, así como también “el reflejo de lo que se comunica por televisión, un eco que repite lo que ha sido dicho.”⁷⁴

Sin embargo, más allá de sus motivaciones, del mensaje, o del “placer estético” que puedan brindar; más allá de todo eso los carteles, como objeto, logran evidenciar el transcurso de la vida en la ciudad. El simple hecho de que existan afiches pegados, implica un pegador y múltiples observadores, es decir, un mensajero que sabe que hay gente que leerá su mensaje y por eso lo coloca en cierto punto de la ciudad, ya que “el afiche a diferencia del anuncio público, presupone el concepto moderno de público”⁷⁵, por ende necesita de manera vital gente que los mire en el día a día. Por eso es que los carteles son señal de una ciudad viva, y, no solo eso, sino de una ciudad que ha estado viva a lo largo del tiempo. En los carteles podemos ver el pasado de la ciudad en las capas que se han acumulado sobre el muro, pero también el futuro en las fechas hacia las que se proyectan los avisos que se encuentran en la primera capa. De ahí que, sin importar de su propósito efímero, los indicios temporales que brindan los carteles en la ciudad, tienen múltiples dimensiones, las cuales se pueden desglosar desde lo más evidente y concreto, hasta el aspecto más perceptual de su permanencia en los muros.

El primer, y más evidente indicio de temporalidad es el mensaje que está comunicando el afiche, el cual es muestra de lo que está aconteciendo o lo que está por pasar en el corto plazo en la ciudad. Es el presente y el futuro inmediato. De este modo, en el caso de estar promocionando un evento, es la fecha hacia la que apunta el afiche; de ser un cartel político, el mensaje en sí mismo que transmite resulta ser el reflejo del momento político



IMG 10. Muro con carteles de la Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres. Fotografía propia. Av. Macul bajo paso superior de Vespucio Sur. 06-08-2018.

73. SONTAG, S. Op. cit., p. 248.

74. GODOY, A. Op. cit., p. 31.

75. SONTAG, S. Op. cit., p. 239.

o ideológico que se está viviendo (IMG. 10) ya sea en la ciudad donde se encuentra pegado el cartel, o incluso en el país donde se encuentra inserto.

Luego, está la velocidad con la que los carteles se van cubriendo unos con otros, como huella del ritmo al que la ciudad está viviendo. Así en una ciudad o zona con poca actividad, esto sucederá de manera lenta; quizás los carteles incluso alcancen a roerse y tomar el tono amarillento propio de su deterioro natural antes que uno nuevo lo cubra, mientras que cuando la actividad es alta, los carteles irán superponiéndose en cosa de días. El cartel de un acontecimiento que no ha sucedido aún, se encontrará cubierto por la última consigna de protesta o por el artista que acaba de anunciar su evento.

Finalmente, el grosor de la costra de carteles que se encuentra adherida al muro, es la huella física del tiempo que ha transcurrido desde que el primer cartel fue pegado (lo más probable luego de que ya se haya raspado y arrancado ya una gran capa de carteles previa) hasta el que se encuentra más arriba. En este caso, de ser posible despegar cada capa sin dañarlas entre sí, sería posible armar una línea de tiempo de los eventos que han tenido lugar en la ciudad. Efecto similar tiene el observar una muralla cuyos carteles fueron arrancados, donde es posible ver un collage de rostros, nombres, fechas y colores, que nos recuerdan el pasado. Lo que vivimos, lo que escuchamos, o lo que supimos que sucedió gracias a que se cubrió un muro con carteles.



IMG 11. Carteles londinenses de los años 1890. En: BARNICOAT, J. Los carteles: su historia y su lenguaje. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1972, p. 232.



5. Antecedentes y referentes.

Para la formulación de la presente investigación, los antecedentes y referentes que a continuación se presentan son de suma relevancia debido a las metodologías de trabajo que contemplan, sumado al trabajo de edición y organización de datos que realizan con el material que recopilan, resultando así en valiosas propuestas de observación de la ciudad pero bajo distintas perspectivas y visualidades.



5.1. Referente: Atlas Imaginario de Santiago de Chile.

Esta obra de la artista Justine Graham, logra ejemplificar el concepto de imaginario urbano. A través de 720 imágenes de la ciudad de Santiago, Graham articula un relato donde “explora el tema del cómo y qué representar, reconocer como propio o valorar en el entorno urbano”⁷⁴, de tal modo que logra poner en valor las diversas manifestaciones identitarias de la ciudad,

clasificándolas según treinta verbos, organizados en cuatro grandes grupos: coreografía humana, morfología urbana, objetos dispersos y ciudad automotriz.

La pertinencia de este antecedente en relación al proyecto, recae en la exploración de formas de mapear la ciudad actual a un nivel que la cartografía tradicional no logra y mostrar de qué modo se está habitando Santiago, y cómo sus habitantes se apropian de los espacios que entrega. En cuanto a metodología también resulta interesante, debido a que comprende un extenso trabajo de campo y creación de archivo; acompañado por la tarea de clasificar y

IMG 12. Interior Atlas Imaginario de Santiago. Verbo Cubrir. JGraham. [En línea] <https://www.justine-graham.com/atlas-text>. Extraído el 27-11-2018.

IMG 13. Exposición de fotos atlas. JGraham. [En línea] <https://www.justine-graham.com/atlas-text>. Extraído el 27-11-2018.

74. JGraham. [En línea] <https://www.justine-graham.com/atlas-text>. Consultado el 27-11-2018.

generar una propuesta curatorial que logra mostrar el trabajo realizado tanto en una exposición realizada a inicios del año 2015, como en formato libro.

5.2. Antecedente: Graphiscape.

El trabajo realizado por Ivan Vartanian y Lesley Martin es el antecedente fundamental y principal inspiración para la creación de este proyecto. Si bien tiene puntos en común con el Atlas Imaginario de Santiago, en el sentido de mapear una ciudad mediante imágenes de esta y posteriormente agruparlas en categorías, se diferencia en cuanto toma como punto de vista la gráfica que se encuentra en ella, creando así el “paisaje gráfico” de ella.

Actualmente, existen dos libros del proyecto: uno de Nueva York y otro de Tokio. Cada uno con formas de categorización independientes uno de otro, debido a los diferentes elementos encontrados en ambas ciudades. A partir de esto, resulta interesante cómo exponen la gráfica de las dos principales capitales del mundo occidental y oriental, respectivamente, pudiendo comparar las formas de vivir en dos puntos y culturas diametralmente distintas del planeta, así como también los puntos en común que surgen. Respecto a estas diferencias culturales y cómo se expresan dentro del mundo hiperconectado en el que nos encontramos, los mismos autores del proyecto mencionan que:

“La serie Graphiscape se publica en una época en la que es fácil sospechar que la globalización ha acabado con la sensación de identidad de cualquier gran ciudad; que todos los centros urbanos se han convertido en meros parques de diversiones con cadenas y franquicias sirviendo mientras el carnaval continúa. En lugar de ello Graphiscape apunta a catalogar un amplio mosaico de elementos que convergen en la unicidad de las capitales culturales del mundo.”⁷⁵

Por lo tanto cada tomo del proyecto es una oda al entramado gráfico de las ciudades, a los detalles y a los elementos más potentes que saltan a nuestra vista diariamente. Es una puesta en valor de la cotidianidad, una invitación a que volvamos a observar lo que se encuentra a nuestro alrededor y que nos demos cuenta de cómo construimos identidad a partir de ello, ya que somos nosotros mismos quienes creamos la ciudad en la que vivimos.



IMG 14. Señales en la vía pública. En: VARTANIAN, I. y MARTIN, L. Graphiscape Tokyo. Mies: RotoVision, 2003, p. 25.

IMG 15. Letreros de neón. En: VARTANIAN, I. y MARTIN, L. Op. cit., p. 81.

75. VARTANIAN, I. y MARTIN, L. Graphiscape Tokyo. Mies: RotoVision, 2003, p. 7. Trad. propia.



IMG 16. Sierra, S. *Dos cilindros de 250x250cm compuestos de carteles arrancados*, 1994. [Video].

IMG 17. Ibid.

5.3. Antecedente: Jacques Villeglé, Raymond Hains y el Décollage.

Los carteles a lo largo de su historia, debido a su potente imaginario en la ciudad, han sido fuente de inspiración y también lienzo para diversos artistas hasta el día de hoy. Existen varios ejemplos, especialmente en el arte contemporáneo y conceptual, como el caso de Santiago Sierra y su obra *Dos cilindros de 250x250cm compuestos de carteles arrancados* (IMG 16 y 17); sin embargo, quienes realizaron el mayor aporte fueron Jacques Villeglé en conjunto con Raymond Hains. Ambos artistas formaron parte del movimiento de los nuevos realistas europeo (*nouveau realisme*), dedicándose principalmente a la técnica del *décollage*, la cual se instauró como la acción opuesta al *collage*, es decir, crear obra no mediante la adición de imágenes sino que mediante el despegue o desgarre de estas. Los nuevos realistas comienzan a mirar el mundo desde su cotidianidad, manteniendo la objetividad respecto a la realidad que observan y que tratan en sus obras, de tal modo que:

“(…) se interesan por lo tanto más en el uso impersonal y colectivo de las formas que en sus utilizaciones individuales, como lo atestiguan admirablemente los trabajos de los “afichistas” Raymond Hains o Jacques de la Villégélé: el autor anónimo y múltiple de las imágenes que recogen y exponen como obras es la ciudad misma.⁷⁶

Tanto Villeglé como Hains se dedicaron a caminar por la ciudad arrancando trozos de carteles, sacándolos así de contexto tanto físico, como del significado y finalidad original que poseían al estar pegados al muro, al igual que de la temporalidad para la cual estaban destinados a durar en la ciudad. De este modo, lograron que todos estos carteles pegados a lo largo de la ciudad para entregar un mensaje efímero y desaparecer más temprano que tarde, permanecieran congelados en el tiempo, siendo un testimonio de lo que se podía ver en la fecha y lugar en particular donde se extrajeron. Por lo tanto, su obra más que ser la “ciudad misma” como se mencionó anteriormente, es en verdad lo que había en esa ciudad, es el relato de una esquina o callejón, es el estilo de vida y el imaginario de aquella época en la que estos artistas decidieron guardar para la posteridad.

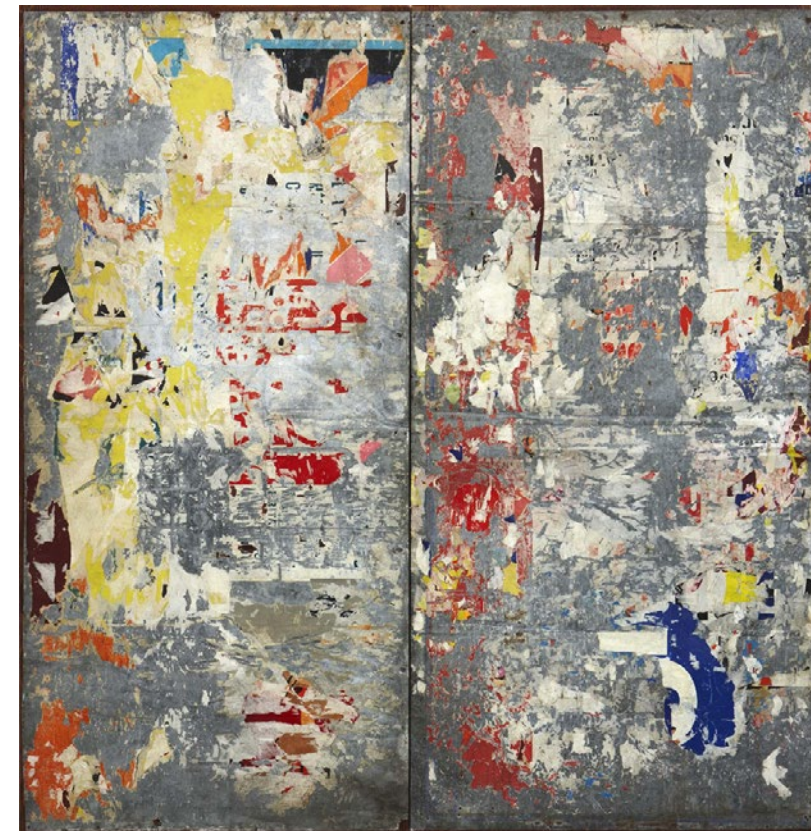


IMG 18. Villeglé, J. *122 rue du temple*, 1968. [En línea] <https://www.moma.org/collection/works/35414>. Extraído el 04-12-2018.

76. Bourriaud, N. Postproducción. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora S.A., 2007, p. 25.



IMG 19. Jacques Villeglé cargando carteles. En: BON, F. Y BOURRIAUD, N. Jacques Villeglé. Paris: Flammarion Contemporary, 2007.



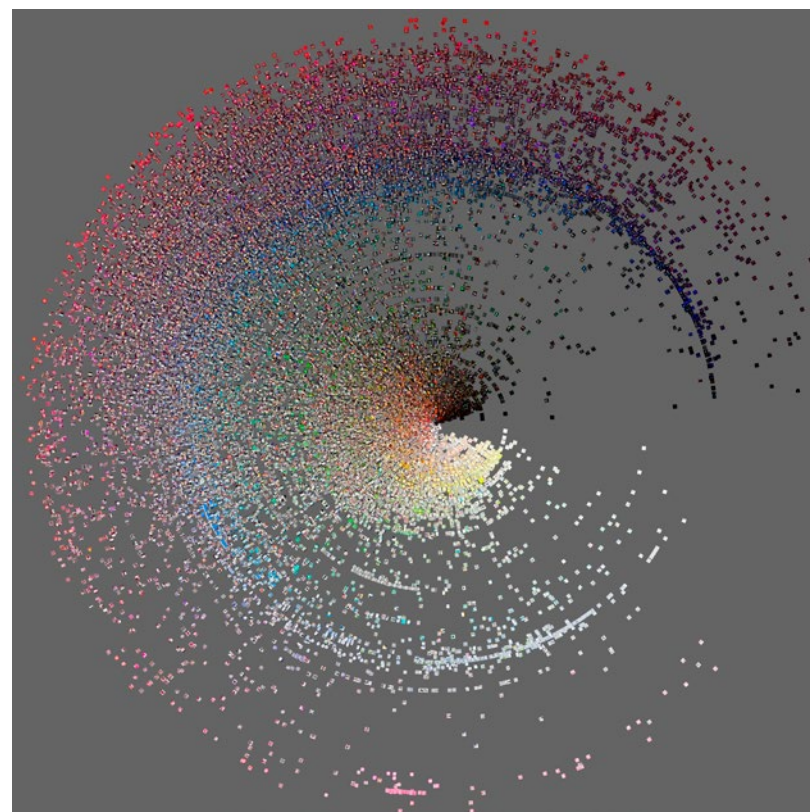
IMG 20. Hains, R. *Sin título*, 1959. [En línea] <https://www.museoreinasofia.es/coleccion/obra/sin-titulo-254>. Extraído el 04-12-2018.

5.3. Referente: Cultural Analytics Lab.

El *Cultural Analytics Lab* (Laboratorio de Analíticas Culturales, en español), encabezado por el Dr. Lev Manovich, desde el año 2007 se ha dedicado al cruce entre imagen, cultura y software; llevando a cabo múltiples proyectos que se basan en el análisis de archivos visuales o largas cantidades de imágenes las cuales posteriormente analizan y visualizan mediante software en ocasiones desarrollado por ellos mismos.

Dentro de sus proyectos destacan como referentes para la presente investigación: *Phototrails* y *Timeline: 4535 Time Magazine Covers, 1923-2009*. El primero se trata de visualizaciones de 13 ciudades alrededor del mundo (entre ellas Nueva York, Chicago, Tokyo y Bangkok) mediante más de 2.000.000 fotografías que a la fecha se han publicado de ellas en Instagram. El segundo proyecto mencionado, recolecta las portadas de la revista *Time* desde 1923 hasta el año 2009, realizando una línea de tiempo visual en la cual es posible apreciar a grandes rasgos los cambios que ha ido sufriendo la revista con el pasar del tiempo.

La relevancia tanto del trabajo del laboratorio, como de los proyectos mencionados, recae en las metodologías que utilizan para el análisis de estos vastos cúmulos de imágenes y en cómo logran evidenciar

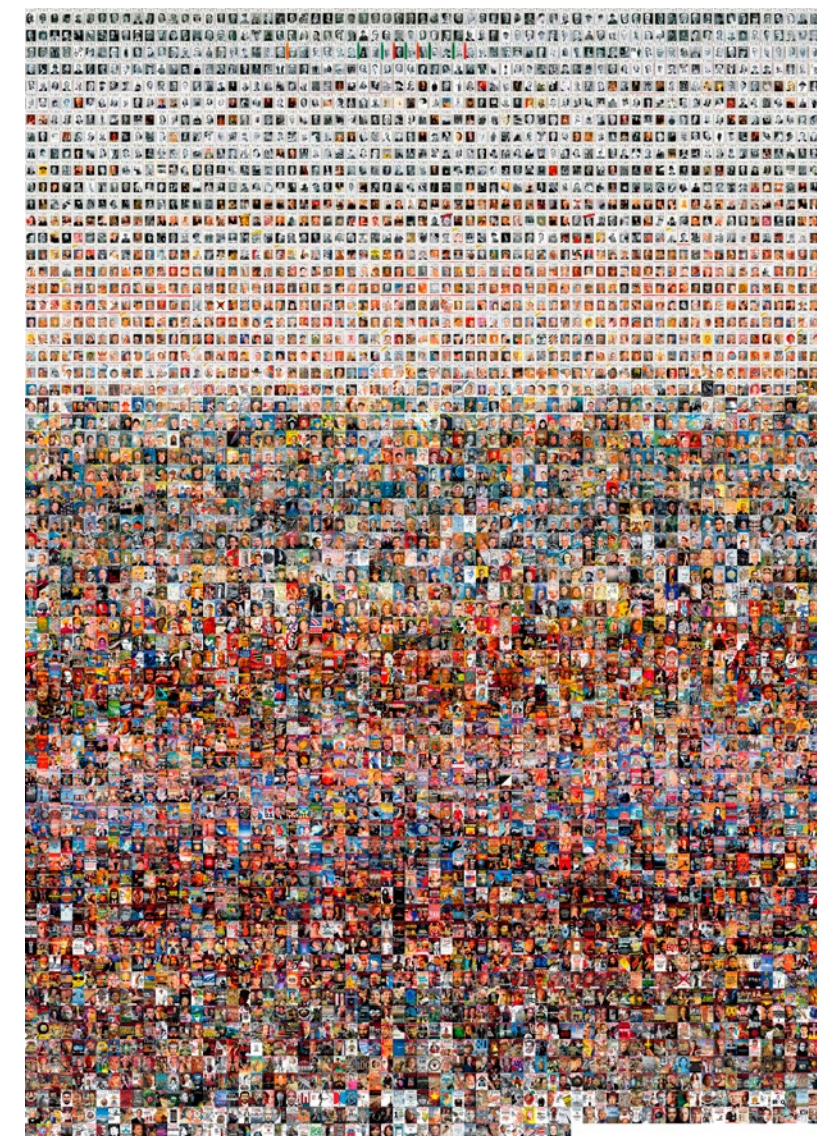


IMG 21. 50.000 fotos de Instagram de Nueva York, organizadas por matiz (radio) y brillo (perímetro). [En línea] <http://lab.culturalanalytics.info/2016/04/phototrails-visualizing-23-m-instagram.html>. Extraído el 25-06-2019.

fenómenos culturales a grandes rasgos mediante un conjunto particularidades. En ese sentido:

“la analítica cultural tiene una manera distinta de analizar sus resultados: las visualiza, por lo general compilando miniaturas de cada imagen en varios tipos de collages. A menudo, estas imágenes son sorprendentes por derecho propio pero, como todo análisis de contenido, su significancia necesita elaborarse mediante una cuidadosa contextualización y explicación”⁷⁷

Pero ese es precisamente el motivo de la importancia del laboratorio, ya que tras crear estas visualizaciones se dedican a abrir las discusiones respecto a estos análisis visuales, siendo un real aporte en cuanto a investigación y no solo un ejercicio de acumulación de imágenes.



IMG 22. Portadas de cada número publicado de la revista *Time* desde el primer número en 1923 hasta el verano de 2009. [En línea] <http://lab.culturalanalytics.info/2016/04/timeline-4535-time-magazine-covers-1923.html>. Extraído el 25-06-2019.

77. ROSE, G. *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Londres: SAGE Publications, 2001, p. 101. Trad. propia.



**DESARROLLO
DEL PROYECTO**

1. Estudio del lugar

1.1 Estación Macul: el nodo que une tres comunas.

El proyecto tiene lugar en las inmediaciones del paso superior de la autopista Vespucio Sur Express que alberga la estación Macul de la Línea 4 del Metro de Santiago y las intersecciones de las avenidas Macul, Departamental y Américo Vespucio. Este espacio resulta interesante por múltiples motivos: en primera instancia, su área es de alrededor de 16.500 metros cuadrados⁷⁸, permitiendo que la autopista se eleve desde antes de llegar a Av. Macul y descienda pasado Av. Departamental. Debido a esto, desde el nivel donde los transeúntes observan el lugar se logra apreciar gran cantidad de pilares que sostienen la estructura, los que ayudan a demarcar el flujo humano que transita entre las respectivas entradas al metro y los paraderos de buses que hay alrededor de la estación. Por otra parte, analizando el lugar bajo las tipologías señaladas por Kevin Lynch en La imagen de la Ciudad, estamos en presencia de un nodo ya que es un punto de combinación de buses y Metro para los habitantes de las comunas aledañas, pero además cumple las características de ser un borde fuertemente marcado entre las comunas de La Florida, Peñalolén y Macul.

1.2 Gráfica para autos y para peatones.

Debido a al gran tamaño de la estructura del paso superior, a la superficie que abarca y los distintos tipos de vías de tránsito que existen allí, es posible apreciar una multiplicidad de elementos gráficos que a grandes rasgos se divide en dos tipos: gráfica para autos y gráfica para peatones (FIG. 3).



IMG 23. Señalética de límite comunal. Fotografía propia. Esquina Av. Américo Vespucio con Av. La Florida. 19-10-2018.

78. Área calculada en Google Earth.

Las gráficas para autos constituyen todos los billboards que están a la altura suficiente para que sean leídos desde la autopista en el paso superior, o que son lo suficientemente grandes para que se vean a la distancia y velocidad a la que pasan los automóviles por el sector. También dentro de este grupo, de alguna manera entran los carteles pero cuando están en conjunto, formando una grilla en repetición del mismo mensaje, que solo por esta característica es posible ver por lo menos sus elementos más pregnantes.

Por el contrario, la gráfica para peatones es precisamente la que está en el camino y a la altura de lectura de los transeúntes. En este caso los carteles son el principal elemento que se encuentra en el lugar, los cuales están distribuidos precisamente por la ruta donde transitan las personas desde las entradas al metro hacia los paraderos colindantes. No obstante es posible encontrar otros tipos de gráficas para peatones, como lo son los anuncios hechos a mano que aparecen de forma esporádica, los letreros que algunos vendedores ambulantes poseen y los anuncios publicitarios que se encuentran en los paraderos y también en las micros que pasan por el lugar.

1.3 Actividad y apropiación.

Al ser un nodo de la ciudad, la principal actividad que se realiza en el área es la de transporte. La gente transita de la estación de metro a los paraderos o viceversa, por lo que todo el resto de actividades que se dan son en torno a este transitar, el cual por supuesto se acentúa con las horas peak del transporte público. Es decir, el lugar se activa o desactiva en función del flujo de personas que existe.

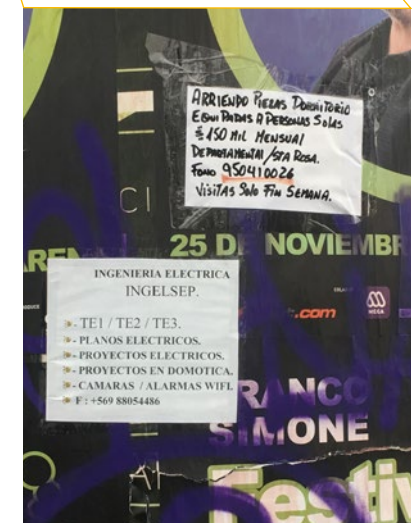
Junto a las salidas de metro, tanto de Av. Macul como de Av. Departamental, el comercio ambulante se apropia del espacio, ofreciendo mayoritariamente alimentos (las sopaipillas son el producto estrella), junto con ropa y artículos para el hogar. Este comercio ambulante sin embargo no se encuentra fijo todo el día, va variando según las horas del día, de tal modo que en las horas peak se intensifica, y los productos que se venden cambian según las necesidades de cada período del día.

Otra forma de apropiación, que se da en la zona entre ambas salidas del metro, es el de las personas que utilizan aquel eriazó como estacionamiento de vehículos.

FIG. 3



A través de las imágenes aquí desplegadas es posible visualizar la diferencia de escala entre los carteles (gráfica para peatones) y la gigantografía (gráfica para autos) sobre ellos. Además, se da un fenómeno en que un mismo elemento posee tres niveles o escalas de lectura diferentes. En primer lugar se encuentra el aviso a gran escala que apunta hacia la autopista, luego se encuentran los carteles, y finalmente, en una escala mucho más pequeña, se encuentran avisos para la gente que transita junto a la base de la gigantografía.



1.4 Conexiones

Como se mencionó anteriormente, esta estación de metro es un punto de transbordo entre el tren y las micros o colectivos que pasan por el lugar. A partir de esto, resulta fundamental conocer cuáles son los recorridos que pasan por Metro Macul, sus orígenes y destinos.

A continuación, se muestran las conexiones de colectivos (FIG. 4) y Transantiago (FIG. 5), tomando como punto de origen los sectores periféricos del sur de Santiago y como destino los sectores céntricos, es decir, el viaje promedio que se lleva a cabo en la hora peak de la mañana.

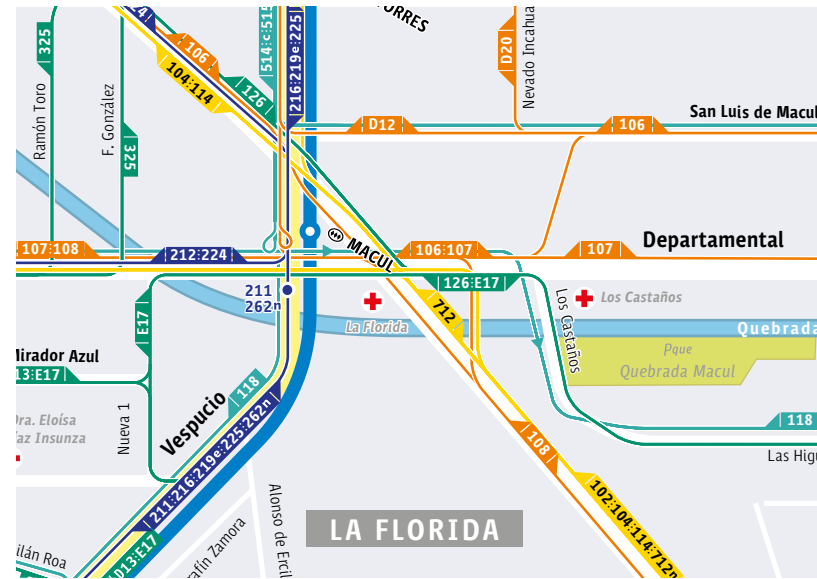
FIG. 4

Línea	Origen	Destino
2011	Bellavista de La Florida	Rotonda Quilín
2012	Bellavista de La Florida	Los Presidentes
2016	San Luis de Macul	Diagonal Las Torres
2018	Fabriciano González	Metro El Llano
3014	Mall Plaza Vespucio	Departamental
3021	Mall Plaza Vespucio	María Angélica
3023	La Florida	Alameda
3034	La Florida	Alameda
3036	Bellavista de La Florida	La Quebrada
9020	Nueva Atacama	La Higuera

FIG. 5

Recorrido	Tipo	Horario	Origen	Destino	Primera estación de metro que conecta
102	Troncal	Lun-Dom 5:30-00	Mall Plaza Tobalaba	(M) Blanqueado	Macul L4
104	Troncal	Lun-Dom 24 horas	Mall Plaza Tobalaba	Providencia	Macul L4
106	Troncal	Lun-Dom 5:30-00:00	La Florida	Nva. San Martín	Macul L4
107	Troncal	Lun-Dom 24 horas	Av. Departamental	Ciudad Empresarial	Macul L4
108	Troncal	Lun-Dom 5:30-00:00	La Florida	Maipú	Macul L4
112N	Troncal nocturno	Lun-Dom 00:00-5:30	Av. La Florida	Recoleta	Macul L4
114	Troncal	Lun-Dom 5:30-22:00	Mall Plaza Tobalaba	(M) Ñuñoa	Macul L4
126	Troncal	Lun-Vie 5:30-20:00	La Higuera	(M) Manuel Montt	Macul L4
211	Troncal	Lun-Dom 5:30-00:00	Nos	La Florida	La cisterna L2 / L4A
212	Troncal	Lun-Dom 5:30-00:00	La Pintana	Providencia	Santa Rosa L4A
224	Troncal	Lun-Dom 5:30-00:00	Gabriela	Ñuñoa	Bellavista de La Florida L5
225	Troncal	Lun-Dom 5:30-00:00	Bahía Catalina	Las Condes	Rojas Magallanes L4
514	Troncal	Lun-Dom 5:30-00:00	San Luis de Macul	Enea	Las Torres L4
514c	Troncal corto	Lun-Vie 6:00-10:00	San Luis de Macul	(M) Salvador	Las Torres L4
515N	Troncal nocturno	Lun-Dom 00:00-5:30	San Luis de Macul	Centro	Las Torres L4
712	Troncal	Lun-Dom 5:30-00:00	Puente Alto	Recoleta	Plaza Puente Alto L4
D12	Alimentador	Lun-Dom 5:30-00:00	María Angélica	(M) Francisco Bilbao	Las Torres L4
E17	Alimentador	Lun-Dom 5:30-00:00	Las Perdices	(M) Bellavista de La Florida	Macul L4

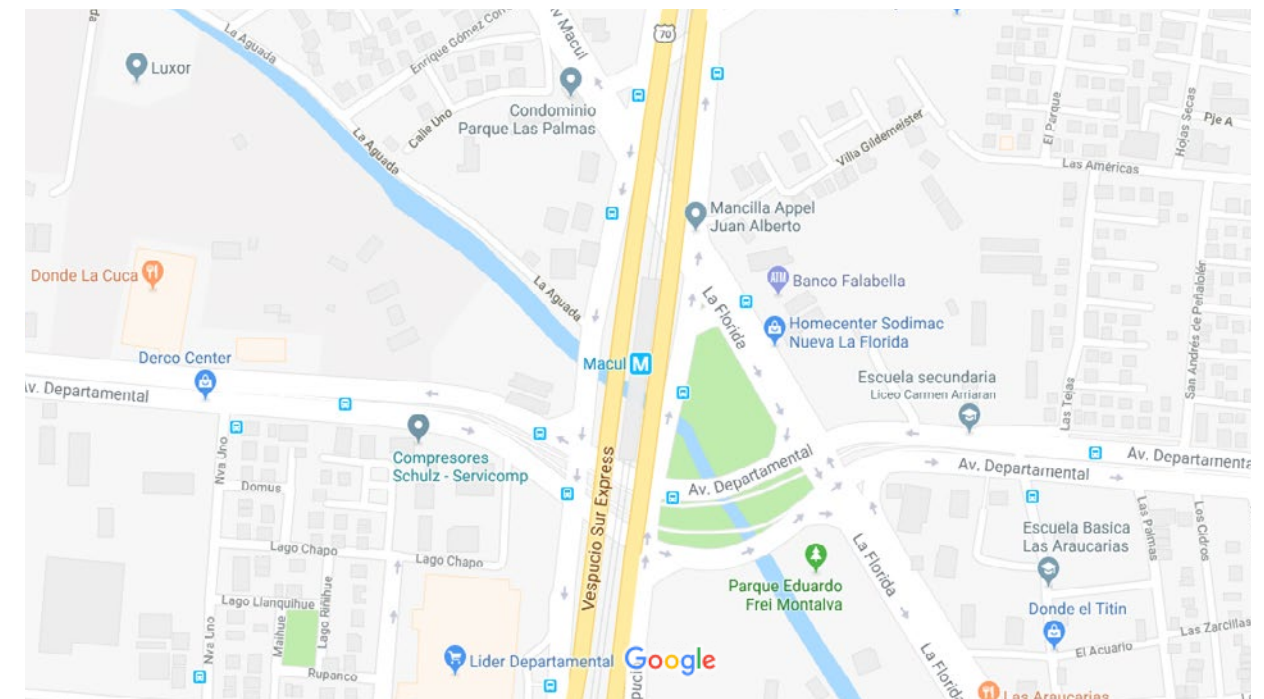
1.5 Mapas



IMG 24. Recorridos de micros que pasan por el lugar. DTPM. Mapa de Recorridos del Gran Santiago, actualizado a abril 2019. [En línea] <http://www.red.cl/imagenes/uploads/20190402184554-mapageneralabril2019.pdf>



IMG 25. Mapa satelital del área. Límites comunales en blanco. Google Earth. Extraído el 27-11-2018.



IMG 26. Mapa de principales vías y lugares del sector. Google Maps. [En línea] <https://www.google.com/maps/@-34.1817535,-70.6592097,16z>. Extraído el 01-12-2018.

1.5 Fotos contextuales



IMG 27. Vista muro Av. Macul. Fotografía propia, 07-09-2018.



IMG 28. Vista desde salida del metro. Sector Av. Macul. Fotografía propia, 06-08-2018.



IMG 29. Transeúntes caminando hacia entrada del metro. Av. Américo Vespucio esq. Av. Macul. Fotografía propia, 09-11-2018.



IMG 31. Paradero en Av. Macul dirección La Florida. Fotografía propia, 12-10-2018.



IMG 30 Señal del metro. Av. Américo Vespucio esq. Av. Macul. Fotografía propia, 23-11-2018.



IMG 32. Pilares junto a la salida del metro. Sector Av. Macul. Fotografía propia, 12-10-2018.



IMG 33. Costado paso superior. Av. Américo Vespucio esq. Av. Macul. Fotografía propia, 12-10-2018.



IMG 34. Vista paso superior desde Av. Américo Vespucio. Fotografía propia, 16-11-2018.



IMG 35. Graffitis costado estación. Av. Américo Vespucio al Sur. Fotografía propia. 19-10-2018.



IMG 36. Muro de construcción con carteles. Av. Américo Vespucio al Sur. Fotografía propia. 19-10-2018



IMG 37. Vista a esquina de Av. Américo Vespucio con Av. Departamental. Fotografía propia. 19-10-2018.



IMG 38. Esquina de Av. Américo Vespucio con Av. Departamental. Fotografía propia. 19-10-2018.



IMG 39. Costado de salida del metro sector Av. Departamental. Fotografía propia. 30-11-2018.



IMG 40. Zanjón de La Aguada. Av. Américo Vespucio. Fotografía propia. 07-09-2018.



IMG 41. Pilares en salida del metro sector Av. Departamental. Fotografía propia, 30-11-2018.



IMG 43. Escalera de acceso al metro cerrada por trabajos, sector Av. Departamental. Fotografía propia, 23-11-2018.



IMG 44. Pilar con carteles y comercio, sector Av. Departamental. Fotografía propia, 12-10-2018.

IMG 45. Transeúntes y comercio en acceso al metro. Fotografía propia, 16-11-2018.



IMG 42. Vista hacia Av. Departamental desde salida del metro. Fotografía propia, 20-08-2018.



IMG 46. Av. Departamental esq. Av. Américo Vespucio. Fotografía propia, 09-11-2018.



IMG 47. Costado paso superior, vista Av. La Florida. Fotografía propia, 06-08-2018.



IMG 50. Costado paso superior. Av. Américo Vespucio esq. Av. Macul. Fotografía propia, 12-10-2018.



IMG 48. Pantalla publicitaria. Av. La Florida, esq. Av. Américo Vespucio. Fotografía propia, 12-10-2018.



IMG 49. Av. Américo Vespucio. esq. Av- La Florida. Fotografía propia, 14-08-2018.



IMG 51. Vista paso superior desde Av. Américo Vespucio. Fotografía propia, 16-11-2018.

1.6 Mapa con capas de información respecto al lugar

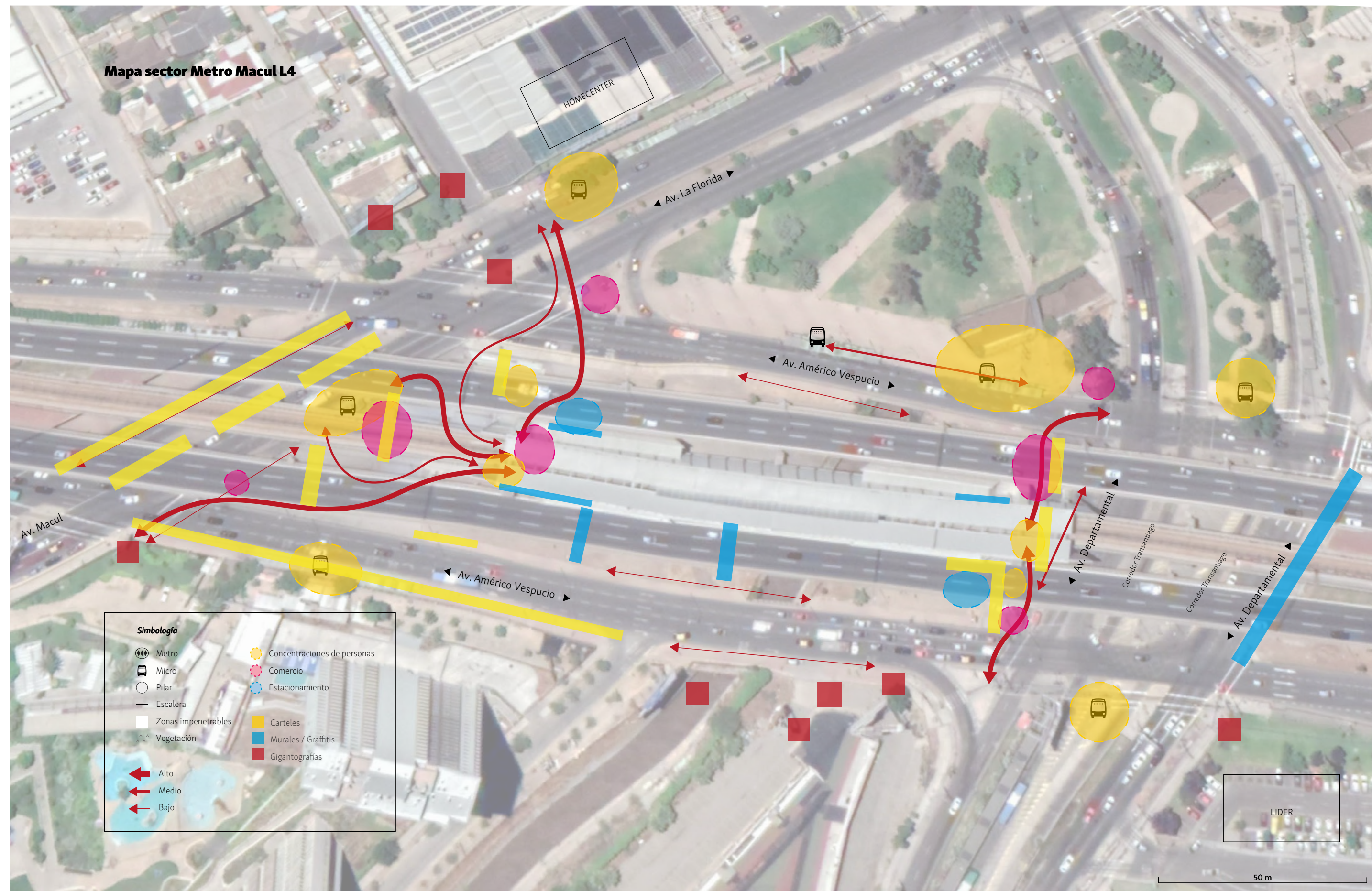
En las siguientes páginas se despliega un mapa del lugar, que describe el contexto observado durante el trabajo de campo. Consta de una imagen satelital del sector Metro Macul, a la cual se le añaden cuatro capas de información:

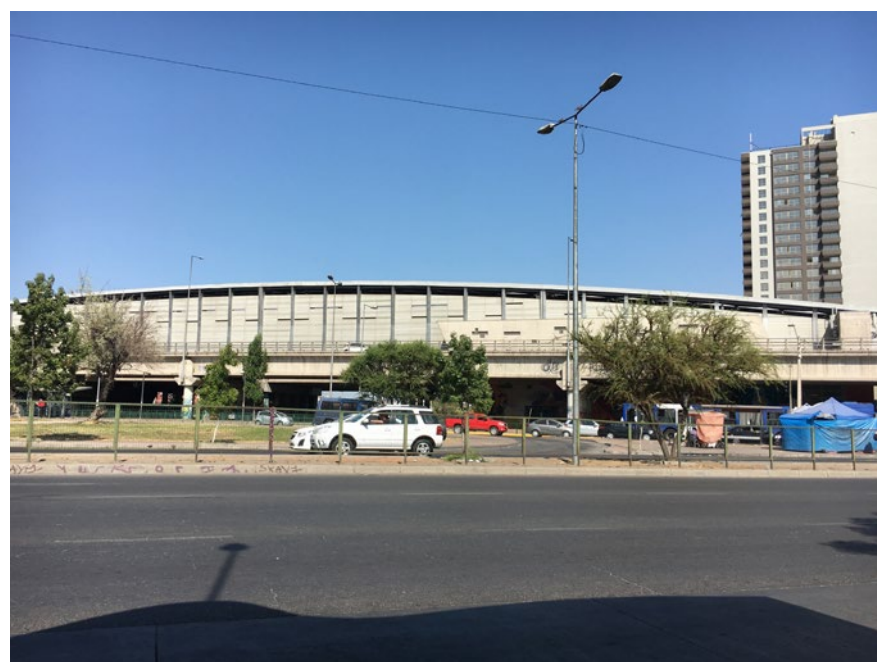
Capa estructural: nombra calles y principales hitos del lugar.

Capa flujos humanos: describe los trayectos más comunes de los transeúntes en el lugar.

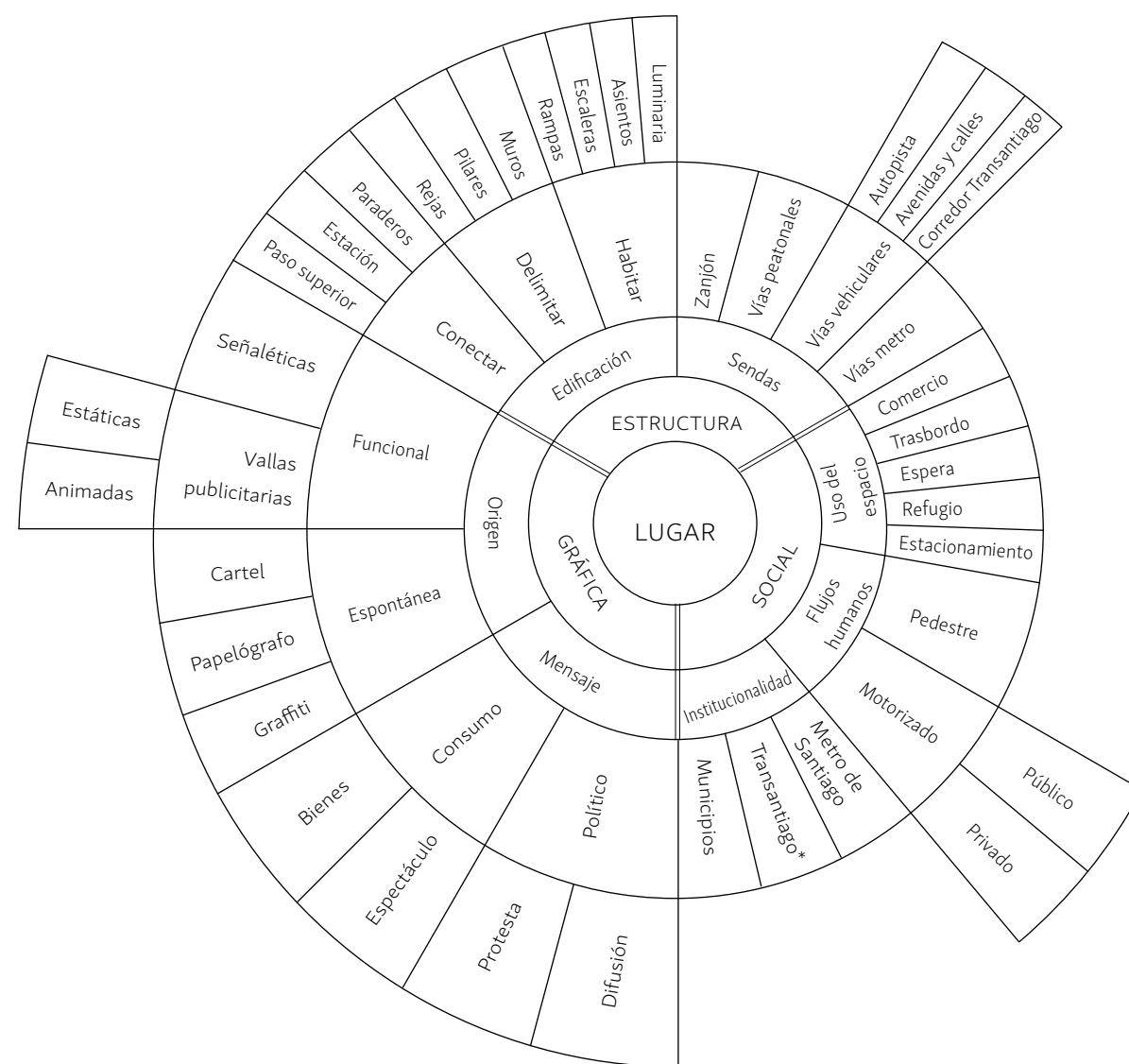
Capa apropiaciones: muestra las acciones que dan vida al lugar y dónde se llevan a cabo.

Capa gráfica: demarca los sectores con elementos gráficos ya sean carteles, gigantografías o murales.





IMG 52. Vista de la estructura de la estación Macul desde paradero en Av. La Florida. Fotografía propia, 22-02-2019.



2. Estudio de archivo

A partir de lo observado durante el trabajo de campo, y presentado en el capítulo anterior, es posible definir las diversas capas de información con las cuales se arma el lugar. De estas, hay tres que son fundamentales para el funcionamiento del sector de Metro Macul: estructura, sociedad y gráfica. Si bien éstas mismas pueden describir otros territorios a lo largo de la ciudad, en el caso del lugar a estudiar, estas tres capas coexisten de tal modo que si una de ellas no estuviera, este paisaje urbano perdería su esencia.

La estructura es lo que sustenta la actividad del Metro Macul, y si no tuviera la magnitud que tiene, dado el paso de la autopista y el metro, el flujo humano que transita allí sería completamente distinto. Así mismo este transitar, es el que activa el lugar, generando interacciones sociales entre los diversos actores que confluyen en aquel punto de Santiago, y a su vez trae los anuncios publicitarios que se muestran en gigantografías y carteles. Por su parte, los carteles, y la gráfica en general, tienen sentido solamente debido a la cantidad de ojos que los ven a lo largo del día y la vasta superficie con la que cuentan para exhibirse. Lo cual evidencia cómo estas tres capas de información están conectadas y dialogan de manera constante. Siguiendo esta idea, es posible ordenar el archivo a partir de combinaciones entre estas tres macro-categorías de tal forma de exponer lo observado durante las 23 semanas de trabajo de campo.

A continuación, se presentan dos formas de abordar el archivo fotográfico capturado: la primera en cuanto a la relación entre los carteles y la estructura que los sostiene, y la segunda en cuanto a la información que entregan los carteles y la gente que transita junto a ellos; de tal modo de brindar nuevas claves de la cotidianidad del lugar escogido a partir de lo observado en ambos casos.



2.1 La piel de los muros

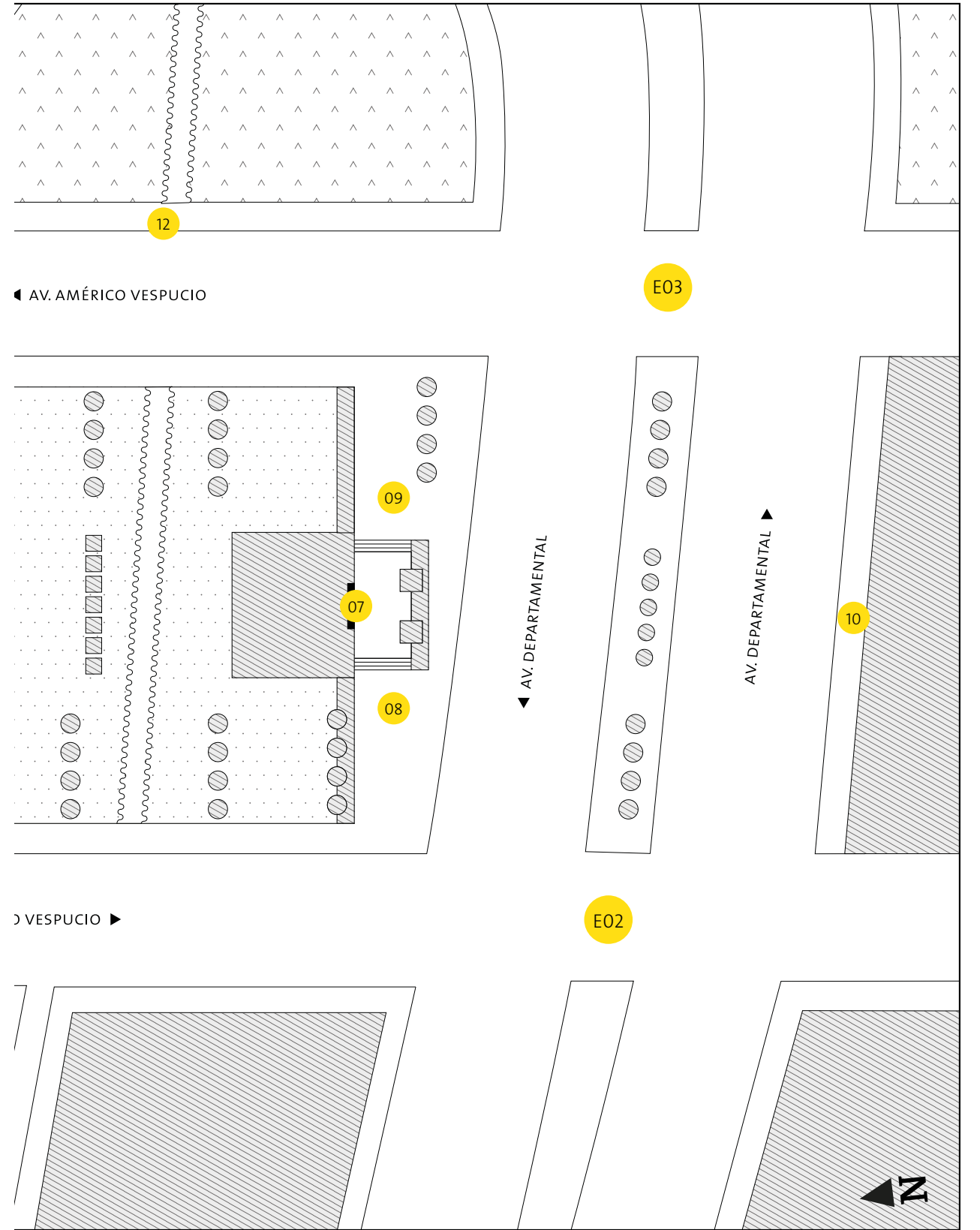
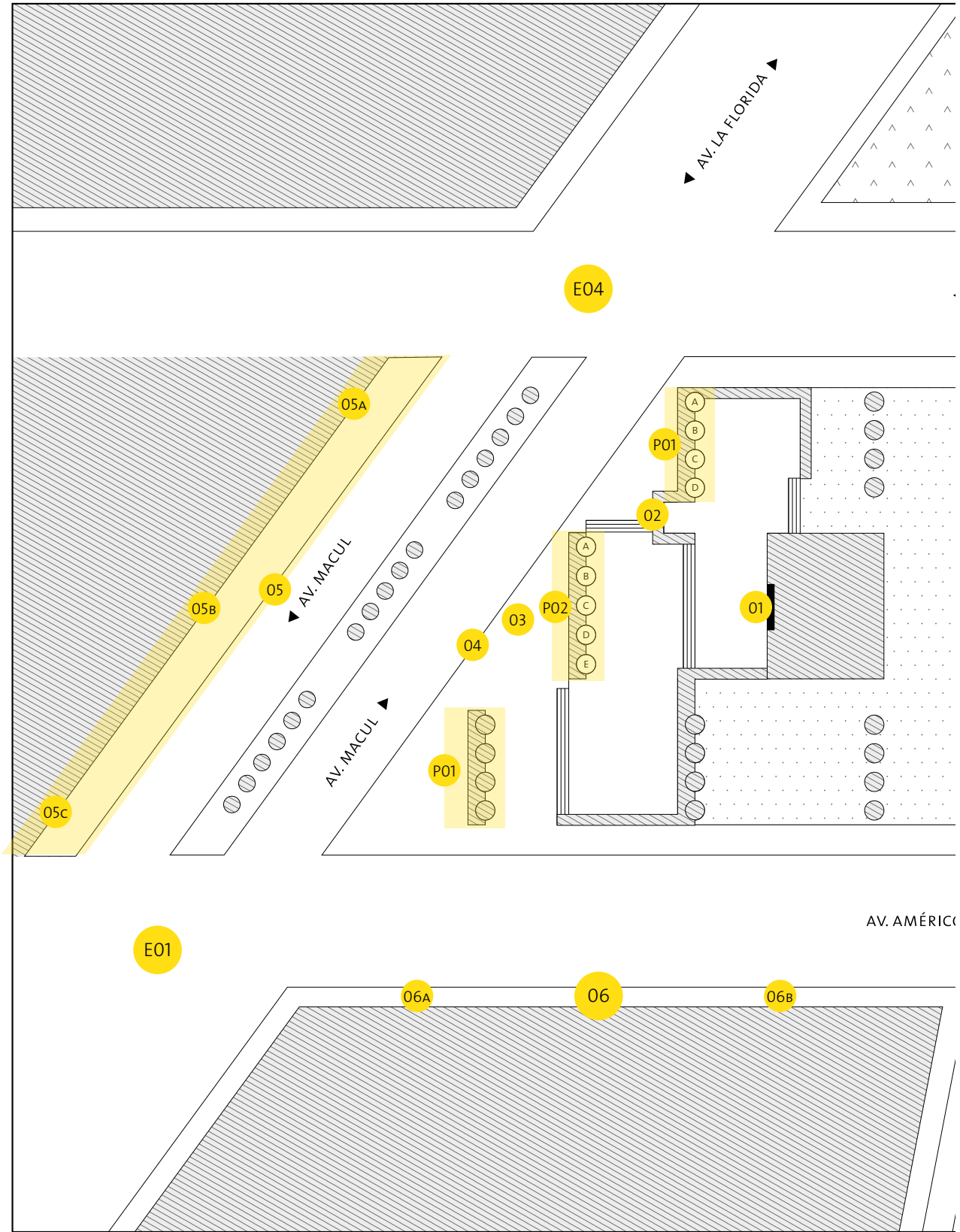
Como unidad aislada, un cartel no representa más que una mancha en la superficie de la ciudad. Una voz que intenta hacerse escuchar entre el ajetreo de las masas. Sin embargo cuando estos se agrupan y son pegados uno junto a otro, en una acción que pareciera ser la versión análoga del *copy-paste* digital, estas voces se convierten en un grito de palabras, rostros y colores. Siendo este el panorama que se da en metro Macul, donde nos encontramos con gran parte de la superficie de los muros y pilares aledaños a ambas salidas de la estación se encuentran cubiertos con capas de carteles.





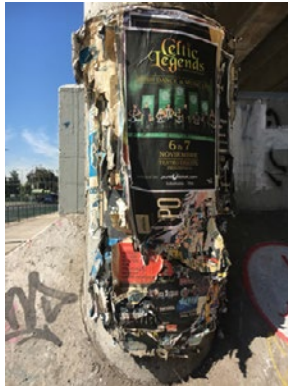
















A continuación se revisarán estos espacios tomados por pegadores y su distribución a lo largo de la estructura, esto sumado a la variable temporal que brinda el registro fotográfico obtenido durante el trabajo de campo, permitirá también observar los ritmos de las zonas con carteles.

Para efecto de esto, las siguientes páginas exponen la evolución de las capas de carteles a lo largo de las semanas de muestra, en los principales puntos de captura de imágenes. Cada punto se ha identificado con un número, por lo que para evitar confusiones se adjunta un esquema del lugar con dicha numeración para facilitar la ubicación de cada fotografía en el espacio.

KEYWORDS:

- CARTELES
- ESTRUCTURA
- TIEMPO



	12/10/2018	19/10/2018	26/10/2018	01/11/2018	09/11/2018	16/11/2018	23/11/2018
PO1-A							
PO1-B							
PO1-C							

30/11/2018

07/12/2018

14/12/2018

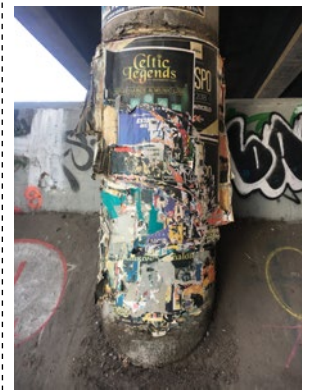
21/12/2018

28/12/2018

05/01/2019

11/01/2019

17/01/2019



25/01/2019

31/01/2019

08/02/2019

15/02/2019

22/02/2019

01/03/2019

07/03/2019

15/03/2019



12/10/2018

19/10/2018

26/10/2018

01/11/2018

09/11/2018

16/11/2018

23/11/2018

PO1-D



PO2-A



PO2-B



30/11/2018

07/12/2018

14/12/2018

21/12/2018

28/12/2018

05/01/2019

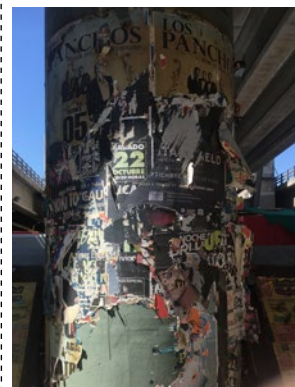
11/01/2019

17/01/2019



17/01/2019

Pilar P02-A cubierto por vendedor ambulante, lo cual interfiere en el registro.



25/01/2019

31/01/2019

08/02/2019

15/02/2019

22/02/2019

01/03/2019

07/03/2019

15/03/2019



31/01/2019
Pilar P02-A cubierto por vendedor ambulante, lo cual interfiere en el registro.



07/03/2019
Pilar P02-A cubierto por vendedor ambulante, lo cual interfiere en el registro.



12/10/2018

19/10/2018

26/10/2018

01/11/2018

09/11/2018

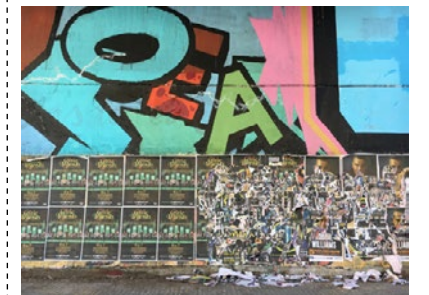
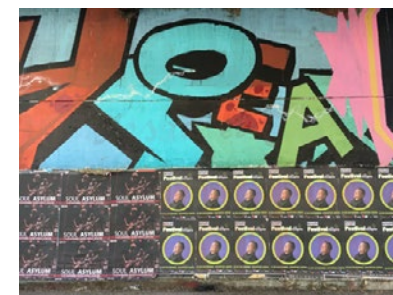
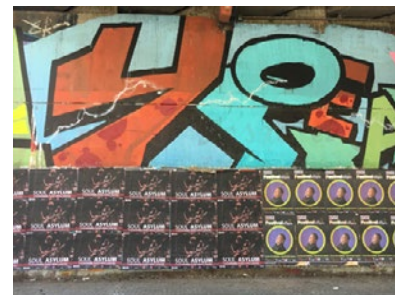
02



05-a



05-b



03



16/11/2018

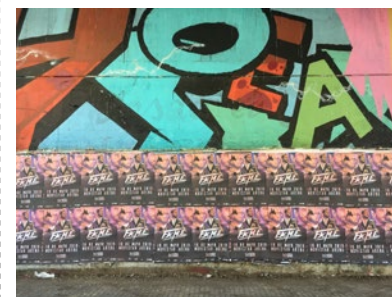
23/11/2018

30/11/2018

07/12/2018

14/12/2018

21/12/2018



28/12/2018

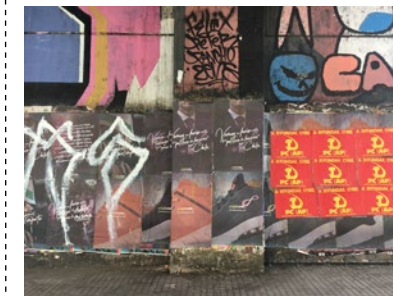
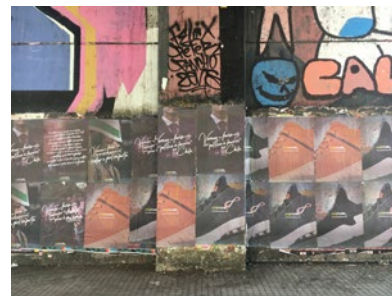
05/01/2019

11/01/2019

17/01/2019

25/01/2019

31/01/2019



08/02/2019

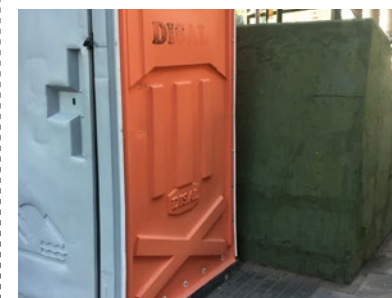
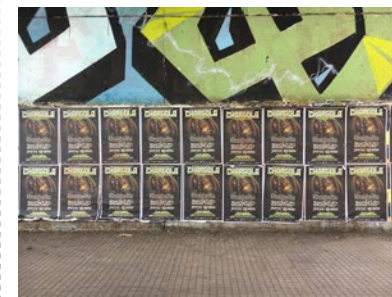
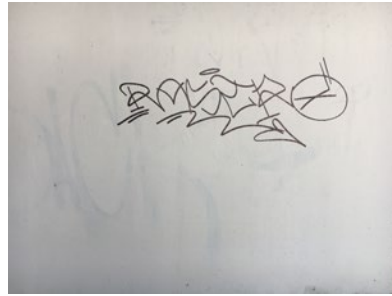
15/02/2019

22/02/2019

01/03/2019

07/03/2019

15/03/2019



12/10/2018

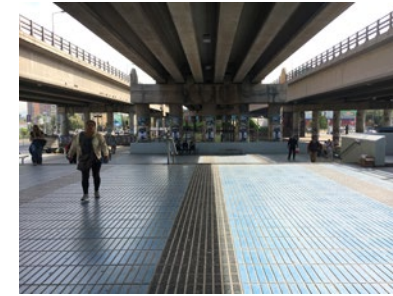
19/10/2018

26/10/2018

01/11/2018

09/11/2018

01



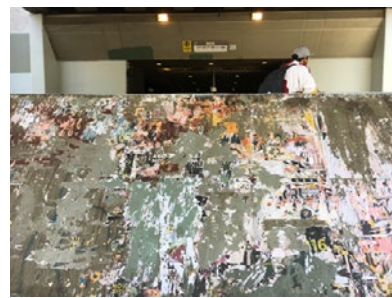
P02



P03



07



16/11/2018

23/11/2018

30/11/2018

07/12/2018

14/12/2018

21/12/2018



Por la Independencia, el Libre Trabajo y la Patria
**Vamos Organizando
La Revolución** 22 años

Por la Independencia, el Libre Trabajo y la Patria
**Vamos Organizando
La Revolución** 22 años

Por la Independencia, el Libre Trabajo y la Patria
**Vamos Organizando
La Revolución** 22 años

Por la Independencia, el Libre Trabajo y la Patria
#NOALPLANONUMSP
LA REVOLUCION 22 años

Por la Independencia, el Libre Trabajo y la Patria
#Vamos Organizando
LA REVOLUCION 22 años

Por la Independencia, el Libre Trabajo y la Patria
#Vamos Organizando
LA REVOLUCION 22 años

28/12/2018

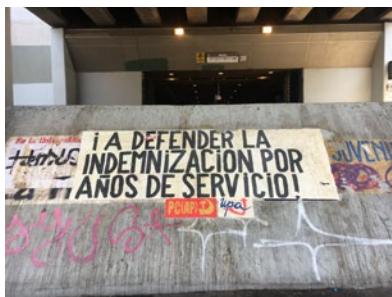
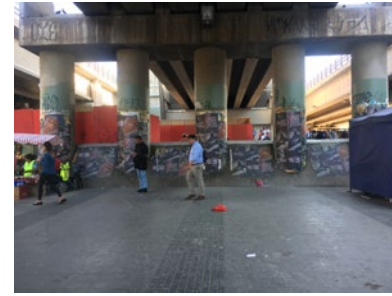
05/01/2019

11/01/2019

17/01/2019

25/01/2019

31/01/2019



08/02/2019

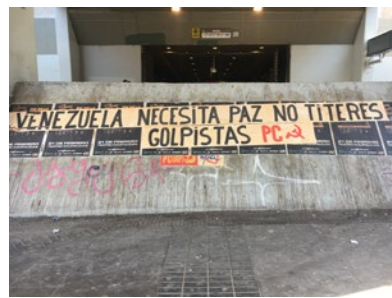
15/02/2019

22/02/2019

01/03/2019

07/03/2019

15/03/2019



VENEZUELA NECESITA PAZ NO TITILERS GOLPISTAS PC

VENEZUELA NECESITA PAZ NO TITILERS GOLPISTAS PC

VENEZUELA NECESITA PAZ NO TITILERS GOLPISTAS PC

El ritmo de los carteles

A partir de las imágenes ya mostradas en las páginas anteriores, es posible apreciar en paralelo la evolución de los carteles semana a semana en los principales sectores donde son colocados a lo largo de la estructura del metro y el paso superior. De este modo, se hace visible cómo hay puntos que cambian más seguido que otros, creando zonas altamente activas y otras que parecen quedar en el olvido hasta que algún pegador nuevamente decide activarlo pegando un cartel.

Esta situación se ve graficada en la FIG. 6, en la cual se ordenaron las mismas fotos ya vistas pero en una línea de tiempo que con cada cambio sube un valor en su eje vertical. De esta manera se evidencia la diferencia entre los puntos altamente activos del lugar y los puntos de olvido o abandono. Pero para entenderla de forma más clara, es necesario ahondar en el ritmo de cada una de los puntos vistos que la arma.

Si se toma como ejemplo la FIG. 8, la cual muestra la evolución de cambios en el punto 5-A, el que corresponde a parte del muro que se encuentra frente al paradero por Av. Macul, se aprecia cómo cambia constantemente cada una o dos semanas, teniendo solo dos mesetas de inactividad, las cuales calzan con los meses de verano. A pesar de ello este es un punto activo, de hecho en general el muro completo lo es debido a su exposición al tránsito de personas y vehículos, sumado a la gran cantidad de ojos que lo observan desde el paradero ya mencionado. Como contraparte tenemos la evolución del punto P01-B (FIG. 7), el cual es parte del grupo de pilares junto a la salida del metro. En este caso, se observa todo lo contrario respecto al muro de Av. Macul, con presencia de una meseta de doce semanas de inactividad, seguida de una de cinco. Si bien hay algunos cambios seguidos entre un par de semanas, la tendencia es mantenerse claramente es

FIG. 6

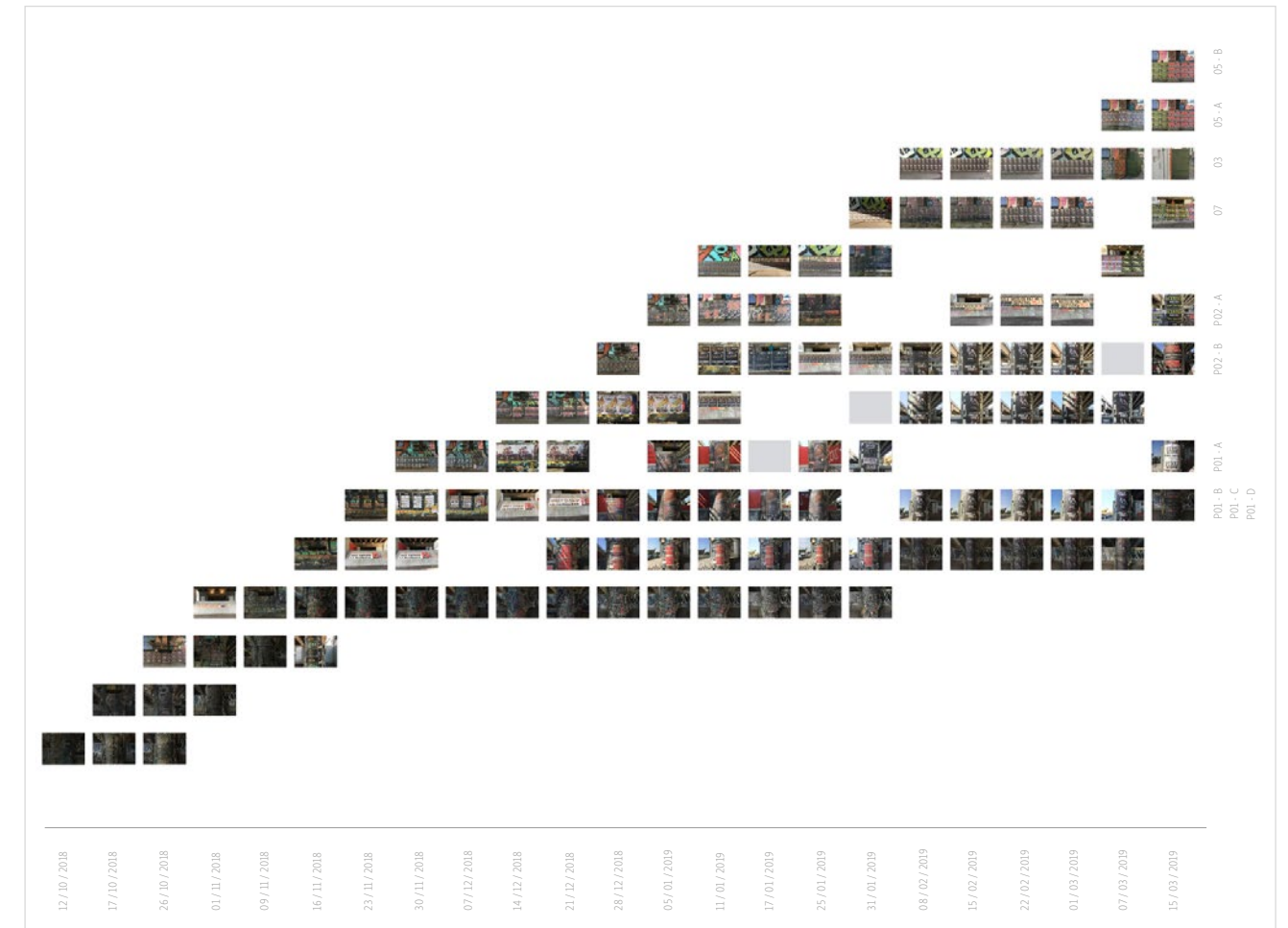


FIG. 7

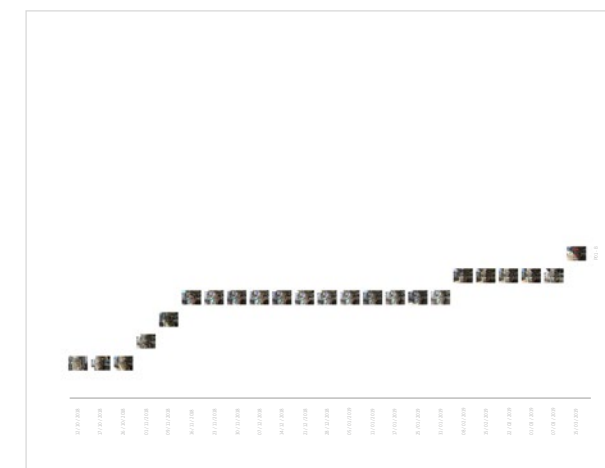


FIG. 8

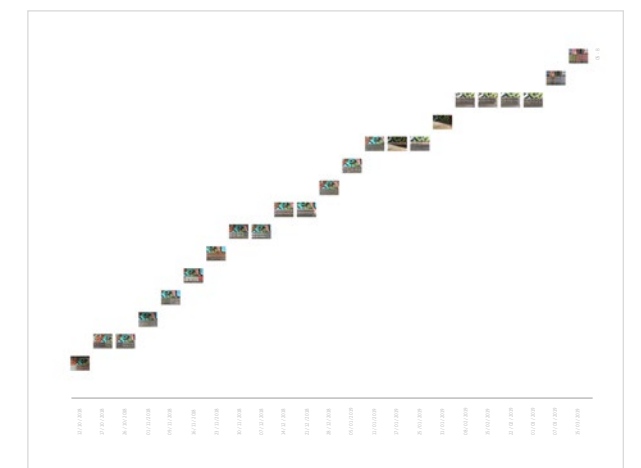
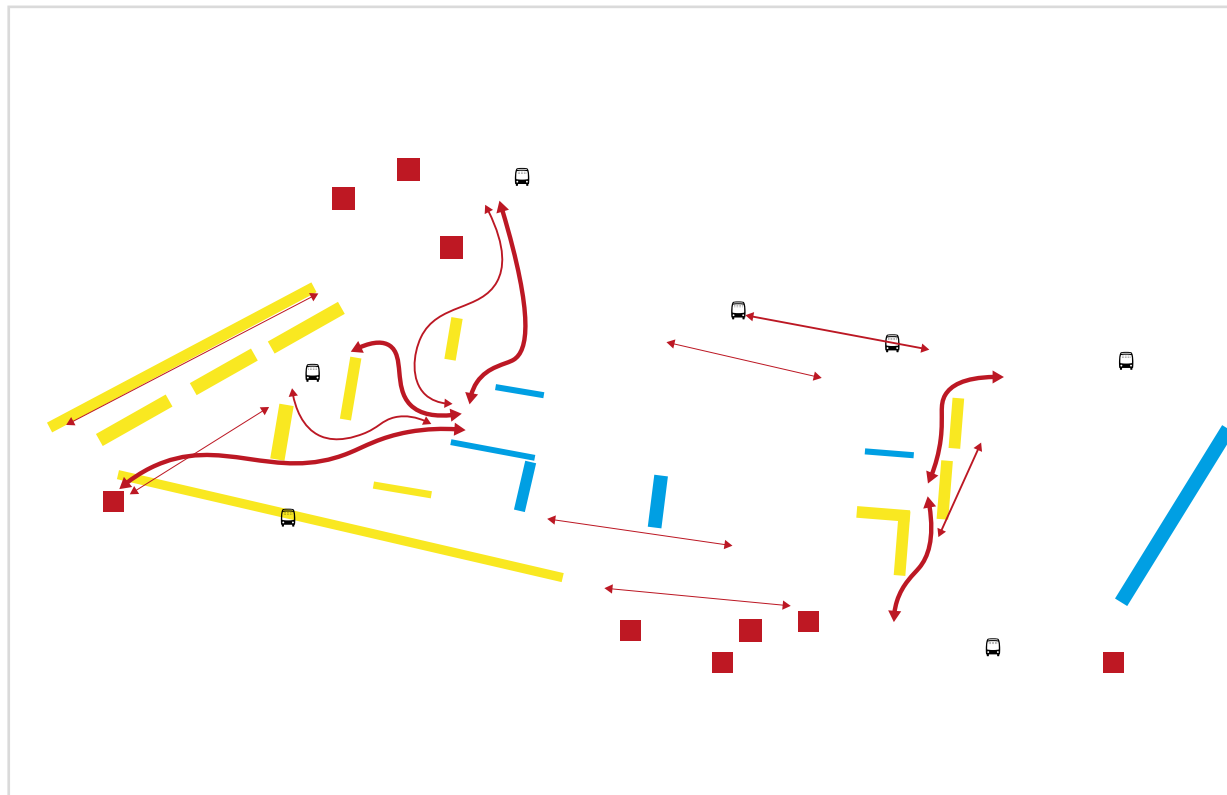


FIG. 9



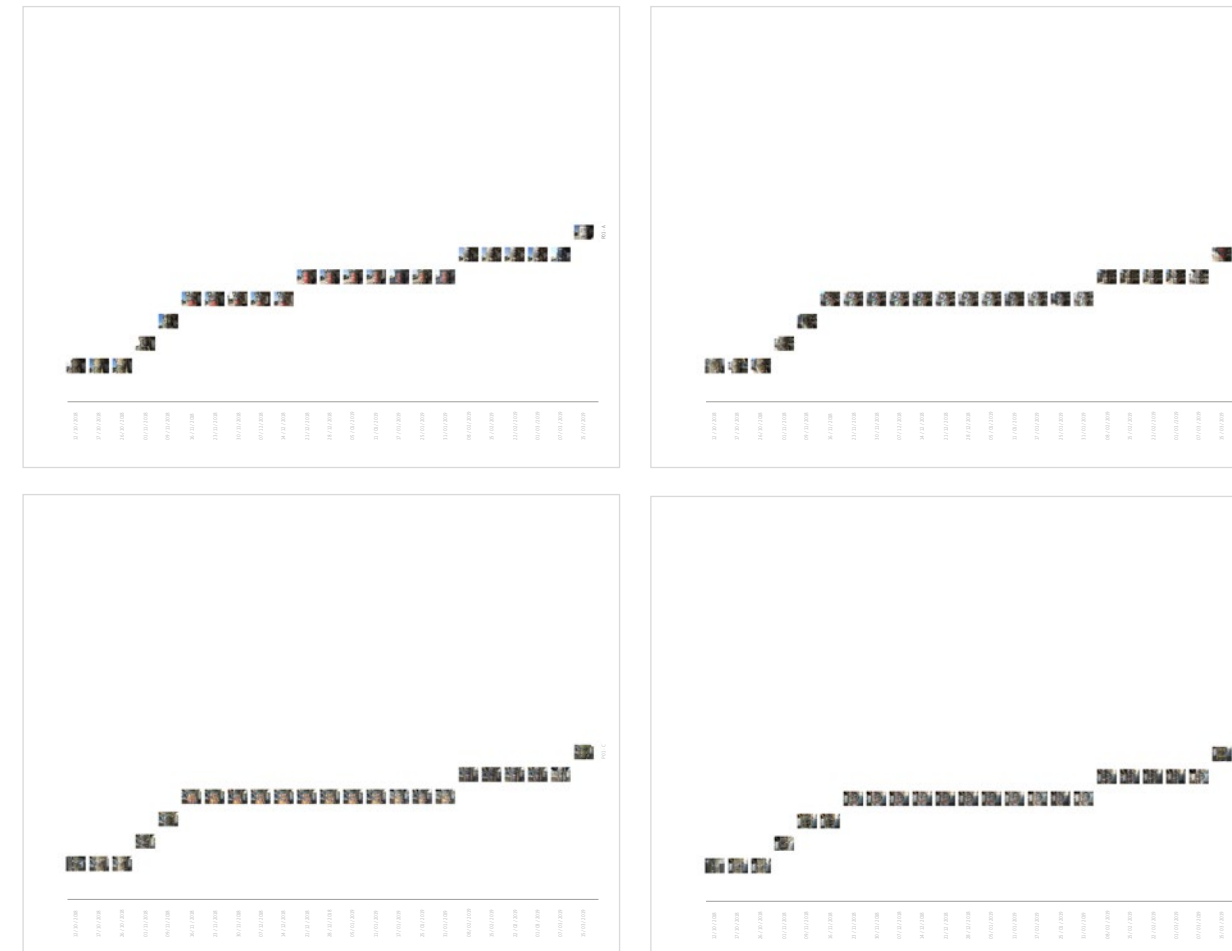
mantenerse sin grandes cambios. Además, cabe mencionar que esta meseta larga que posee, fue un período en que el cartel que allí hubo fue desgarrado y así se mantuvo durante las doce semanas mencionadas hasta que finalmente se cubrió con un nuevo cartel.

El contraste entre estos dos casos, y del resto de puntos observados durante estos meses, deriva de inmediato en la búsqueda de un por qué respecto a esta diferencia de ritmos entre las distintas zonas. No obstante, la respuesta a esta pregunta conjugar distintas variables según sea el caso, las cuales permiten entregar una visión más clara del motivo de por qué hay sectores más activos que otros a pesar de todos encontrarse en una estructura que a simple vista pareciera funcionar en conjunto.

a. Ubicación

Si revisamos la FIG. 9, la cual corresponde a una simplificación del mapa con capas mostradas página atrás, se aprecia cómo los tránsitos humanos se condicen con los sectores donde existen carteles (marcas en amarillo). Pero no solo eso, al observar los diagramas de evolución de cambios versus los flujos, existe relación entre los sectores que más cambios tienen y aquellos con mayor observadores a lo largo del día. Aparentemente existe cierta noción de cuáles son las mejores zonas o aquellas más efectivas para el

FIG. 10



objetivo comunicacional del cartel. Es decir, los carteles están en el lugar que están precisamente porque aseguran cierta visibilidad de los fugaces transeúntes que van del metro a la micro o viceversa. En ese sentido, no sólo las vías donde pasan los transeúntes son relevantes, si no que también son puntos álgidos aquellos donde se acumulan personas. Como ya es sabido, existe un solo paradero dentro de la estructura, el cual se encuentra en lado de Av. Macul y frente a él, un muro lleno de carteles de lado a lado (05 en el mapa y diagramas). Aquella circunstancia en la que observadores deben permanecer en el paradero largos minutos esperando por transporte, hace que este muro sea el punto que más cambios posee a lo largo de la muestra.

Por lo tanto, a mayor tránsito o mayor concentración de personas y factibilidad de que estas personas puedan ver los carteles, los carteles parecen ser cambiados con mayor frecuencia. Es relevante que estos sean visibles con facilidad, ya que si tomamos como ejemplo lo que sucede por el lado de Av. Departamental, donde si bien hay un gran flujo de personas, y pilares y muros con carteles, su recambio no tiene un ritmo tan elevado, puesto que

los vendedores callejeros de aquella zona utilizan los pilares que hay como soporte para sus tiendas, haciendo que se pierdan entre carros y carpas. Además, en este lado de la estructura el trayecto de los paraderos a la entrada del metro es mucho más corta que por el lado de Av. Macul, por lo que responde a un ritmo completamente diferente.

Otro aspecto a tener en cuenta es que los puntos con carteles aledaños entre sí tienden a funcionar a ritmos similares. Ejemplo de esto son los diversos grupos de pilares o las partes del muro largo de Av. Macul mencionado anteriormente, los cuales comparten un mismo ritmo. Si observamos los diagramas del grupo de pilares PO1 (FIG. 10), se aprecia como los cuatro tienen largas mesetas de inactividad y tienden a cambiar al mismo tiempo. No obstante, el pilar A, a diferencia de los B, C y D, tiene un cambio más. Quizás en el período de tiempo observado no es gran disparidad, pero lo más probable es que en un lapso mayor de muestra esta diferencia aumente poco a poco. Esto se debe a que el pilar A, es aquel que queda junto a la vereda de Av. Américo Vespucio, es decir, está expuesto por completo a la mano humana y a las inclemencias del tiempo, puesto que la pasarela de la autopista no alcanza a cubrirlo como a aquellos que están más hacia adentro de la estructura. Esto se infiere debido a que precisamente el cambio extra que tiene el pilar A es debido a que sus carteles fueron rasgados por acción humana.

Por lo tanto, la ubicación que se escoge para adherir carteles dentro de la estructura puede determinar qué tanto será visto y por cuánto tiempo permanecerá por sobre el resto de capas.

b. Época del año

Los ritmos de la ciudad van variando a lo largo del año por influencia de diversos factores, por ejemplo las estaciones del año, así como también los feriados y festividades. Eventualmente estos ritmos pueden impactar en la realización de eventos, ya sea porque hay menos gente en la ciudad o por la falta de disposición por parte de este público a salir. Si bien 23 semanas de observación no se condice con la escala de lo que pueda ocurrir durante un año completo, o del tiempo que sea necesario para corroborar si dichas situaciones se vuelven recurrentes año a año; sí se tuvo al menos la posibilidad de presenciar qué ocurrió durante las semanas de verano en que la ciudad suele encontrarse con menos gente de la habitual y el ritmo de Santiago tiende a ralentizarse respecto al resto del año.

Las FIG. 11 y 12, corresponden a los dos sectores que mantuvieron una alta frecuencia de cambios a lo largo de la muestra, es decir, “lugares ideales” para pegar carteles según lo visto en el punto

anterior. En amarillo se destaca el período entre los meses de enero y febrero, donde efectivamente es posible observar cierto estancamiento en el ritmo que sostenían hasta antes aquel período. Ambos puntos venían mostrando un ritmo de cambio de una a dos semanas, pero al entrar en la época de verano se detuvieron entre cuatro y tres semanas. De hecho, el sector 5-A, se ve detenido desde una semana antes incluso, es decir, el período entre Navidad y Año Nuevo. Posteriormente, entre el 25 de enero y el 08 de febrero (lapso de tres semanas), retoman su ritmo normal pero vuelven a detenerse durante el resto febrero, como si de cierta manera coincidieran con el recambio de gente que se da entre los balnearios y la ciudad.

Ahora bien, como se mencionó en un principio, esto no resulta nada concluyente puesto que habría que observar la actividad de las zonas expuestas a lo largo de años durante los períodos estivales y feriados, pero sí es un factor a tener en cuenta a la hora de hablar de los ritmos de los carteles respecto al flujo de la ciudad, ya que el hecho de que haya menos gente dentro de Santiago impacta respecto a los panoramas que tienen lugar durante los meses de verano o feriados. Así como también está el factor económico que impacta con la existencia de estos lapsos dentro del año que hacen que las personas gasten dinero en viajes más que en los panoramas que se exhiben en los carteles.

c. Interferencias y contexto del lugar

Durante las semanas que se observó la estructura de Metro Macul, no solo la acumulación de carteles quedó en evidencia, sino que también fue posible notar los usos que se le da a este amplio espacio que en la práctica parece ser tierra de nadie. Estos usos o apropiaciones, se dan desde dos veredas: la informalidad y la legalidad. Los primeros corresponden a apropiaciones espontáneas, del ámbito de la *post-it city*, mientras que los segundos vienen de

FIG. 11

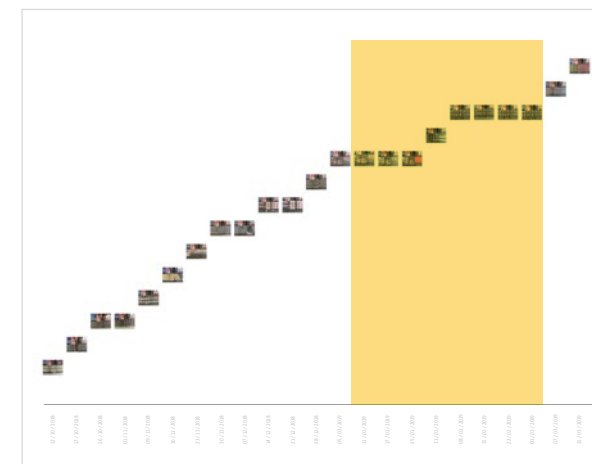
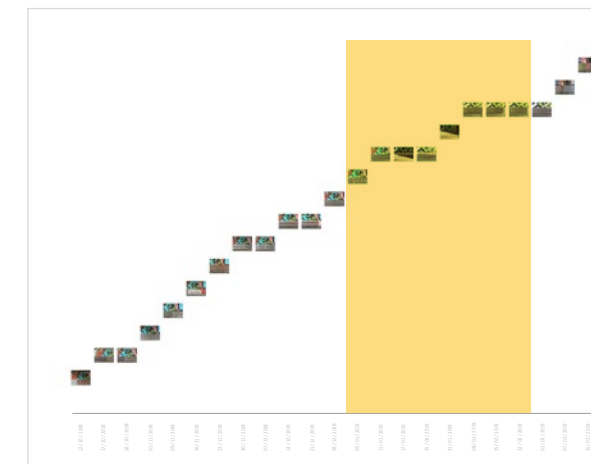


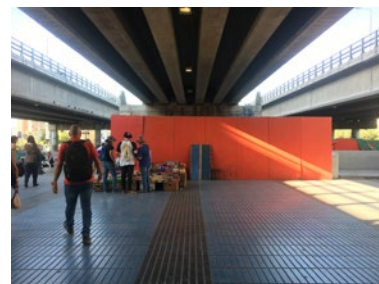
FIG. 12



la mano de la institucionalidad que tiene presencia en el lugar, en este caso: Metro de Santiago o de alguno de los tres municipios que convergen en aquel punto de la ciudad.

Las apropiaciones informales, en primer lugar, son aquellas que vienen de la mano del cotidiano y que en el sector se trata en su mayoría de comercio callejero. Este tipo de uso del espacio es el más evidente, ya que precisamente vive del llamar la atención de quienes transitan por el lugar (especialmente durante los períodos de hora punta). Siempre hay algo que vender y siempre hay gente fluyendo, por lo que en verdad el comercio florece con facilidad. Respecto a esto, el lado de Av. Departamental es el mejor exponente ya que a diferencia de su contraparte, donde los vendedores van rotando con las horas del día, en este lado son permanentes. De este modo, pareciera estar dividido el espacio por medio de un acuerdo tácito entre vendedores, sustentado en los pilares que elevan la autopista y el metro. Pilares con carteles que quedan en segundo plano, en los cuales la lectura de las piezas gráficas se ve completamente mermada por la presencia de estructuras y personas que los cubren. Algo similar queda en evidencia al observar la línea de tiempo del pilar P02-A, el cual en tres ocasiones a lo largo de la muestra fue cubierto por un vendedor informal que lo utilizó como parte de su improvisada tienda.

Por otra parte, las apropiaciones bajo el alero de la legalidad también entregaron situaciones de interferencia en la lectura de carteles, así como también interferencia en los flujos de las personas. La primera de estas situaciones, corresponde a unos arreglos que Metro de Santiago realizó en las escaleras de acceso a la estación. Debido a ello, se construyó una estructura de cuatro paredes pintada de rojo que ocultó el trabajo que se estuvo haciendo. De este modo, a lo largo de varias semanas durante el verano se vio esta estructura roja trasladarse de un lado a otro en función de la sección escalera que se deseara refaccionar. Esto quedó en evidencia en las fotografías tomadas desde la salida hacia Av. Macul, donde se ven estas estructura cambiar de posición y con ello interferir en los flujos usuales de los transeúntes, y, por ende, en el valor y visibilidad de ciertos puntos de la estructura para pegar carteles. Dentro de esta misma línea, la otra apropiación se que



dió, también por la salida de Av. Macul, fue la instalación de una caseta para la venta de permisos de circulación por parte de la comuna del mismo nombre a finales de febrero y que comenzó sus funciones a inicio de marzo. Lo interesante en este caso fue que no solo se habilitó el punto de venta, sino que antes de ello, se limpió todo lo que había alrededor de la zona escogida para su colocación, carteles incluidos; como si aquella pequeña acción fuera una forma de mostrar que la institución se hace cargo de mantener el orden, a pesar que el resto de la estructura seguía cubierta de carteles en los muros, basura en los rincones y palomas en las vigas de concreto.

Tras revisar estas tres variables que se encargan de manejar el ritmo y la posición de los carteles a lo largo del lugar, es posible entender cómo la utilización de la estructura y las interacciones que estos usos generan es lo que va marcando la pauta a la hora de intentar comprender por qué los carteles están donde están. Pues claro, a fin de cuentas los carteles constituyen el reflejo de lo que ocurre en el lugar: marcan las vías más utilizadas y observadas por los peatones, las zonas en las que surgen apropiaciones e incluso el límite entre “la tierra de nadie” y la institucionalidad, lo cual es una línea bastante difusa en este punto de la ciudad. No obstante, como ya sea ha visto, al hablar de “ritmo” es imposible dejar la variable tiempo de lado, la cual también evidencia el tiempo que transcurre, pero no de manera lineal como se ha estado revisando hasta hora, sino que en forma de capas de papel sobre los muros.

Capas, el tiempo acumulado

Lo que en los diagramas del punto anterior se presentó como cambios de posición dentro de un eje x y un eje y, en el mundo real son capas de carteles superponiéndose una sobre otra a lo largo del tiempo. Este cúmulo de pliegos asentados con pegamento forman verdaderas costras de imágenes que toman la forma y dimensión de las superficies en que son adheridas y permanecen allí hasta que encuentran su fin por medio de la acción humana al ser desgarrados o extirpados de los muros. Otras veces ocurre que es el peso que adquieren dichas costras



IMG 53. Caseta de venta de permisos de circulación de la comuna de Macul. Sector Av. Macul. Fotografía propia, 01-03-2019.

IMG 54 a 58: Serie de fotografías desde la salida del metro a Av. Macul, durante el mes de enero de 2019, en la cual se evidencia la itinerancia de los trabajos entre cuatro paredes en las escaleras. Fotografías propias. Fechas de izq. a der.: 5, 11, 17, 25 y 31-01-2019.

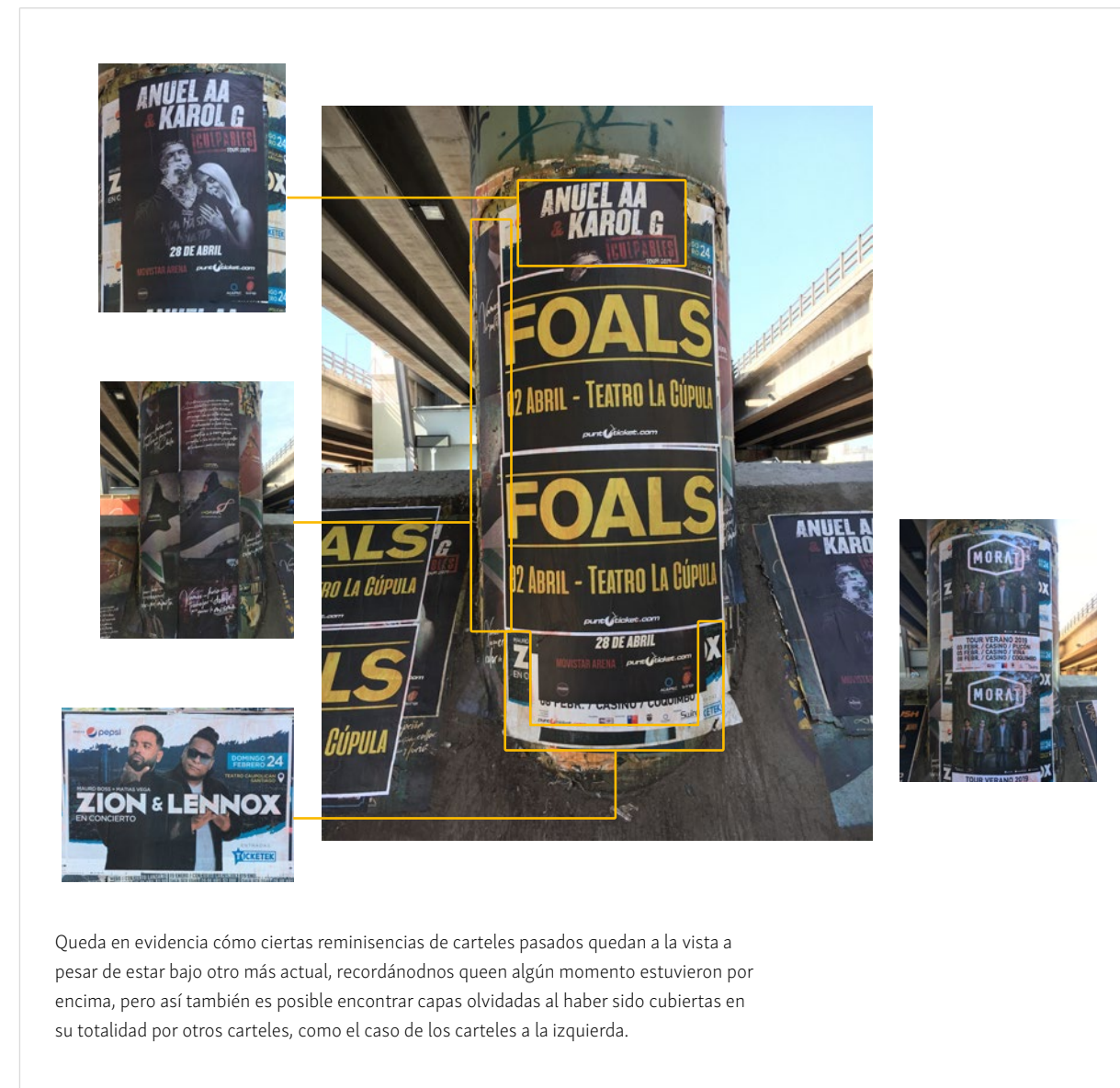
de carteles a lo largo del tiempo el cual hace lo suyo y termina por echarlos abajo. De cualquier forma, este ciclo de vida es el que hace que los carteles, como aviso publicitario, sean efímeros, pero que como objeto permanezcan en la epidermis de la ciudad a pesar que su mensaje haya caducado. Esta caducidad puede venir desde la ocurrencia dos sucesos distintos. El primero, y no tan común según lo observado, es que el cartel anuncie un evento que ya tuvo lugar. Esto ocurre principalmente cuando los carteles son pegados en fechas próximas al evento que se pretende publicitar, por lo que su vida útil se acorta. El segundo suceso, aquel que ocurre con más frecuencia, es cuando son cubiertos por un nuevo cartel. En el momento en que se cubre un aviso ya existente con uno más actual, el anterior queda de inmediato en el olvido y, en este sentido, la memoria de la ciudad es frágil.

Si se observa la FIG. 13, es posible comprender esta dinámica de superposición y olvido de los carteles, en la que aún es posible ver ciertos resquicios de aquellos que anteriormente fueron primera capa, pero ahora convertidos en trozos de colores y palabras cortadas que perdieron sentido. La fotografía en grande es el pilar P02-D, en la última semana de registro, y a partir de ello se hace el viaje hacia atrás mediante el reconocimiento de los esbozos de carteles que se alcanzan a ver. Este ejercicio muestra cómo el cúmulo de carteles sobre el pilar constituye un registro de lo que hubo allí durante las semanas anteriores, pero en forma de pistas que son acalladas por el cartel superior. De hecho solo se encuentran marcadas aquellas capas que ven y se reconocen, ya que entre ellas hubo una que fue tapada por completo y solo fue posible “recordarla” al revisar el archivo fotográfico en busca del registro de las otras.

Por otra parte, si las capas son olvido al acumularse, también pueden ser recuerdo al ocurrir el proceso inverso. Al desgarrar una sección de carteles, o ver lo que hay debajo de una pila que se está derrumbando, reaparecen trozos de imágenes que habían sido cubiertas, de eventos que ya tuvieron lugar, rostros de artistas que pasaron por la ciudad o que solo dieron un show en el país el cual fue tan publicitado que con solo ver un resquicio del cartel es posible recordar el momento en que se hablaba de tal evento. Esto por supuesto puede variar con la relación que tenga el espectador con lo que observa, pero de algún modo u otro, el acto de volver a ver estos retazos de carteles pasados se puede considerar una forma de viajar en el tiempo; pero en el tiempo que solo aquel lugar en particular recuerda.

De este modo, cada cartel durante el tiempo que permanece adherido a la pared constituye una unidad de tiempo. Estos lapsos temporales no necesariamente son iguales entre sí por lo visto en

FIG. 13



Queda en evidencia cómo ciertas reminiscencias de carteles pasados quedan a la vista a pesar de estar bajo otro más actual, recordándonos que en algún momento estuvieron por encima, pero así también es posible encontrar capas olvidadas al haber sido cubiertas en su totalidad por otros carteles, como el caso de los carteles a la izquierda.

el punto anterior, pero al fin y al cabo representan una huella del ritmo de la ciudad. Es tiempo tangible. En ese sentido, el grosor de una costra de carteles puede determinar el paso de semanas o meses, e incluso puede ser un ejercicio interesante medir dichas dimensiones para determinar cuánto mide un mes o un año de carteles. Pero no solamente es posible determinar el paso del tiempo en aquel aspecto, sino que también en el deterioro que estas imágenes sufren por todos los factores que implica estar exhibidas en la calle y que paulatinamente las va transformando en basura.

Residuos

Con el correr de las semanas, fue posible observar cómo los carteles aparentemente están hechos para convertirse en residuo.

Quizá ya lo son desde el momento en que son pegados a una superficie, no obstante el papel de bajo gramaje y la tinta barata cedan a todos los efectos de estar expuestos a la intemperie. El brillo de los carteles recién puestos se va apagando a medida que se enfrentan ya sea a la humedad del invierno o al sol del verano que abrasa todo lo que el paso superior de la estación Macul no logra sombrear. Pero no solo el clima, si no que los aspectos anteriormente vistos: peso y acción humana, no tardan en convertir en basura los carteles; y si adheridos a los muros no tienen mucho valor, ya habiendo tocado el suelo esto se reduce a cero. Nada más que desperdicios ante la vista de los transeúntes, quienes incluso añaden sus propios deshechos al pasar.

Por lo ya visto la vida de los carteles es un fugaz esplendor y una larga espera por derrumbarse, deshacerse o ser desgarrado de su lugar, y semana a semana fue posible observar rastros de este ciclo. Cada uno de estos destinos, supone la acción de alguna de las causas ya mencionadas de la transformación del cartel en residuo. El más frecuente, debido más que nada a la instantaneidad de la acción, es el desgarrar. Este destino tiene que ver netamente con el factor humano, mediante el cual carteles enteros o trozos de ellos son arrancados de las superficies. Los motivos pueden variar desde órdenes de alguna de las instituciones que confluyen en el sector, hasta simplemente el ocio que impulsa a romper un objeto que a fin de cuentas no le pertenece a nadie.

Los destinos de derrumbe y deshecho (siempre entendido como lo que se “des-hace”), son a un ritmo mucho más lento, comparado con el anterior, y ambos son fruto del pasar del tiempo. Los derrumbes vienen cuando ya se han acumulado tantas capas, que



IMG 59. Base de pilares, en la que se aprecia el contraste entre carteles nuevos y aquellos deshechos más abajo. Sector salida Av. Macul. Fotografía propia, 12-10-2018.



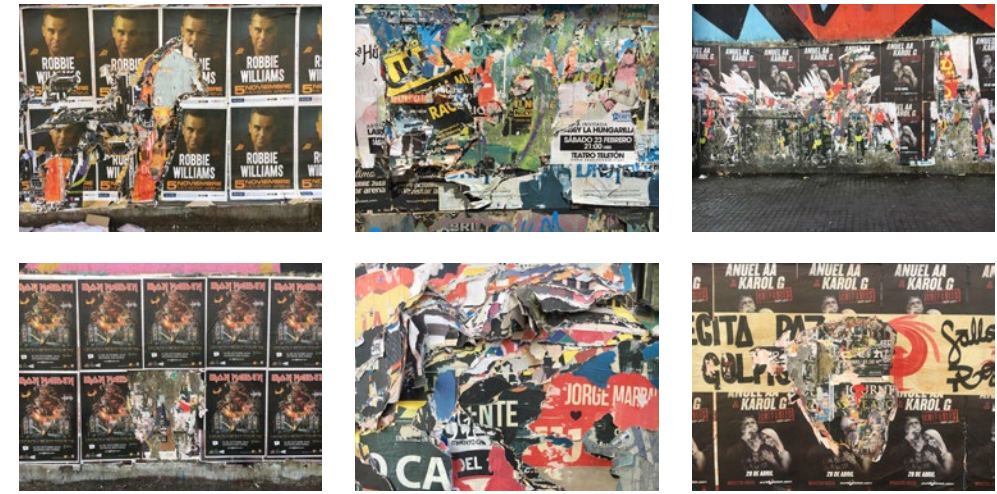
IMG 60. Sección de carteles desprendida del grupo de pilares P03, junto basura que la gente bota a su paso. Sector salida Av. Macul, a un costado del paradero. Fotografía propia, 12-10-2018.

las que se encuentran más abajo comienzan a ceder debido al peso que cargan las capas superiores. Las principales características de esta situación son dos: la primera es que parte de los carteles que están cayendo sigue adherida al muro y, por otra parte, los trozos de carteles que se derrumban son más grandes que los que se sacan desgarrando el papel. No obstante, la lentitud con que se da esto hace que ocurra la eventualidad de que en medio del proceso de derrumbe, una mano humana decida arrancarlo a la fuerza, desgarrando la costra de carteles en vez de dejar que la gravedad la lleve al suelo.

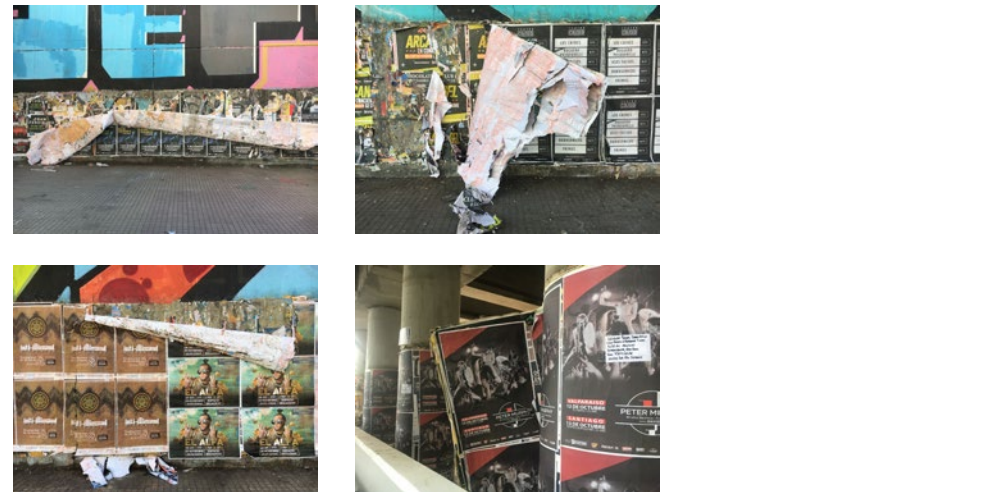
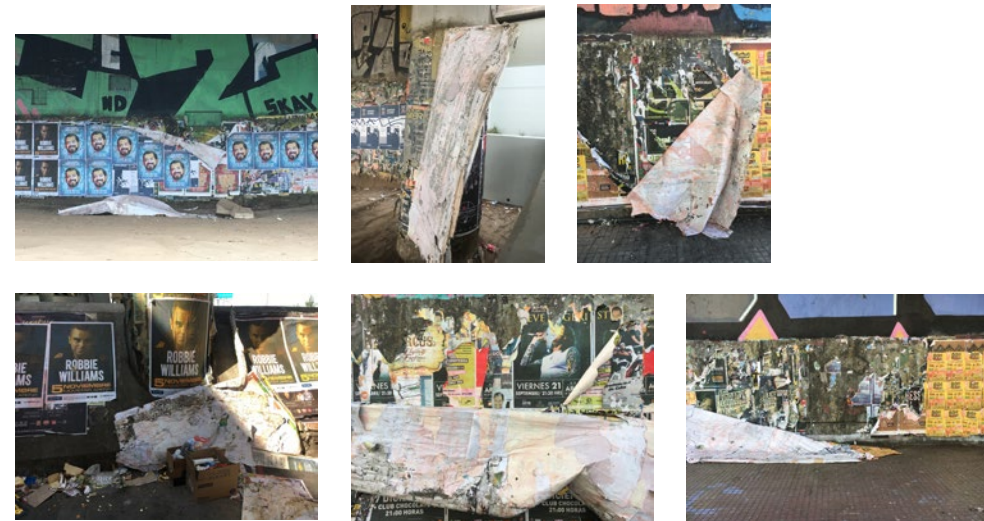
Finalmente, retomando lo expuesto en un principio, la tercera acción que lleva a su fin a los carteles es el deshacerse debido a las condiciones ambientales del lugar donde se encuentren adheridos. Por lo general estos no-lugares se encuentran expuestos por completo a los embates del clima y el caso de la estructura de metro Macul no se excluye de esta situación. Durante el invierno, el paso superior mantiene bajo una húmeda sombra lo que hay bajo él, y durante el verano todo lo que no esté cubierto es abrasado por el sol, que de todos modos alcanza a tocar los pilares que sostienen la estructura al colarse por los espacios entre las calzadas de la autopista y las vías del metro. Ambas condiciones son enemigas de la tinta y el papel. Por una parte la humedad corroe y, por otra, el sol reseca todo a su paso de tal modo que, desteñido, el papel se empieza a confundir con el concreto y se cae a pedazos como si fuera polvo.

Estos tres destinos que acaban con los carteles destruidos y/o ilegibles, fueron observados semana a semana, y a continuación se expone un registro de ellos para ilustrar cada una de dichas situaciones y las diferencias que conllevan.

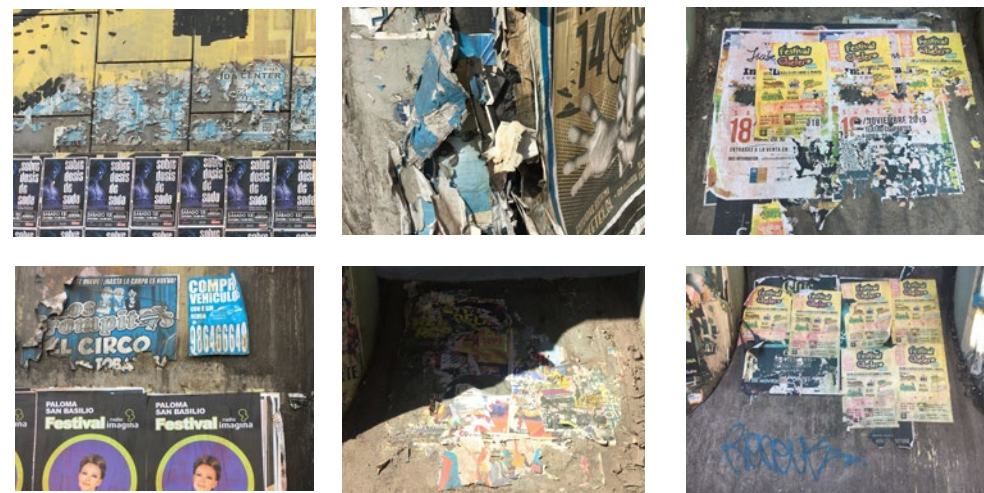
Desgarre

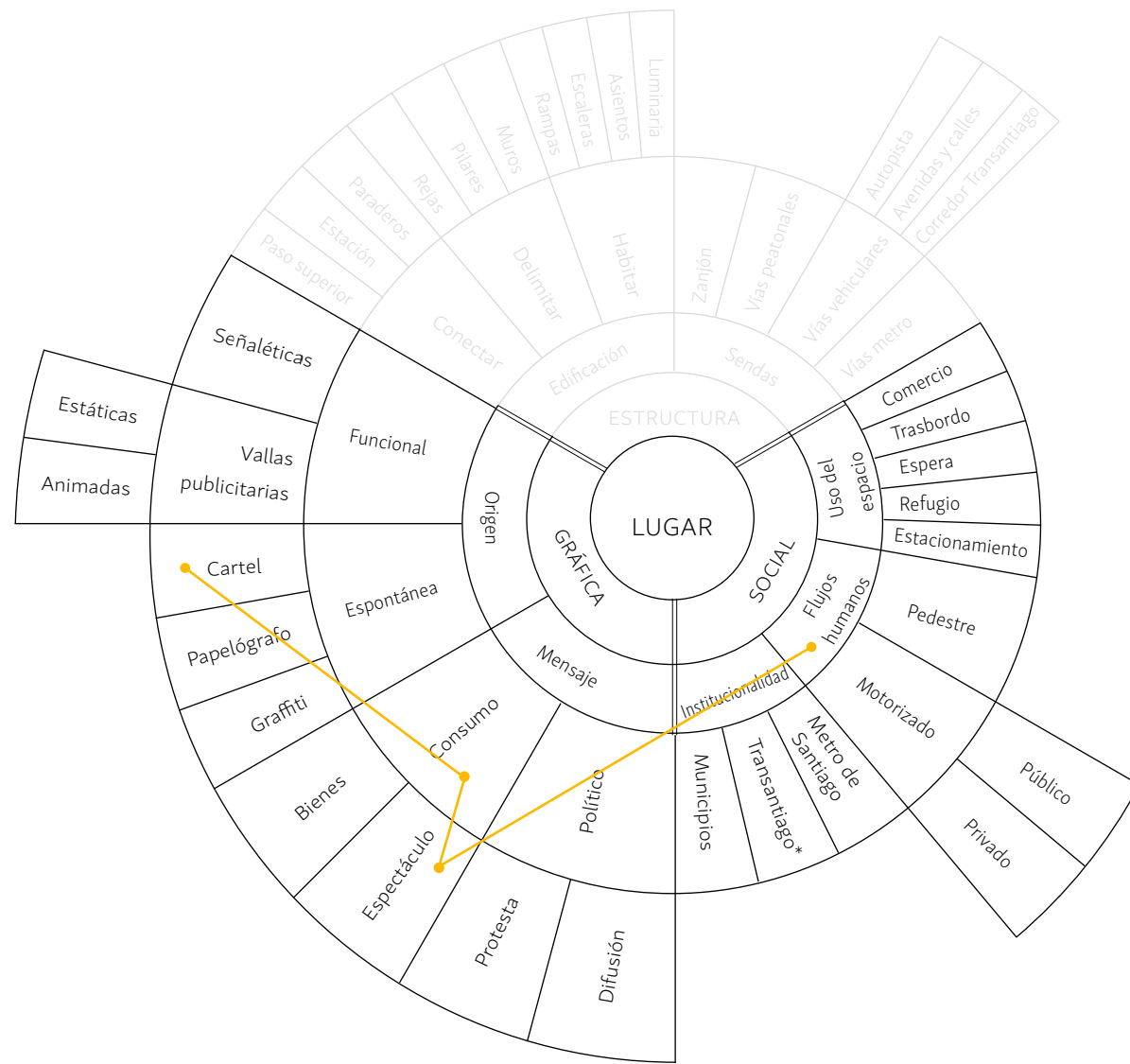


Derrumbe



Deshecho





2.2 Cartelera de ciudad


El espectáculo es el capital en un grado tal de acumulación que se ha convertido en imagen.⁷⁹


Observar el tipo de espectáculos que tienen vitrina en los muros y pilares de Metro Macul puede brindar una claves respecto al público al que apuntan y, por ende, comprender de mejor manera quienes son a grandes rasgos las personas que transitan por este nodo urbano. Datos como locaciones, idioma, genero y precio de los shows que se publicitan, responden a identidades y formas de vivir el ocio, e incluso el tiempo muerto que se pasa en el transporte público. A partir de esto, se presenta a continuación el listado de los carteles vistos a través del trabajo de campo y los datos de sus correspondientes eventos.

KEYWORDS:


- CARTELES
- PERSONAS
- ESPECTÁCULO
- CULTURA DE MASAS


79. DEBORD, G. La sociedad del espectáculo. Valencia: Editions Gallimard, 2010, p. 50.

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: Ríndanse Terrícolas (20 años)	
	ARTISTA(S): Chanco en Piedra	
	NACIONALIDAD: Chilena	LUGAR: Teatro Caupolicán
	IDIOMA: Español	FECHA: 14 / 10 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1994 - presente	PRECIO: \$15.000 a \$35.000
	GÉNERO: Rock / funk-rock	CARTEL VISTO EL: 12 / 10 / 2018


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Presentación	
	NOMBRE: Universal: Comedia para todxs.	
	ARTISTA(S): Pedro Ruminot	
	NACIONALIDAD: Chilena	LUGAR: Teatro Nescafé
	IDIOMA: Español	FECHA: 26 / 10 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2007 - presente	PRECIO: \$6.000 a \$18.000
	GÉNERO: Humor	CARTEL VISTO EL: 12 / 10 / 2018


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Festival	
	NOMBRE: Red Bull Music Festival: Hasta Abajo.	
	ARTISTA(S): Tomasa Del Real, Deltatrón, Mc Bin Laden, Riobamba, Uproot Andy.	
	NACIONALIDAD: Chilena, Brasileña (Mc Bin Laden), Ecuatoriana (Riobamba), Estadounidense (Uproot A.)	LUGAR: Havana Salsa
	IDIOMA: Español	FECHA: 24 / 10 / 2018
	VERSIÓN DEL EVENTO: 1ª	PRECIO: \$10.000
GÉNERO: Urbano	CARTEL VISTO EL: 12 / 10 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Enanitos Verdes	
	NACIONALIDAD: Argentina	LUGAR: Club Chocolate
	IDIOMA: Español	FECHA: 08 / 09 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1979 - 1989, 1992 - presente	PRECIO: \$33.570 a \$55.950
GÉNERO: Rock	CARTEL VISTO EL: 12 / 10 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: 40 años Bauhaus - Ruby Celebration	
	ARTISTA(S): Peter Murphy	
	NACIONALIDAD: Inglesa	LUGAR: Teatro Caupolicán
	IDIOMA: Inglés	FECHA: 13 / 10 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1978 - presente	PRECIO: \$29.000 a \$50.000 + cargo.
GÉNERO: Rock / Gothic Rock	CARTEL VISTO EL: 12 / 10 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: Elvis Crespo Latin America Tour 2018	
	ARTISTA(S): Elvis Crespo	
	NACIONALIDAD: Puertorriqueña	LUGAR: Arena Monticello
	IDIOMA: Español	FECHA: 10 / 11 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1987-presente	PRECIO: \$21.850 a \$73.600 + cargo
GÉNERO: Merengue	CARTEL VISTO EL: 12 / 10 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Robbie Williams	
	NACIONALIDAD: Inglesa	LUGAR: Movistar Arena
	IDIOMA: Inglés	FECHA: 05 / 11 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1990 - presente	PRECIO: \$28.000 a \$147.000
GÉNERO: Pop	CARTEL VISTO EL: 12 / 10 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Festival	
	NOMBRE: Festival Radio Imagina	
	ARTISTA(S): Paloma San Basilio, Leo Dan, Dyango, Franco Simone	
	NACIONALIDAD: Española (San Basilio, Dyango), Argentina (Leo Dan), Italiana (Simone)	LUGAR: Movistar Arena
	IDIOMA: Español	FECHA: 25 / 11 / 2018
	VERSIÓN DEL EVENTO: 1ª	PRECIO: \$33.600 a \$112.000
	GÉNERO: Balada / Romántica	CARTEL VISTO EL: 19 / 10 / 2018

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Presentación	
	NOMBRE: Fuego! Una comedia en llamas.	
	ARTISTA(S): Sergio Freire, Fabrizio Copano, Maly Jorquera	
	NACIONALIDAD: Chilena	LUGAR: Movistar Arena
	IDIOMA: Español	FECHA: 24 / 11 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2005 - presente (Freire), 2003 - presente (Copano), 2004-presente (Jorquera)	PRECIO: \$13.450 a \$38.100
GÉNERO: Humor	CARTEL VISTO EL: 19 / 10 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Soul Asylum	
	NACIONALIDAD: Estadounidense	LUGAR: Teatro Cariola
	IDIOMA: Inglés	FECHA: 27 / 11 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1983 - presente	PRECIO: \$16.000 a \$32.000 + cargo
GÉNERO: Rock Alternativo	CARTEL VISTO EL: 19 / 10 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Evento / Premiación	
	NOMBRE: Copenhague de Oro	
	ARTISTA(S): Diego Torres, Schuster, Andrés de León, Banda Conmoción, Villa Cariño, Melón y Melame	
	NACIONALIDAD: Chilena, Argentina (Diego Torres)	LUGAR: Arena Monticello
	IDIOMA: Español	FECHA: 23 / 11 / 2018
	VERSIÓN DEL EVENTO: 14ª	PRECIO: \$6.187 a \$41.250 + cargo
GÉNERO: Pop	CARTEL VISTO EL: 26 / 10 / 2018	

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Noche de Brujas	
	NACIONALIDAD: Chilena	LUGAR: Movistar Arena
	IDIOMA: Español	FECHA: 30 / 10 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2001 - presente	PRECIO: \$10.100 a \$33.600
GÉNERO: Cumbia / Tropical	CARTEL VISTO EL: 26 / 10 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: Biografías, Isabel Parra & Inti Illimani	
	ARTISTA(S): Isabel Parra, Inti Illimani	
	NACIONALIDAD: Chilena (ambos)	LUGAR: Teatro Corpartes
	IDIOMA: Español	FECHA: 18 / 11 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1957 - presente (Isabel Parra), 1967 - presente (Inti-Illimani)	PRECIO: \$12.000 a \$37.000 + cargo
GÉNERO: Folclore	CARTEL VISTO EL: 01 / 11 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Presentación	
	NOMBRE: Celtic Legends 15th Anniversary Tour	
	ARTISTA(S): Celtic Legends	
	NACIONALIDAD: Irlandesa	LUGAR: Teatro Oriente
	IDIOMA: -	FECHA: 06 y 07 / 11 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2002 - presente	PRECIO: \$28.800 a \$57.500
GÉNERO: Danza	CARTEL VISTO EL: 09 / 11 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Aldea Roja	
	NACIONALIDAD: Chilena	LUGAR: Blondie
	IDIOMA: Español	FECHA: 14 / 12 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2000 - presente	PRECIO: \$3.000 a \$5.000
GÉNERO: Gothic Rock	CARTEL VISTO EL: 09 / 11 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): The Brothers (Tributo a The Beatles)	
	NACIONALIDAD: Argentina	LUGAR: Club Amanda
	IDIOMA: Inglés	FECHA: 08 / 12 / 2018 (Evento cancelado)
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2000 - presente	PRECIO: Sin información
CARTEL VISTO EL: 09 / 11 / 2018	GÉNERO: Rock	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Evento / Feria	
	NOMBRE: Festival Chelero	
	ARTISTA(S): Santa Fera, La Combo Tortuga, La Vinochelapi, Revel Reggae, Sonora 5 Estrellas, El Bloque 8.	
	NACIONALIDAD: Chilena	LUGAR: Sector La Católica, Pirque
	IDIOMA: Español	FECHA: 08 / 12 / 2018
	VERSIÓN DEL EVENTO: 1ª	PRECIO: \$6.000 a \$9.000
GÉNERO: Cumbia / Tropical		CARTEL VISTO EL: 16 / 11 / 2018

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: Fragmentos de Un Sueño	
	ARTISTA(S): Inti Illimani Histórico	
	NACIONALIDAD: Chilena	LUGAR: Teatro Nescafé
	IDIOMA: Español	FECHA: 28 y 29 / 12 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2004 - presente	PRECIO: Sin información
GÉNERO: Folclore		CARTEL VISTO EL: 16 / 11 / 2018


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Oscar D' León.	
	NACIONALIDAD: Venezolana	LUGAR: Arena Monticello
	IDIOMA: Español	FECHA: 17 / 11 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1960 - presente	PRECIO: \$21.850 a \$73.800
GÉNERO: Salsa		CARTEL VISTO EL: 16 / 11 / 2018


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Evento / Fiesta	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): El Alfa	
	NACIONALIDAD: Dominicana	LUGAR: Espacio Broadway
	IDIOMA: Español	FECHA: 30 / 11 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2008 - presente	PRECIO: \$15.000 a \$30.000
GÉNERO: Trap / Dembow		CARTEL VISTO EL: 16 / 11 / 2018


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: Quilapayún Sinfónico	
	ARTISTA(S): Quilapayún	
	NACIONALIDAD: Chilena	LUGAR: Centro de las Artes CA660
	IDIOMA: Español	FECHA: 02 / 12 / 2018 (Evento cancelado)
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1965 - presente	PRECIO: Sin información
GÉNERO: Folclore		CARTEL VISTO EL: 16 / 11 / 2018


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Kevin Johansen + The Nada	
	NACIONALIDAD: Estadounidense - Argentina	LUGAR: Club Chocolate
	IDIOMA: Español	FECHA: 07 / 12 / 2018
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1985 - presente	PRECIO: \$51.750 a \$69.900
GÉNERO: Pop Rock		CARTEL VISTO EL: 16 / 11 / 2018


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Presentación	
	NOMBRE: Sin Miedo	
	ARTISTA(S): Natalia Valdebenito	
	NACIONALIDAD: Chilena	LUGAR: Teatro Caupolicán
	IDIOMA: Español	FECHA: 04 / 01 / 2019
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2004 - presente	PRECIO: \$11.000 a \$38.000
GÉNERO: Humor		CARTEL VISTO EL: 23 / 11 / 2018


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): -	
	NACIONALIDAD: -	LUGAR: Teatro Coliseo
	IDIOMA: -	FECHA: -
	PERÍODO ACTIVIDAD: -	PRECIO: -
GÉNERO: -		CARTEL VISTO EL: 23 / 11 / 2018


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Evento / Feria	
NOMBRE: Expo Weed			
ARTISTA(S): DrefQuila, Guachupé, Villa Cariño, Quique Neira, Joe Vasconcelos			
NACIONALIDAD: Chilena (todos)		LUGAR: Parque O'Higgins	
IDIOMA: Español		FECHA: 30 / 11 / 2018 y 01 y 02 / 12 / 2018	
VERSIÓN DEL EVENTO: 7ª		PRECIO: \$11.000	
GÉNERO: -		CARTEL VISTO EL: 30 / 11 / 2018	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
NOMBRE: -			
ARTISTA(S): Ha*Ash			
NACIONALIDAD ARTISTA(S): Estadounidense		LUGAR: Arena Monticello	
IDIOMA: Español		FECHA: 15 / 02 / 2019	
PERÍODO ACTIVIDAD: 2002 - presente		PRECIO: \$36.800 a \$161.100	
GÉNERO: Pop		CARTEL VISTO EL: 14 / 12 / 2018	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
NOMBRE: Legacy of the Beast Tour '19			
ARTISTA(S): Iron Maiden			
NACIONALIDAD: Británica		LUGAR: Estadio Nacional	
IDIOMA: Inglés		FECHA: 15 / 09 / 2019	
PERÍODO ACTIVIDAD: 1975 - presente		PRECIO: \$24.150 a \$102.350	
GÉNERO: Metal		CARTEL VISTO EL: 14 / 12 / 2018	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
NOMBRE: F. A.M.E Tour			
ARTISTA(S): Maluma			
NACIONALIDAD: Colombiana		LUGAR: Movistar Arena	
IDIOMA: Español		FECHA: 10 / 05 / 2019	
PERÍODO ACTIVIDAD: 2010 - presente		PRECIO: \$20.700 a \$103.500	
GÉNERO: Reggaetón		CARTEL VISTO EL: 14 / 12 / 2018	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
NOMBRE: -			
ARTISTA(S): La Húngara			
NACIONALIDAD: Española		LUGAR: Teatro Teletón	
IDIOMA: Español		FECHA: 23 / 02 / 2019	
PERÍODO ACTIVIDAD: 2001 - presente		PRECIO: Sin información	
GÉNERO: Pop		CARTEL VISTO EL: 14 / 12 / 2018	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
NOMBRE: -			
ARTISTA(S): Victor Manuelle			
NACIONALIDAD: Puertorriqueña		LUGAR: Arena Monticello	
IDIOMA: Español		FECHA: 13 y 15 / 12 / 2018 (Reprogramado al 04 / 05 / 2019)	
PERÍODO ACTIVIDAD: 1985 - presente		PRECIO: \$26.450 a \$86.250	
GÉNERO: Salsa		CARTEL VISTO EL: 14 / 12 / 2018	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Evento / Fiesta	
NOMBRE: Cosmic Año Nuevo 2019			
ARTISTA(S): Franco El Gorila, DJ Dasten (principales)			
NACIONALIDAD: puertorriqueña, colombiana		LUGAR: Teatro Teletón	
IDIOMA: Español		FECHA: 01 / 01 / 2019	
VERSIÓN DEL EVENTO: 1ª		PRECIO: desde \$15.000	
GÉNERO: -		CARTEL VISTO EL: 21 / 12 / 2018	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Evento / Feria	
NOMBRE: Comic-Con Chile			
ARTISTA(S): -			
NACIONALIDAD: -		LUGAR: Espacio Riesco	
IDIOMA: -		FECHA: 07, 08 y 09 / 06 / 2019	
VERSIÓN DEL EVENTO: 9ª		PRECIO: \$14.448 a \$42.560	
GÉNERO: -		CARTEL VISTO EL: 21 / 12 / 2018	


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Cine	
	NOMBRE: Dragon Ball Super Broly	
	SAGA: Dragon Ball Super	
	ORIGEN: Japón	LUGAR: -
	IDIOMA: Español (original japonés)	FECHA: 10 / 01 / 2019 (Estreno)
	PERÍODO DE EMISIÓN: -	PRECIO: -
	GÉNERO: Animé	CARTEL VISTO EL: 05 / 01 / 2019


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Franco Simone	
	NACIONALIDAD: Italiana	LUGAR: Enjoy Santiago
	IDIOMA: Español	FECHA: 15 / 02 / 2019
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1972 - presente	PRECIO: \$22.400 a \$67.200
	GÉNERO: Pop	CARTEL VISTO EL: 31 / 01 / 2019


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Rafa Rioz (principal), Öxa, Gery	
	NACIONALIDAD: Chilena (todos)	LUGAR: Sala SCD Egaña
	IDIOMA: Español	FECHA: 15 / 01 / 2019
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2010 - presente (Rafa Rioz), 2017 - presente (Öxa), 2017 - presente (Gery)	PRECIO: \$3.000
	GÉNERO: Pop	CARTEL VISTO EL: 05 / 01 / 2019


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: Fiesta Nacional	
	ARTISTA(S): Los Autenticos Decadentes	
	NACIONALIDAD: Argentina	LUGAR: Arena Monticello
	IDIOMA: Español	FECHA: 23 / 02 / 2019
	PERÍODO: 1986 - presente	PRECIO: \$34.500 a \$73.600
	GÉNERO: Ska / Fusión	CARTEL VISTO EL: 31 / 01 / 2019


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: Revolution Tour 2019	
	ARTISTA(S): Stone Temple Pilots, Bush	
	NACIONALIDAD: Estadounidense (STP), británica (Bush)	LUGAR: Teatro Caupolicán
	IDIOMA: Inglés	FECHA: 21 / 01 / 2019
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1989 - 2002, 2008 - presente (STP); 1992 -2002, 2010 - presente (Bush)	PRECIO: \$26.450 a \$69.000
	GÉNERO: Rock Alternativo	CARTEL VISTO EL: 11 / 01 / 2019


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: Tour Verano 2019	
	ARTISTA(S): Morat	
	NACIONALIDAD: Colombiana	LUGAR: -
	IDIOMA: Español	FECHA: -
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2015 - presente	PRECIO: -
	GÉNERO: Pop	CARTEL VISTO EL: 31 / 01 / 2018

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Teatro / Festival	
	NOMBRE: Festival Santiago OFF	
	ARTISTA(S): -	
	NACIONALIDAD: -	LUGAR: -
	IDIOMA: -	FECHA: 17 al 26 / 01 / 2019
	VERSIÓN DEL EVENTO: 8ª	PRECIO: -
	GÉNERO: -	CARTEL VISTO EL: 25 / 01 / 2019


	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Zion & Lennox	
	NACIONALIDAD: Puertorriqueña	LUGAR: Teatro Caupolicán
	IDIOMA: Español	FECHA: 24 / 02 / 2019
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2000 - presente	PRECIO: \$15.000 a \$50.000 + cargo
	GÉNERO: Reggaetón	CARTEL VISTO EL: 31 / 01 / 2018


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
NOMBRE: Culpables Tour 2019			
ARTISTA(S): Anuel AA, Karol G			
NACIONALIDAD: Puertorriqueña (Anuel), Colombiana (Karol G)		LUGAR: Movistar Arena	
IDIOMA: Español		FECHA: 28 / 04 / 2019	
PERÍODO ACTIVIDAD: 2010 - presente (Anuel), 2012 - presente (Karol G)		PRECIO: \$20.700 a \$83.950	
GÉNERO: Trap		CARTEL VISTO EL: 08 / 02 / 2019	

		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
NOMBRE: -			
ARTISTA(S): The Adicts			
NACIONALIDAD: Inglesa		LUGAR: Blondie	
IDIOMA: Inglés		FECHA: 10 / 03 / 2019	
PERÍODO ACTIVIDAD: 1975 - presente		PRECIO: \$15.000 a \$25.000 + cargo	
GÉNERO: Punk		CARTEL VISTO EL: 07 / 03 / 2019	

		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
NOMBRE: -			
ARTISTA(S): ABBA The History - A Salute to ABBA (tributo ABBA)			
NACIONALIDAD: Brasileña		LUGAR: Enjoy Santiago	
IDIOMA: Inglés		FECHA: 14 / 02 / 2019	
PERÍODO ACTIVIDAD ARTISTA: 2013 - presente		PRECIO: \$22.000 a \$44.000	
GÉNERO: Pop		CARTEL VISTO EL: 08 / 02 / 2019	

		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Festival	
NOMBRE: Chargola Fuckingfest			
ARTISTA(S): Brujería, Lock Up, Dorso, Exterminio			
NACIONALIDAD: -		LUGAR: Teatro Caupolicán	
IDIOMA: Español		FECHA: 30 / 03 / 2019	
VERSIÓN DEL EVENTO: Sin datos		PRECIO: \$22.000 a \$25.000	
GÉNERO: Metal		CARTEL VISTO EL: 07 / 03 / 2019	

		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
NOMBRE: Quiero Volver Tour			
ARTISTA(S): TINI			
NACIONALIDAD: Argentina		LUGAR: Movistar Arena	
IDIOMA: Español		FECHA: 23 / 06 / 2019	
PERÍODO ACTIVIDAD: 2012 - presente		PRECIO: \$20.700 a \$89.700	
GÉNERO: Pop		CARTEL VISTO EL: 01 / 03 / 2019	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Teatro / Musical	
NOMBRE: Jesucristo Metalstar			
ARTISTA(S): -			
NACIONALIDAD: -		LUGAR: Teatro Teletón	
IDIOMA: Español		FECHA: 19 y 20 / 04 / 2019	
PERÍODO ACTIVIDAD: -		PRECIO: \$10.000 a \$20.000 + cargo	
GÉNERO: -		CARTEL VISTO EL: 07 / 03 / 2018	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Festival	
NOMBRE: Festival de la Salsa			
ARTISTA(S): Havana D' Primera, Alexander Abreu			
NACIONALIDAD: Cubana		LUGAR: Teatro Caupolicán	
IDIOMA: Español		FECHA: 18 / 04 / 2019	
VERSIÓN DEL EVENTO: 1ª		PRECIO: \$36.752 a \$56.678	
GÉNERO: Salsa		CARTEL VISTO EL: 07 / 03 / 2019	


		TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Festival	
NOMBRE: Festival Radio Imagina			
ARTISTA(S): Luz Casal, Ricos y Pobres, Mocedades, Armando Manzanero			
NACIONALIDAD: Española (L. Casal, Mocedades), Italiana (Ricos y pobres), Mexicana (A. Manzanero)		LUGAR: Movistar Arena	
IDIOMA: Español		FECHA: 15 / 06 / 2019	
VERSIÓN DEL EVENTO: 2ª		PRECIO: \$20.200 a \$112.000	
GÉNERO: Balada / Pop		CARTEL VISTO EL: 07 / 03 / 2018	

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Festival	
	NOMBRE: Urban Trap Fest	
	ARTISTA(S): Ceaese, Paloma Mami, Cazzu, Drefquila, Gianluca	
	NACIONALIDAD: Chilena, Argentina (Cazzu)	LUGAR: Teatro Caupolicán
	IDIOMA: Español	FECHA: 01 / 06 / 2019
	VERSIÓN DEL EVENTO: 1ª	PRECIO: \$14.000 a \$25.000 + cargo
	GÉNERO: Trap	CARTEL VISTO EL: 07 / 03 / 2019

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Green Valley	
	NACIONALIDAD: Española	LUGAR: Teatro Teletón
	IDIOMA: Español	FECHA: 30 / 03 / 2019
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2004 - presente	PRECIO: \$16.100 a \$32.200
GÉNERO: Reggae	CARTEL VISTO EL: 15 / 03 / 2019	

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Snow Patrol	
	NACIONALIDAD: Escocesa, Irlandesa	LUGAR: Teatro La Cúpula
	IDIOMA: Inglés	FECHA: 28 / 03 / 2019
	PERÍODO ACTIVIDAD: 1994 - presente	PRECIO: \$36.800
GÉNERO: Rock	CARTEL VISTO EL: 15 / 03 / 2019	

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Foals	
	NACIONALIDAD: Inglesa	LUGAR: Teatro La Cúpula
	IDIOMA: Inglés	FECHA: 02 / 03 / 2019
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2005 - presente	PRECIO: \$34.500
GÉNERO: Indie Rock	CARTEL VISTO EL: 15 / 03 / 2019	

	TIPO DE ESPECTÁCULO: Música / Concierto	
	NOMBRE: -	
	ARTISTA(S): Vicentico	
	NACIONALIDAD: Argentina	LUGAR: Teatro Teletón
	IDIOMA: Español	FECHA: 27 / 03 / 2019
	PERÍODO ACTIVIDAD: 2002 - presente (solista)	PRECIO: \$25.300 a \$92.000
	GÉNERO: Pop	CARTEL VISTO EL: 15 / 03 / 2019

Observaciones generales y datos:

1. El Red Bull Music Festival duró una semana, sin embargo los carteles vistos tenían el setlist del día 24 / 10, por lo que solo se consideró aquella información.
2. Los carteles del Festival Radio Imagina 2018, tenían cuatro versiones: uno con la cara de cada artista. No obstante, solo se colocó uno de ellos, puesto que se contabilizó como un solo evento, a pesar de las variantes del cartel.
3. Las entradas para el concierto de Iron Maiden se comenzaron a vender el 28 de noviembre de 2018 y se agotaron el día 26 de marzo de 2019. Debido a esto, se agregó una nueva fecha en el Movistar Arena para el 14 de octubre. Las entradas del segundo concierto se agotaron en dos horas el día 03 de abril.
4. El concierto de Anuel y Karol G agregó una nueva fecha para el 29 / 04 / 2019.
5. Los conciertos de Green Valley, Snow Patrol, Foals y Vicentico fueron *sideshows* del festival Lollapalooza.

Fuentes de información sobre espectáculos.

<http://rockaxis.com/noticias/chanco-en-piedra-celebrara-en-vivo-los-20-anos-de-rindan-se-terricolas>
<https://www.redbull.com/cl-es/music/events/red-bull-music-festival-santiago-hasta-abajo>
<https://www.futuro.cl/2018/08/peter-murphy-regresa-a-chile-celebrando-los-40-anos-de-bauhaus/>
<https://www.puntoticket.com/robbie-williams>
<https://teatro-nescafe-delasartes.cl/pedro-ruminot-universal/>
<http://www.parlante.cl/enanitos-verdes-regresa-con-show-intimo-en-club-chocolate/>
<https://granarenamonticello.cl/show/elvis-crespo-latin-america-tour-2018/>
<https://www.puntoticket.com/evento/Festival-Radio-Imagina-Movistar-Arena>
<https://www.puntoticket.com/evento/Fuego-una-comedia-en-llamas-Movistar-Arena>
<https://www.futuro.cl/2018/10/soul-asylum-fija-debut-en-chile-martes-27-de-noviembre-teatro-cariola/>
<https://granarenamonticello.cl/show/copihue-de-oro-2018/>
<https://www.puntoticket.com/evento/Noche-de-Brujas-Movistar-Arena>
<https://www.diarioelpulso.cl/2018/11/07/inti-illimani-presentara-su-exitoso-espectaculo-tributo-a-isabel-parra-en-el-teatro-corpartes/>
<https://www.puntoticket.com/evento/Celtic-Legends-Teatro-Oriente>
<https://www.facebook.com/blondieclub/photos/recitalste-viernes-a-las-2100-hrs-nuestro-esenario-recibe-a-la-banda-dark-wave/2259417227404834/>
<https://www.puntoticket.com/evento/The-Brothers-Beatles-Band-Amanda>
<https://granarenamonticello.cl/show/oscar-d-leon/>
<https://ticketplus.cl/events/el-alfa-en-chile-artista- invitado-la-manta>
<http://www.adnradio.cl/noticias/sociedad/quilapayun-cancela-concierto-sinfonico-en-corpartes/20181126/nota/3829711.aspx>
<http://finde.latercera.com/panorama/sin-miedo-de-natalia-valdebenito-teatro-caupolican/>
<https://granarenamonticello.cl/show/haash/>
<https://www.puntoticket.com/iron-maiden>
<https://www.rockandpop.cl/2019/03/iron-maiden-entradas-agotadas/>
https://www.puntoticket.com/evento/maluma-movistar-arena?gclid=EAlaIQobChMly4CVwd-mj4QIVeIGRCh3jwQ-DEAAYASAAEgL6J_D_BwE
<https://granarenamonticello.cl/show/victor-manuelle/>
<https://www.chilenocturno.cl/event/%E2%98%85-ano-nuevo-%E2%98%85-cosmic-%E2%98%85-teatro-teleton/>
<https://ticketplus.cl/events/comic-con-chile-2019>
<https://www.puntoticket.com/evento/franco-simone-enjoy-santiago>
<https://granarenamonticello.cl/show/los-autenticos-decadentes-unplugged/>
<https://www.agendamusical.cl/todo-listo-para-zion-lennox-en-el-teatro-caupolican-24-de-febrero/>
<https://www.puntoticket.com/anuelaa-karolg>
<https://www.puntoticket.com/tini-movistar-arena>
<https://www.viagogo.com/cl/Entradas-Festivales/Festivales-Internacionales/Festival-de-Salsa-Entradas/E-3536117?qty=0&qty=1>
<http://rockaxis.com/noticias/viva-la-revolucion-adicts-vuelve-chile>
<https://www.theresistance.cl/2019/02/30-de-marzo-chargola-fucking-fest-lock.html>
<https://www.ticketek.cl/jesucristo-metalstar/teatro-teleton>
<https://www.ticketek.cl/urban-trap-fest/teatro-caupolican>
<https://www.puntoticket.com/evento/green-valley>
<https://www.puntoticket.com/evento/snow-patrol-Teatro-la-Cupula>
<http://culto.latercera.com/2019/03/13/vicentico-sideshow-lollapalooza-2019/>

Cultura de masas, cultura de calle

Si la cultura es un hecho aristocrático, cultivo celoso, asiduo y solitario de una interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre. (...) La cultura de masas es la anticultura.⁸⁰

Si bien en la actualidad los primeros carteles que se vieron por la ciudad (los de Chéret, Mucha, así como también los de creación nacional como los de Fauré) han sido salvaguardados bajo la categoría de obras de arte y en ocasiones disponibles para la contemplación de la elite principalmente, no hay que olvidar que al igual que los post-carteles actuales, su función siempre fue la de comunicar al público callejero, es decir, a la masa.

Hablar de cultura de masas puede significar entrar en un debate de juicios de valor sobre lo positivo o negativo que puede implicar, no obstante hay que comprenderla más bien como la democratización de la información ya que “nace en una sociedad en que la masa de ciudadanos participa con igualdad de derechos en la vida pública, en el consumo, en el disfrute de las comunicaciones”⁸¹, y en ese sentido, los carteles han ido de la mano con este fenómeno, siendo fiel reflejo de los espectáculos con los que se alimenta a dicha masa. Debido a ello se entiende que estos espectáculos sean asequibles y en un lenguaje que la masa domine, de tal modo de captar su atención y hacerlos deseables para ellos. Por lo tanto, si se observa la lista de artistas presentada páginas atrás, es fácil percatarse que en general son artistas conocidos, que se han visto en televisión y en medios digitales, algunos incluso que a pesar de ser emergentes (el caso de los artistas del Urban Trap festival, por ejemplo) ya tienen el suficiente público adepto para reconocer su nombre pegado en la calle. Son artistas, eventos y géneros

80. ECO, U. Apocalípticos e integrados. Barcelona: Lumen, 1984, p. 12.

81. Íbid., p. 51.

reconocidos por la masa, de lo contrario la idea de publicitarlos en la vía pública no tendría sentido, y se buscaría un lugar mucho más especializado; fundamentalmente porque este conocimiento que tiene la masa sobre ellos es lo que genera convocatoria y hace que haya gente dispuesta a pagar más de lo que puede por una entrada.

Entonces, ¿qué es lo que está observando la masa?, o mejor dicho, ¿qué es lo que se le está dando para observar mediante los carteles? Lo que le interesa y lo que le identifica, por supuesto, y la respuesta a esto es posible hallarla en el desglose de los datos que se extrajeron de cada artista, de tal modo de entender qué es atrayente para esta masa y así armar una imagen de ella.

Lugares, precios, personas.

Tras organizar los carteles vistos a través de las semanas, es posible apreciar en primera instancia la variedad de locaciones hacia los que apuntan y dirigen a las personas que se interesan por los eventos que promocionan. No obstante, hay tres lugares que concentran la mayor cantidad de eventos, estos son: Teatro Caupolicán (8 eventos), Movistar Arena (8 eventos) y Arena Monticello (6 eventos). Hay varios puntos interesantes respecto a esta tendencia. El primero es que tanto el Teatro Caupolicán, como el Arena Monticello, tienen capacidad para alrededor de 4.000 personas⁸², los cuales están lejos de las 16.000 personas que puede acoger el Movistar Arena. Pero esto comparado con las 50.000 personas de capacidad que tiene el Estadio Nacional aproximadamente, logra poner en perspectiva que los tres lugares anteriormente mencionados parecen ser locaciones para eventos medianos a pequeños, lo cual es la tendencia de los eventos publicitados en Metro Macul puesto que de los 21 lugares mencionados en los carteles, 12 son recintos que pueden albergar menos de 2.000 personas⁸³. En esta misma línea, es posible encontrar solo un evento a realizarse en el Estadio Nacional, recinto que es el que tiene mayor capacidad de todo el resto.

Respecto a los lugares donde se encuentran los recintos registrados, es posible apreciar en la FIG. 14 cómo la mayoría de estos se concentra en la comuna de Santiago Centro, lugar accesible en transporte público así como también en transporte particular. Del mismo modo llama la atención la cantidad de eventos en Arena Monticello, lo cual podría explicarse con la conectividad que existe en la zona con el acceso sur a Santiago que permite un fácil tránsito hacia el empalme con la ruta 5 sur casi a la altura de dicho recinto. También se aprecian un par de eventos en Espacio Broadway y Enjoy Santiago, pero ambos son de difícil acceso puesto que es necesario transporte privado para llegar a ellos (para la gente de La Florida

82. Agenda Musical. Locales de conciertos en Santiago. [En línea] <https://www.agendamusical.cl/venues-santiago-chile/>. Consultado el 16-04-2019.

83. Considerar que a esto se suman 6 recintos con capacidad mayor a 2.000 personas y que hay 3 sin información concisa respecto a su capacidad. Debido a esto, la mayoría de los recintos entra en la cualidad de tener una capacidad menor a 2.000 personas.

FIG. 14

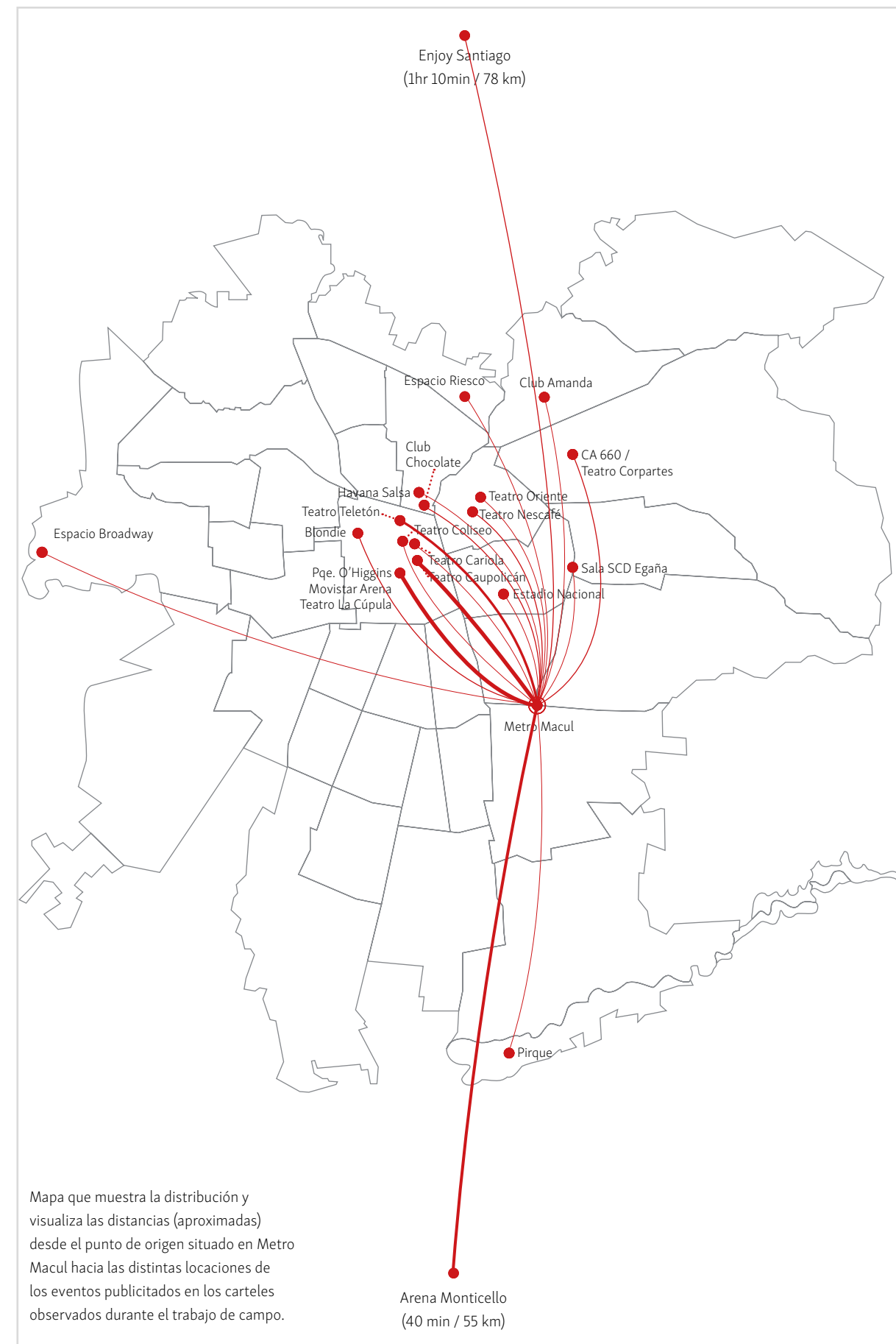


FIG. 15

Recintos registrados, su capacidad y cantidad de eventos que se promocionaron entre octubre 2018 y marzo 2019.

Lugar	Capacidad	Eventos	Lugar	Capacidad	Eventos
Arena Monticello	4.000 personas	6	Parque O'Higgins	Sin información	1
Blondie	1.500 personas	2	Sala SCD Egaña	200 butacas	1
CA 660 / Teatro Corpartes	878 butacas	2	Sector La Católica, Pirque	Sin información	1
Club Amanda	1600 personas	1	Teatro Cariola	1.500 personas	1
Club Chocolate	1.200 personas	2	Teatro Caupolicán	4.500 personas	8
Enjoy Santiago	1.300 personas	2	Teatro Coliseo	2.500 personas	1
Espacio Broadway	12.000 personas	1	Teatro La Cúpula	1.500 personas	2
Espacio Riesco	Sin información	1	Teatro Nescafé	983 butacas	2
Estadio Nacional	50.000 personas	1	Teatro Oriente	900 butacas	1
Havana Salsa	1.200 personas	1	Teatro Teletón	1.800 - 2.000 personas	5
Movistar Arena	12.000 personas	8			

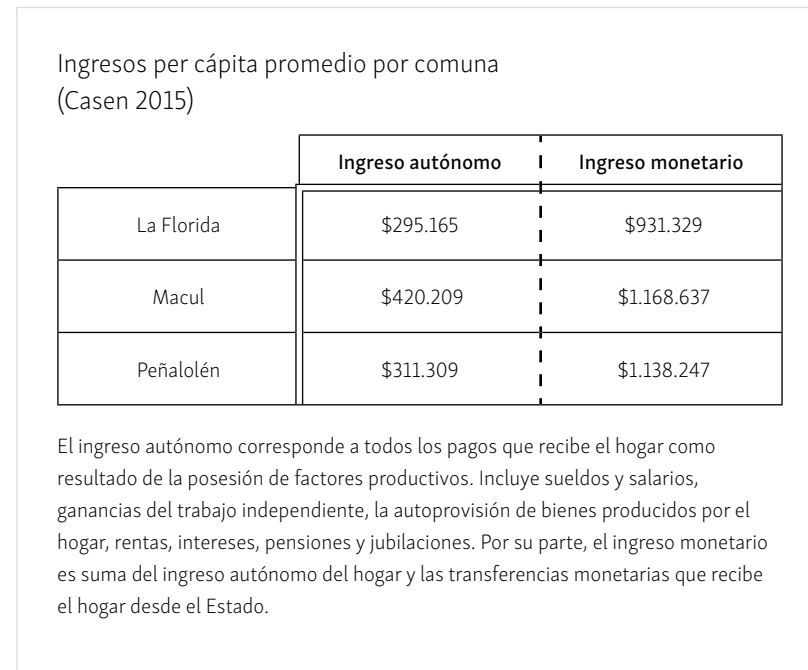
puede resultar más fácil llegar a Pirque, incluso). La cercanía o lejanía del recinto donde se llevará a cabo es un factor relevante a la hora de tomar la decisión de comprar o no una entrada al evento, ya que puede influir en la motivación que posee una persona para asistir, así como también, de manera más directa, en el precio real que tendrá el evento ya que se le suma el gasto que implica el transportarse de un punto a otro.

Sin embargo, en este caso en particular, todos los recintos se encuentran alejados del sector donde se están promocionando sus eventos. Llama incluso la atención que no haya avisos de shows en el Estadio Monumental, lugar que se encuentra a minutos de Metro Macul y dentro del recorrido de varias micros que transitan por Av. Departamental; así como también del Estadio Bicentenario de La Florida, el cual si bien se encuentra en el eje de Vicuña Mackenna (accesible sin problemas vía metro) está de todos modos dentro del sector. Esto puede ser causa de la falta de eventos en dichos recintos, de la promoción mediante otras plataformas, así como también de una selección del tipo de evento que se quiere anunciar y del público a quien se apunta; y hasta cierto punto este fenómeno va en concordancia con la dinámica actual de Santiago que incita a los habitantes de las periferias a movilizarse hacia los centros (comerciales y económicos) para consumir bienes o, en este caso, espectáculos.

El porqué se promocionan ciertos eventos en específico en un lugar en particular, tiene que ver también con un estudio a través del tiempo respecto a qué shows pueden capturar la atención de los transeúntes y que a su vez sean lo suficientemente atractivos para que haya disposición a pagar una entrada para acceder a dicha experiencia. Es primordial que la gente pueda y desee acceder a los espectáculos que se le presentan, de lo contrario no tendría sentido publicitarlos allí. Esto es posible verlo en la diferencia que se puede apreciar con el tipo de evento y artistas que se ven respecto a carteles en otros lugares de la ciudad, pero también se aprecia en el valor de las entradas de los eventos vistos en Metro Macul, el cual en promedio es de \$37.760.

Es aquí donde entra en juego la dicotomía de cuánto vale un espectáculo y cuánto está la persona dispuesta a pagar por ver cierto artista, o cuanto es capaz de pagar en verdad. Se juega con el deseo del pasajero que espera micro, o de aquel que a diario transita por ahí y ve a su artista favorito plasmado por todos los pilares. Se seduce con bandas pequeñas que no se sabe si volverán a tocar, o con mega eventos que prometen ser imperdibles. Dentro de este universo de espectáculos, si bien existen algunos cuyas sus entradas más caras superan los \$100.000, hay que

FIG. 16



IMG 61. Detalle de cartel en que se incita a pagar con una tarjeta de casa comercial para obtener descuento en la entrada del concierto. Cartel de show de Maluma. Fotografía propia. Tomada el 14-12-2018.

considerar que las entradas más baratas a estos mismos rondan los \$20.000 a \$30.000, siendo de todos modos asequibles para los estratos sociales medios, que es a quienes parecen apuntar estos eventos. Esto se puede apreciar a partir de los datos de ingreso promedio entregados en la encuesta Casen 2015 (FIG. 16), donde solo la comuna de Macul supera los \$383.083 promedio de ingresos autónomos de la Región Metropolitana. No obstante, estos montos no consideran el acceso a crédito que poseen los habitantes de estas comunas, es decir, la capacidad de endeudarse para costear un ticket de un evento. Esto además teniendo en cuenta las estrategias de marketing que incentivan el uso de tarjetas de crédito para obtener descuentos o regalías con la compra de la entrada, así como también estrategias de fidelización por parte de las marcas asociadas a los eventos. Sin mencionar el truco, y en cierta medida el auto-engaño de las personas, de poner en perspectiva los precios en cuotas, por lo que costear más de \$100.000 para ir a ver a *Iron Maiden* o *Maluma* en primera fila parece algo completamente factible.

Panoramas

La gama de panoramas que se observan en los carteles evidentemente son variados según la FIG. 17, sin embargo los que destacan por lejos en cantidad son los conciertos. De hecho los espectáculos musicales, ya sean conciertos o festivales, se llevan las dos primeras mayorías en cuanto a cantidad observada con un

total de 41 eventos publicitados del total de 53 vistos, es decir el 77,35%. El resto del total lo comparten presentaciones de artistas (4 eventos), ferias (3 eventos), fiestas (2 eventos), premiación (1 evento), cine (1 evento) y teatro (1 evento). En cierto grado esta tendencia podría condecirse con la cantidad de eventos de cada tipología que hay a lo largo de Santiago, sin embargo debido a la diferencia abismal que existe entre los eventos de música y el resto, hay gran probabilidad que también tenga que ver por cierta preferencia del público a este tipo de espectáculos. Quizás es mucho más fácil vender música que cualquier otro tipo de evento en el contexto de transeúntes yendo y viniendo conectados a sus teléfonos mediante audífonos, en especial con el tiempo de viaje que implica ir desde La Florida o Peñalolén hacia los centros de la ciudad. Por lo tanto tenemos gente que escucha música (ya sea en la radio o mediante streaming) y que se encuentra a diario con carteles invitándolos a comprar entradas para ir a eventos de dicha índole.

Y si en cuanto a tipo de eventos la tendencia es clara, en cuanto al género de estos conciertos también: el pop sobresale entre todo el resto. A ello, le sigue el rock y sus variantes. También es posible ver una variada gama de ritmos bailables como: salsa, merengue, cumbia y reggaetón, que a pesar de no ser muchos, de todos modos están presentes. Por otra parte, en general se observa una cantidad cercana entre artistas nacionales e internacionales, 33 versus 44 respectivamente, esto, incluyendo a cada uno de los artistas que se presentan en los festivales publicitados. Sin embargo si se mira por evento, se observa mayor cantidad de artistas internacionales en solitario o dúo, mientras que los artistas chilenos se reúnen mayoritariamente en las ferias o festivales. Esto netamente tiene relación con un asunto de presupuesto, ya que ambos tipos de eventos necesitan reunir a varios artistas para hacer que el panorama sea llamativo, por lo que la opción más viable es contratar a artistas nacionales o, como en el caso del *Red Bull Music Festival*, traer a artistas quizá no tan conocidos desde el extranjero pero que de todos modos generan convocatoria. En esa línea, los festivales y principalmente las ferias son asunto de cantidad, mientras más gente asista, mejor. De ahí el cruce entre una temática principal y artistas que vayan en la línea de dicha temática (por ejemplo *ExpoWeed*, con *Quique Neira* como invitado musical). No son más que promesas de diversión esperando a que el público les da una oportunidad.

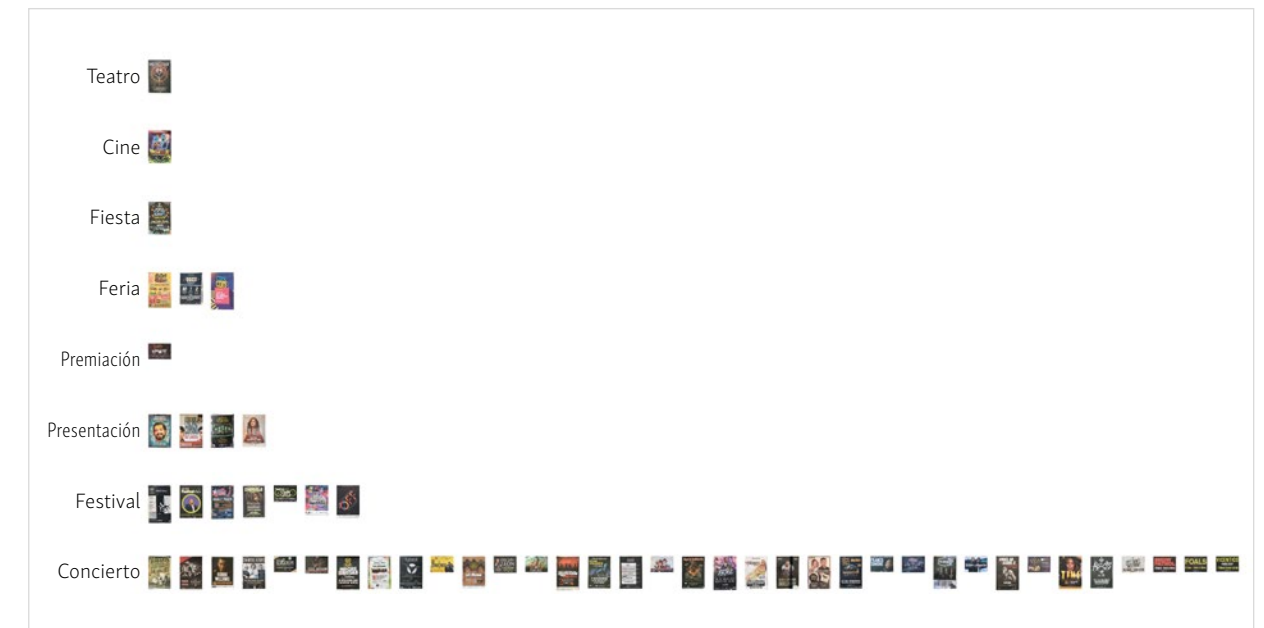
Respecto a las presentaciones de artistas, de las cuatro que se vieron, tres corresponden a humoristas consagrados, con pasado televisivo (incluso los tres han actuado en el festival de Viña del Mar), mientras que el cuarto es un show de danza que apela a su tradición, por lo que aparentemente no hay espacio para figuras

emergentes en aquel ámbito. Todo lo que se anuncia en cuanto a este tipo de artistas, parece necesitar el filtro de la televisión o de los medios digitales; y es que no hay que olvidar que a fin de cuentas en muchas ocasiones los carteles no son más que el residuo de estas grandes campañas publicitarias. Si el transeúnte no lo vió en la televisión, o en algún *ad* en redes sociales, sí o sí estará obligado a mirarlo mientras espera la micro afuera de esta estación de metro.

Dentro de este mismo ámbito de la televisión, fue posible observar un evento que se ha vuelto icónico de la cultura popular: el *Copihue de oro*, premiación del espectáculo al espectáculo en sí mismo. Llama la atención, que con los recursos que manejan los organizadores de la premiación, se haya recurrido al cartel como elemento para publicitarlo. Esto puede ser debido a lo mencionado anteriormente respecto a aquella intención de querer atacar a las personas con información desde todos los flancos posibles, o también puede tener cierta motivación en esta idea de “lo popular” que maneja *La Cuarta* y la noción de un público que quizá no es tan cercano a las pantallas. De una u otra manera, no es casual. Porque aunque muchas veces pareciera serlo, nada es al azar, o al menos hay algunas situaciones que no lo son. Así como en el capítulo anterior se habló de cómo las épocas del año podrían eventualmente influir en el ritmo de recambio de carteles, dentro de esa misma idea lo que sí fue posible evidenciar es que existen ciertos eventos que sólo funcionan en pos de una fecha en particular. Es un fenómeno similar a lo que ocurre con la televisión y las programaciones predeterminadas para festividades, y que hasta cierto punto hacen que el público también esté predispuesto a dicha parrilla de contenido. En relación a esto, antes de comenzar el registro definitivo del sector, durante el mes de septiembre de 2018, se dejaron ver avisos de circos y fondas. Del mismo modo, en la semana previa al Año Nuevo, se encontraron carteles de una fiesta para celebrarlo; así como también llegando marzo, se publicó la versión metal de Jesucristo Superestrella, en miras hacia Semana Santa. Por lo que es claro que la cartelera responde a la dinámica de contenido que se espera para las distintas épocas a lo largo del año, quizá no con el mismo evento año a año, pero sí con eventos afines.

De todos los panoramas observados, llama la atención la nula presencia de publicidad a eventos explícitamente familiares. Quizá las ferias pueden ser una instancia para ello, no obstante en el caso de las tres publicitadas, la *Comic-Con* es la única que podría calificar para ello, pero aún así no es un panorama que plantee desde aquella vereda. El estreno de la película de *Dragon Ball*, también podría considerarse como un panorama infantil debido a que se trata de dibujos animados, no obstante es una saga

FIG. 17



que en la actualidad apela más a la nostalgia que a los nuevos adeptos. Fuera de ello, todos parecen ser panoramas para jóvenes y adultos. Gente que puede costearse sus entradas o tiene medios a los cuales recurrir para hacerlo, así como también gente que no tiene problemas para movilizarse a través de la ciudad por su cuenta. Son panoramas para asistir con amigos, para distenderse de la rutina. Algunos de ellos para pasar todo un día de disfrute, como los festivales y ferias; otros en los que la espera por entrar al recinto va a ser más larga que el evento en sí mismo. Pero en general todos apuntan al compartir. Compartir con la gente que se es conocida, pero también con aquellos con quienes se comparte el espacio público, porque entre la masa que a diario va comprimida dentro del metro como mínimo media hora para llegar a destino y aquella que grita a viva voz el nombre de un artista, no parece haber muchos pasos de diferencia: quizá solo el deseo de ser parte de un espectáculo.

Nostalgia

Los tiempos pasados residen bajo la ilusión de haber sido mucho mejores que el presente, y sin duda alguna la música es uno de los vehículos que puede traer recuerdos de estas épocas que parecen más agradables. En lo que se observa a través de los carteles, el espectáculo apela a esta nostalgia mediante dos vías: con artistas de larga trayectoria o mediante shows de bandas tributo.

FIG. 18



Ejemplos del primer ámbito mencionado hay varios, basta con revisar la FIG. 18 donde se muestran los artistas vistos en los carteles, ordenados por la década en que comenzaron sus carreras, en la cual el rango va desde los años 60 hasta la época actual. Si bien es claro que el sentimiento de nostalgia puede despertarlo cualquier artista, sin importar cuántos años tiene su carrera, el “límite de la nostalgia” aparece de manera difusa en artistas con carreras entre veinte a quince años hacia atrás. Es variable, más que nada dependiendo de la carrera que hayan tenido estos, ya que por ejemplo entre los artistas listados está el caso de *Zion & Lennox* y el fenómeno del “reggaetón antiguo” (aquel que sonaba entre el 2006 y el 2009, aproximadamente) el cual genera nostalgia en el ambiente de las fiestas y cuenta con canciones que son tildadas como “clásicos” con solo diez años de distancia. No obstante, si se establece este límite en veinte años hacia el pasado, esta división abarca la mitad de los artistas vistos en los muros de metro Macul. Esto, sin contar las excepciones de bandas reagrupadas, artistas que provenían de una banda y comenzaron carrera de solistas, o los artistas de festivales; y respecto a este último grupo, hay un caso que resulta emblemático: el festival Radio Imagina. Durante las semanas de registro se vieron los carteles de las dos ediciones de este festival que se han realizado a la fecha, y ambas contaron con artistas de larga trayectoria, todos con carreras que datan entre los años 1960 y 1970; transformándose en una real definición de lo nostálgico, lo cual va en línea con el tipo de contenido que emite dicha estación radial.

Los tributos a grupos emblemáticos de la historia de la música, son otra forma en que la industria del espectáculo trabaja con la nostalgia. En la muestra, se observan dos eventos de esta índole: *ABBA The History* y *The Brothers* (tributo a *The Beatles*). Lo curioso de ambos espectáculos es que no sólo son agrupaciones que simplemente tocan las canciones de las bandas que tributan, como ocurre en muchos casos, sino que también los personifican, es decir, generan una ilusión en todos los aspectos que el show implica. Respecto a esta situación en la cual se está viviendo en una constante tarea de recrear el pasado, Fredric Jameson, en su libro *El Posmodernismo*, menciona que:

“El acercamiento al presente mediante el lenguaje artístico del simulacro o del *pastiche* de un pasado estereotípico dotan a la realidad actual, y a la amplitud de la historia presente, del hechizo y la distancia de un satinado espejismo. (...) lo hace con el fin de demostrar, mediante estas contradicciones internas, la enormidad de una situación en la que parecemos ser cada día más incapaces de crear representaciones de nuestra propia experiencia actual”.⁸⁴

Esto, como si el pasado pareciera mucho más glorioso, más

84. Jameson, F. *El posmodernismo, o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós, 1991, pp. 41-42.

brillante que el propio presente, lo que genera la necesidad por parte de estos grupo de personas de reencarnarlo, así como también por parte del público de revivir estas épocas lejanas.

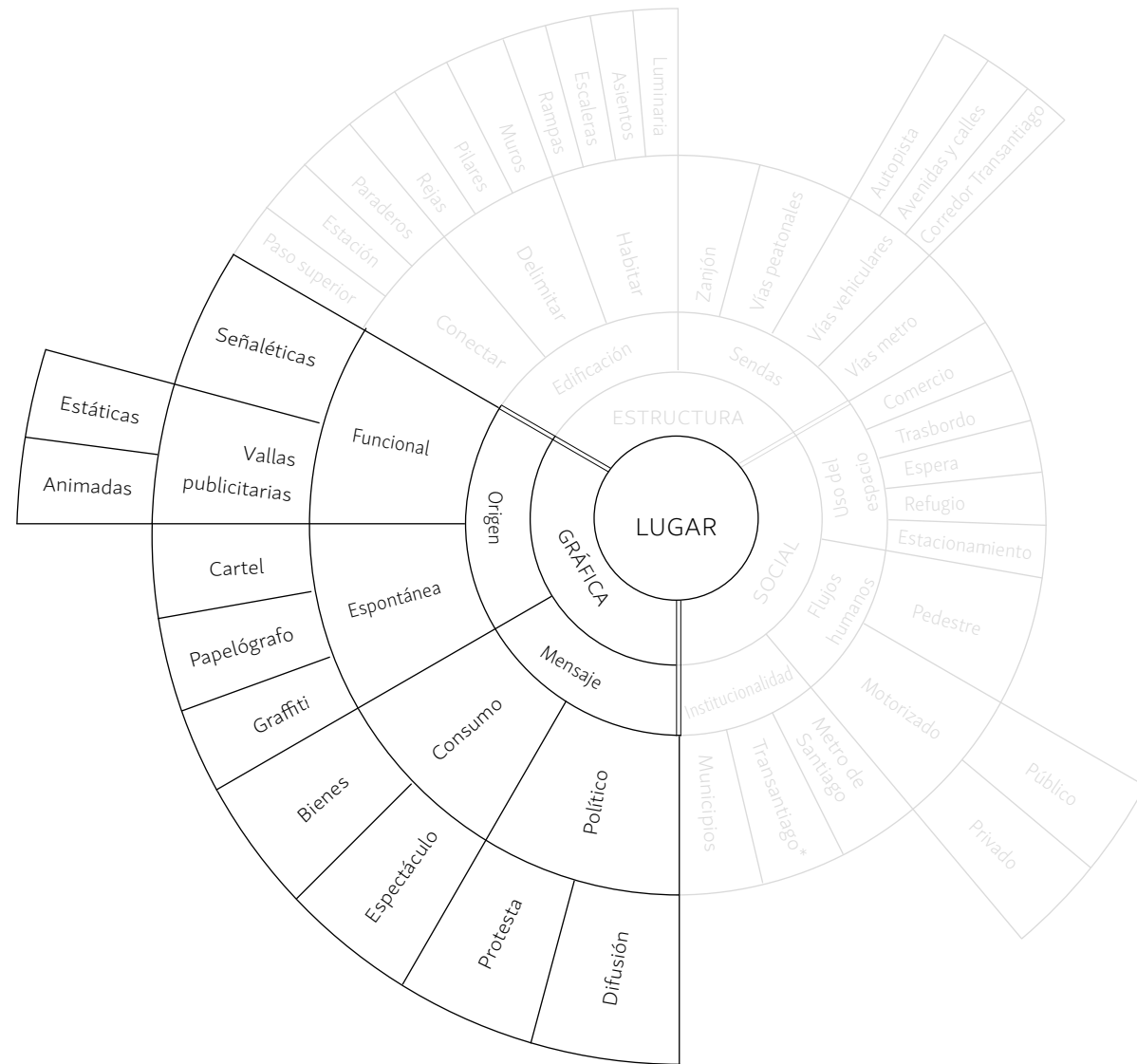
Sin embargo, a fin de cuentas, todo esto no es más que el resultado del juego que hace la industria del espectáculo con la sentimentalidad que despiertan este tipo de artistas. En general todos los eventos de los que se han hablado a lo largo de estas páginas lo hacen, pero en este caso va un paso más allá ya que dialoga con los recuerdos de la gente que observa los nombres y rostros de estos artistas adheridos en las paredes. Es la oportunidad de la señora que se ilusiona con ver a los cantantes que oía en la radio durante su juventud, o de aquel fanático que guarda toda pieza de memorabilia de su banda favorita que se disolvió; es la oportunidad de ambos de volver a vivir este espejismo del pasado condensado en un espectáculo.



IMG 62. Captura de pantalla del sitio web de The Brothers. [En línea] <http://www.the-brothers.com.ar>. Extraído el 26-06-2019.



IMG 63. The Beatles en fotografía promocional para el disco *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, del año 1967. [En línea] <https://thedailyhatch.org/2015/12/17/>. Extraído el 26-06-2019.

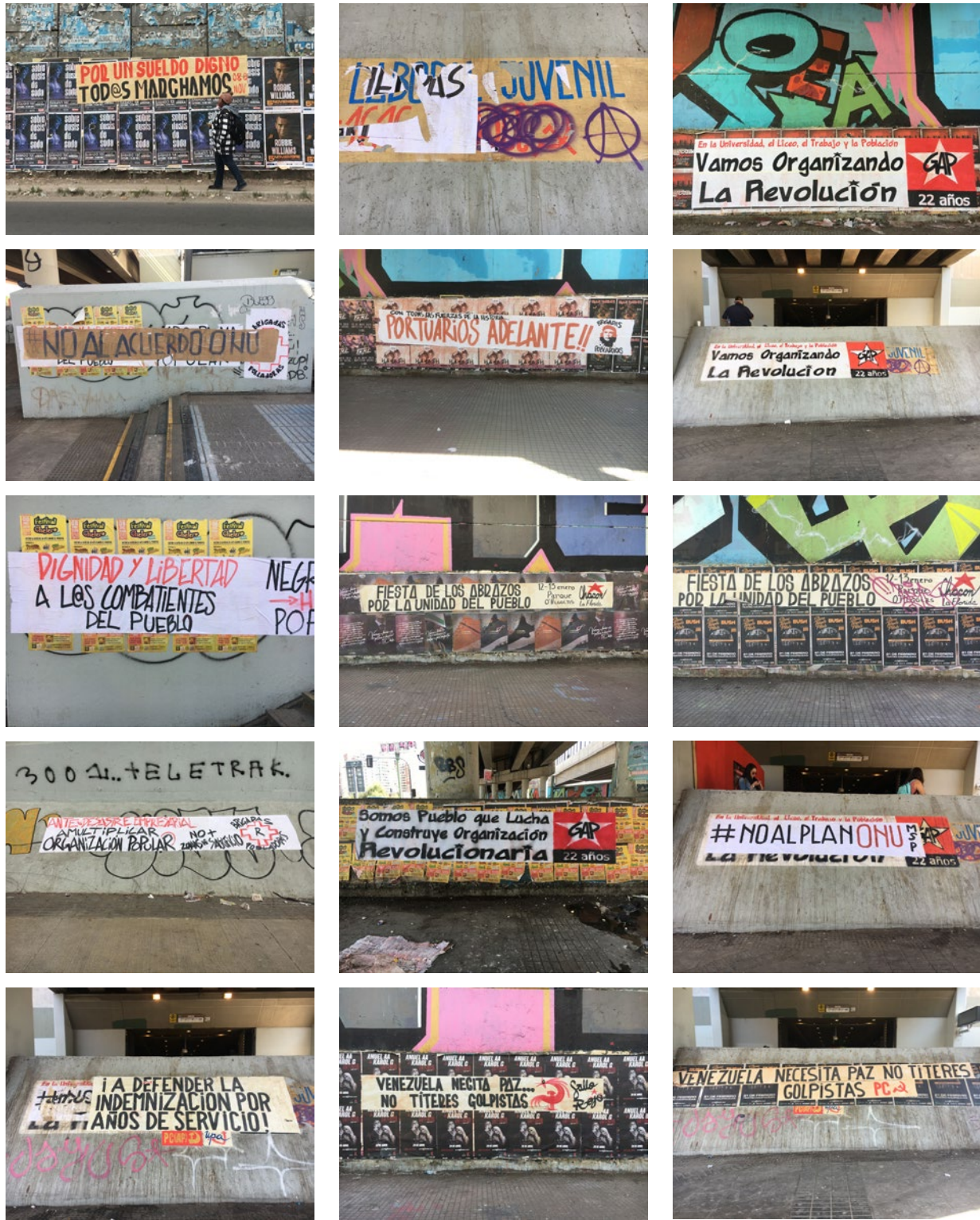


2.3. Las otras gráficas

Si bien lo que domina el paisaje para los transeúntes son los carteles publicitarios, existen más elementos gráficos con los cuales comparten el espacio a lo largo de la estructura del metro Macul, como ya se ha visto. A continuación se exponen las otras tipologías observadas, de tal modo de completar el panorama y los diversos niveles comunicacionales que se dan en aquel espacio.

Mensajes políticos

Papelógrafo



Cartel



Mensajes de lectura cercana

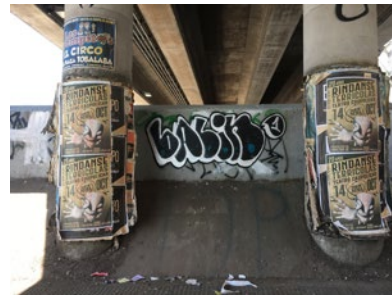
Impresos



Manuscritos

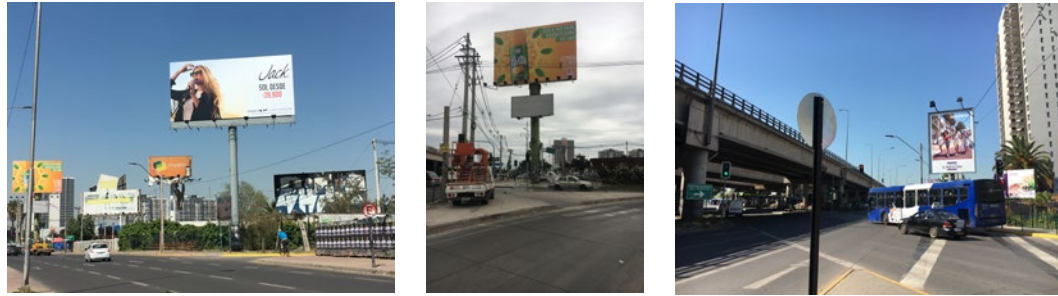


Murales, graffiti y rayados.



Gráfica funcional

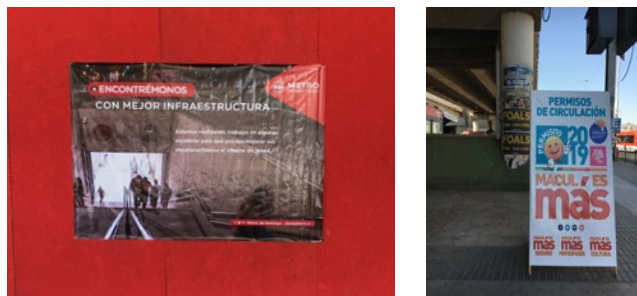
Vallas publicitarias



Señalética



Gráfica institucional



3. Conclusiones

El detenerse a observar un lugar pareciera ser un acto de rebeldía en medio del veloz ajeteo de la ciudad actual, mucho más cuando lo que se está observando es un lugar que no fue concebido para la contemplación. La construcción del metro Macul no fue más que el resultado de la expansión de la ciudad y las necesidades de transporte que ello conlleva. Es un nudo que se hizo para atar la periferia con el resto de la ciudad, así como también un nodo que permite conectar las distintas posibilidades de transporte y las vías que estos utilizan. Del mismo modo es el borde entre el Santiago que existe dentro de la circunvalación de Américo Vespucio y el que está fuera de él. El territorio siempre existió, sin embargo fue la construcción de la estación de metro lo que le dio sentido y lo activó; y este es el primer punto que se debe comprender. Sin esta estructura que permite la circulación de la autopista y el paso del metro, no habría el flujo humano que hoy en día transita entre sus pilares y muros. Con el andar de las personas, viene el comercio y todas las formas de uso del espacio que se dan en el cotidiano; y en ese sentido los carteles aparecen por las personas, y para las personas. Es una cadena, o un círculo relacional en el que si no estuviera esta estructura o no hubiera el flujo de personas, definitivamente el lugar no sería el que es hoy en día; y dentro de esa relación, los carteles vienen a ser el elemento identitario que logra cohesionar ambos mundos.

Cartel ayer y hoy

El cartel como elemento comunicacional ha tenido una larga vida, la cual se ha visto aún más potenciada con el veloz ritmo que la historia tomó en los años cercanos a su génesis. De esta manera ha sido testigo de épocas de brillo, bailes y colores, así como también de guerras y revoluciones. Se ha usado como lienzo para

transmitir mensajes e ideas en una época en que la instantaneidad como la concebimos ahora era impensada, y la masividad de un evento solo se lograba al tapizar los muros de las calles. Desde un inicio fueron una imagen recurrente en las grandes ciudades, un signo de vida, de ojos que miran, de eventos llevados a cabo, de artistas y sus espectáculos.

Si bien con el pasar de los años, la llegada de la era digital pareció amenazar su existencia el principal revés que sufrieron fue el de perder aquel estatus de “obra de arte” que los caracterizó durante un largo tiempo. Esto no es más que un efecto del cambio en la factura de estas piezas, donde antes lo que tardaba días en dibujarse y pintarse, hoy está al alcance de un click. Respecto a ello:

“En el nuevo régimen visual dominado por la proliferación de datos, cabe preguntarse si se puede recuperar su soberanía en tiempos donde el diseño vernacular o amateur de carteles supera ampliamente a la producción más cuidada y heredera del oficio del grafista que dominó en la escena nacional durante buena parte del siglo veinte.”⁸⁵

Esta recuperación se da en la actualidad por parte de grupos de la esfera de lo patrimonial o de la autogestión, de colectivos que estén dispuestos a tomarse el tiempo de volver a experimentar con la tinta y el papel como se hacía hace un siglo atrás, cuando la técnica y el mensaje se llevaban a cabo con pulcritud. Sin embargo, es sabido que al mercado de la publicidad le acomoda la velocidad a la que se pueden generar obras gráficas mediante computadora y por su lado no va a haber intenciones de volver a los métodos de antaño. Y así como la rapidez de producción, también le acomoda el hecho de que todo es modificable y deformable tras la pantalla. Imágenes, rostros, mensajes, todo se puede moldear a gusto, cuantas veces sea necesario, en cosa de horas, si es que no minutos. Por lo tanto, este cartel que fue arrancado de las manos de los artistas, para ser entregado a la maquinaria de producción, se transformó en vestigio del hiperconsumismo actual. Pero esto no es motivo para dejarlos de lado cuando se quiera hablar de su historia, al contrario, la pregunta que cabe realizar es: ¿por qué siguen existiendo a pesar que la vida parece estar cada vez más llevándose a cabo a través de las pantallas?, y la verdad es que motivos pueden haber varios. Quizá esta larga estadía que han tenido en los muros de la ciudad han llevado a que sean un elemento que se da por sentado simplemente, que apela a la nostalgia de ver que las cosas siguen siendo igual a pesar del correr de los años. Puede ir de la mano también de esta concepción de que para cada evento debe haber un cartel que lo promoció, como si se tratara de una tradición del mundo del espectáculo. Pero entendiendo que están donde están porque se tomó la decisión de dedicar tiempo y presupuesto en su producción, y posteriormente en pegarlos, es que parecen ser aún un elemento vigente a la hora de publicitar

85. ÁLVAREZ, P. Post cartel en Chile: la pérdida del aura y su devaluación en tiempos de Google. De la realidad exclusiva a la virtualidad inclusiva. En: *RChD: creación y pensamiento*, 2017, 2(3), pp. 22-23.

bienes o espectáculos. Y al hacer una comparación con los métodos digitales de marketing, queda en evidencia las semejanzas en cuanto a la dinámica bajo la que se desarrollan, con la diferencia que el cartel vive en el mundo de lo tangible. Sin siquiera entrar a meditar el concepto de “muro” que aplica para ambas realidades, las publicidades en los medios digitales aparecen y pasan por nuestros ojos a la velocidad del *scroll* que se esté haciendo, del mismo modo que un pasajero que viaja en micro mira por la ventana y se topa con este muro de carteles que por cosa de segundos domina su mirada para luego volver al paisaje cotidiano de la calle. Tanto los *ads* digitales como los carteles son efímeros, ambos aparecen para luego perderse entre nuevos contenidos. Ambos se olvidan entre publicaciones más actuales, pero del mismo modo ambos guardan su historial, curiosamente, en un muro. Por lo tanto, no implica una forma muy diferente de concebir las campañas, más allá de la instantaneidad que tienen las publicaciones digitales.

Temporalidades e imaginarios

Estableciendo los carteles como este elemento que tiene una tradición de más de un siglo en la piel de la ciudad, se entiende que por consecuencia sean un reflejo del tiempo y los sucesos que en esta se ha llevado a cabo. De esta forma, el tiempo del cartel es el tiempo de la ciudad. Es memoria hecha un objeto tangible. Es la imagen de eventos y acontecimientos que ya sucedieron, o en su defecto están por ocurrir. Es el testimonio de la historia si se mira a modo general, pero al mismo tiempo es el residuo que se acumula por semanas en forma de capas sobre los muros. De una forma u otra, nos es posible mirar hacia el pasado a través de ellos. Ya sea a partir de las transformaciones que su lenguaje y estilo ha sufrido, de las propagandas que han difundido, o de las huellas que dejan al caerse o ser desprendidos de los muros. En este sentido, el tiempo y el imaginario de los carteles se encuentran estrechamente unidos.

Si volvemos atrás hacia las palabras de Kevin Lynch, se puede comprender que son precisamente los carteles los que hacen del metro Macul un lugar “imaginable”, en cuanto “cualidad de un objeto físico que le da una gran probabilidad de suscitar una imagen vigorosa en cualquier observador de que se trate”⁸⁶. Son un estímulo visual extremadamente pregnante, de tal modo que a ratos la estructura pareciera estar sostenida por los carteles en vez de los pilares, especialmente desde la perspectiva de los transeúntes que se abren paso por aquel lugar a diario que lo único que les recuerda que hay una pasarela sobre ellos es la sombra que se proyecta sobre el concreto. Hablar de los carteles, es hablar de imaginarios. Por el concepto de imaginabilidad de Lynch, así como también por lo que evocan en las cabezas de quienes los ven, como

si la definición de ciudad se redujera a lo que ocurre en un pliego de papel. De este modo los carteles son imaginario en cuanto objeto y mensaje. En ese sentido, además de lo que un muro lleno de carteles provoque en el espectador, juegan también un papel importante los rostros o nombres de los artistas representados en ellos. Son estos quienes pueden traer recuerdos de momentos pasados o canciones que se creían en el olvido, es decir, involucrar la sentimentalidad de las personas.

Por otra parte, también el cartel es el imaginario de la resistencia. Si bien en el pasado lo fue mediante la propagación de ideas y slogans, en la actualidad lo es por esta tradición que se niega a morir. Como ya se ha visto, los carteles siguen propagándose en la piel de la ciudad, como vegetación propia del inerte concreto, la cual llama a la aparición de otras manifestaciones gráficas, como si la presencia de estos diera permiso para que cualquier persona adhiera mensajes en la paredes. Y en ese sentido, esta acción de llenar superficies con carteles, hace que estos otros mensajes no estén pegados sobre la muralla, sino que sobre los carteles en verdad, como alguien que encuentra comodidad en unirse a una multitud que grita en vez de alzar la voz sobre el silencio de un muro vacío. Pero también en metro Macul son imaginario de resistencia en cuanto telón de fondo para los transeúntes que se movilizan por la ciudad, así como también de quienes se ganan la vida en aquel punto de Santiago, pues estos rostros de papel los acompañan en su día a día. Los carteles son resistencia porque la ciudad también lo es. Resistencia contra la hostilidad, la precariedad y el esfuerzo que requiere moverse desde la periferia a los centros económicos.

Finalmente, el trabajo realizado a lo largo de esta investigación, no ha sido más que el de decantar y exponer lo observado en un pequeño rincón de Santiago, de poner en valor la cotidianidad de la ciudad y todo aquello que se observa a lo largo del día. Testimonio de ello es que en un principio, se habló de metro Macul como un no-lugar, como un espacio de trasbordo que es parte de un viaje cotidiano de los habitantes del sector. No obstante a medida que se comienza a estudiar en profundidad las dinámicas que allí se dan, el territorio comienza a cobrar sentido, se hace conocido y se transforma en un lugar propiamente tal.

De esta misma manera, parte del trabajo también consistió en abrir la discusión respecto al cartel actual (o post-cartel) y su relación con la ciudad, entendiendo que el lugar que tienen en ella actualmente está en estrecha relación con los medios masivos y la industria del espectáculo, pero ya no como producción artística en sí misma, sino que como una pieza más de campañas multimediales. Esto, en la era en que el concepto de masividad superó a lo que solamente es posible exponer en las calles.

86. LYNCH, K. La imagen de la ciudad. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1998, p. 19.



**BIBLIOGRAFÍA
Y ANEXOS**

PETER
40 años Bauh
Junto a
GO
BRE
/ 21 HRS
ROCKA X IS
LAS BRUJAS
Intimo
30 DE OCTUBRE 2018
movistar arena

THIAGO
OCTUBRE
/ 21 HRS
LAS BRUJAS
Intimo
30 DE OCTUBRE 2018
movistar arena

THIAGO
OCTUBRE
/ 21 HRS
LAS BRUJAS
Intimo
30 DE OCTUBRE 2018
movistar arena

THIAGO
OCTUBRE
/ 21 HRS
LAS BRUJAS
Intimo
30 DE OCTUBRE 2018
movistar arena

Bibliografía

Libros

ALBERICH, J. Grafismo multimedia: comunicación, diseño, estética. Barcelona: Editorial UOC, 2007

ÁLVAREZ, P. Historia del diseño gráfico en Chile. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Diseño, 2004.

AUGÉ, M. Los No Lugares, espacios del anonimato. Una antropología de la Sobremodernidad. Madrid: Editorial Gedisa S.A., 2000.

BARNICOAT, J. Los carteles: su historia y su lenguaje. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A., 1972.

BENJAMIN, W. El libro de los pasajes. Madrid: Ediciones Akal S.A., 2005.

BON, F. Y BOURRIAUD, N. Jacques Villeglé. Paris: Flammarion Contemporary, 2007.

BOURRIAUD, N. Postproducción. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora S.A., 2007.

CARERI, F. Walkscapes: el andar como práctica estética. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2013.

CASTILLO, E., comp. Cartel Chileno 1963-1973. Santiago: Ediciones B Chile, 2004.

ECO, U. Apocalípticos e integrados. Barcelona: Lumen, 1984.

ERRÁZURIZ, L. Y LEIVA, G. El golpe estético. Dictadura militar en Chile 1973-1989. Santiago: Ocho Libros Editores.

GARCÍA CANCLINI, N. Imaginarios Urbanos. Buenos Aires: Eudeba S.E.M., 1997.

GIANNINI, H. La reflexión cotidiana: hacia la arqueología de la experiencia. Santiago: Editorial Universitaria S.A., 2004.

GODOY, A. Historia del afiche chileno. Santiago: Universidad ARCIS, 1992.

GROS, F. Andar, una filosofía. Madrid: Editorial Taurus, 2015.

Internacional Situacionista. Textos íntegros en castellano de la revista Internationale Situationniste (1958-1968). Vol. 1: La realización del arte. Madrid: Literatura Gris, 1999.

JAMESON, F. El posmodernismo, o la lógica cultural del capitalismo avanzado. Barcelona: Paidós, 1991.

LYNCH, K. La imagen de la ciudad. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA, 1998.

MANDOKI, K. Estética cotidiana y juegos de la cultura: Prosaica II. México: Siglo XXI Editores, 2008.

MANZI, J. Y CRISTI, N. Resistencia gráfica. Dictadura en Chile: APJ-Tallersol. Santiago: LOM ediciones, 2016

MEGGS, P. y PURVIS, A. Historia del diseño gráfico. Barcelona: RM Verlag, 2009.

MERLEAU-PONTY, M. El mundo de la percepción. Siete conferencias. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MUÑOZ, M. Y VILLALOBOS, F. Alejandro Fauré. Obra gráfica. Monografía de un precursor de la ilustración editorial y el diseño gráfico en Chile. Santiago: Ocho Libros, 2009.

PALLASMAA, J. Los ojos de la piel. La arquitectura y los sentidos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2006.

ROJAS MIX, M. El imaginario: civilización y cultura del siglo XXI. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2006.

ROSE, G. Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials. Londres: SAGE Publications, 2001.

SCHLÖGEL, K. En el espacio leemos el tiempo. Sobre Historia de la civilización y Geopolítica. Madrid: Ediciones Siruela S.A., 2007.

VARTANIAN, I. y MARTIN, L. Graphiscape Tokyo. Mies: RotoVision SA, 2003.

Capítulos de libro

BON, F. Peeling back the layers of time. En: Bon, F. y Bourriaud, N. Jacques Villeglé. Paris: Flammarion Contemporary, 2007, pp. 163-188. Trad. propia.

CRISTI, N. ¡A des-sitiar Chile! El afiche político en la clandestinidad, 1973-1989. En: Vico, M., ed. El afiche político en Chile 1970-2013. Unidad Popular, Clandestinidad, Transición Democrática y Movimientos Sociales. Santiago: Ocho Libros Editores, 2013.

DEBORD, G. Teoría de la deriva. En: Internacional situacionista, vol. I: La realización del arte. Madrid: Literatura Gris, 1999, pp. 50-53.

GREENE, R. Imaginando la ciudad: revisitando algunos conceptos claves. En: Rodríguez-Plaza, P. Estética y ciudad. Cuatro recorridos analíticos. Santiago: Frasis, 2007, pp. 51-70.

RODRÍGUEZ-PLAZA, P. La ciudad Latinoamericana. Apuntes sobre su conocimiento teórico y sus usos cotidianos. En: Rodríguez-Plaza, P (Compilador). Estética y ciudad. Cuatro recorridos analíticos. Santiago: Frasis, 2007, pp. 11-50.

SONTAG, S. El afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía. En: Bierut, M. et al. Fundamentos del Diseño Gráfico. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2005, pp. 239-265.

Artículos de revistas

ABRUZZESE, A. «Cultura de Masas». En: CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 2004, núm. 9, pp. 189-192.

ÁLVAREZ, P. Post cartel en Chile: la pérdida del aura y su devaluación en tiempos de Google. De la realidad exclusiva a la virtualidad inclusiva. En: *RChD: creación y pensamiento*, 2017, 2(3), pp. 1-11.

GALLARDO, L. No-lugar y arquitectura: Reflexiones sobre el concepto de No-lugar para la arquitectura contemporánea. En: *Arquitecturarevista*. 2015, 11(2), pp. 104-115.

HERNÁNDEZ, M. Procesos informales del espacio público en el hábitat popular. En: *Bitácora Urbano Territorial: Supp. Procesos urbanos informales*. 2008, 2(13), pp. 109-116.

LAI CHUN, I. Expressions of the City. En: *Interdisciplinary Humanities*. 2015, 32(3), pp. 13-21. Trad propia.

MÁRQUEZ, F. Imaginarios urbanos en el Gran Santiago: huellas de una metamorfosis. En: *Revista Eure*. 2007, 33(99), pp. 79-88.

MILLS, N. The Art of Community Transformation: Monumental Mosaic Murals in Chile. En: *British Association for Modern Mosaic*.

Andamento. 2014, vol. 08, pp. 12-22. Trad. propia.

ROJAS, A. El cuerpo como fundamento de la experiencia estética. En: *Filosofía UIS*, 2013, 12(2), pp. 69-87.

VERGARA-LEYTON, E. et al. La gráfica como artefacto cultural. Una aproximación semiótica al cartel social en Chile. En: *Arte, Individuo y Sociedad*, 2014, 26(2), pp. 271-285.

VICO, M. El galicismo afiche, la vertiente etimológica: historia, transformación de significados y su práctica contemporánea. En: *Revista 180*, 2017, núm. 40, pp. 13-19.

Fuentes en línea

Documentos

DTPM. Mapa de Recorridos del Gran Santiago, actualizado a abril de 2019. <http://www.red.cl/imagenes/uploads/20190402184554-mapageneralabril2019.pdf>

Encuesta Origen Destino 2012. <http://www.sectra.gob.cl/biblioteca/detalle1.asp?mfn=3253>

Introducción a Museo a Cielo Abierto en San Miguel. <https://www.museoacieloabiertoensanmiguel.cl/wp-content/uploads/2017/03/museo-intro.pdf>

Subtrans. Taxis Colectivos Urbanos En Ciudades Del País. http://usuarios.subtrans.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/TAxis_Colectivos_Urbanos_por_Ciudades_Abril2014.pdf

Ministerio de Desarrollo Social. Promedio ingreso monetario mensual por hogar. Casen 2015. http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/indicadores/docs/ingresos/2.Promedio_ingreso_monetario_mensual_hogar.xlsx

Ministerio de Desarrollo Social. Promedio ingreso autónomo mensual por hogar. Casen 2015. http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/indicadores/docs/ingresos/3.Promedio_ingreso_autonomo_percapita_del_hogar_mensual_hogar.xlsx

Repositorios de imágenes

Colección Memoria de los Países Bajos. <https://www.geheugenvannederland.nl/en/geheugen/browse/collections>

Colección Metropolitan Museum of New York (MET). <https://www.metmuseum.org/art/collection>

Colección Museum of Modern Art (MoMA). <https://www.moma.org/collection/>

Colección Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA). <https://www.macba.cat/es/coleccion>

Colección Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. <https://www.museoreinasofia.es/coleccion>

Colección Museo Nacional de Arte de Cataluña. <https://www.museunacional.cat/es/coleccion>

Colección Memoria Chilena. <http://www.memoriachilena.cl>

Diseño Nacional. <http://www.disenonacional.cl/>

Biblioteca del Congreso Nacional. <https://www.bcn.cl/estanteriadigital/>

Center for the Study of Political Graphics. <http://collection-politicalgraphics.org/>

Sitios web

Google Maps. <https://maps.google.com>

JGraham. <https://www.justine-graham.com/atlas-text>

Mosaic Art NOW. *A natural history museum in mosaic rises in Chile:*

Isidora Paz López. <http://www.mosaicartnow.com/2012/08/a-natural-history-museum-in-mosaic-rises-in-chile-isidora-paz-lopez/>

Museo a Cielo Abierto de San Miguel. <https://www.museoacieloabiertoensanmiguel.cl/>

Apps y programas

Google Earth

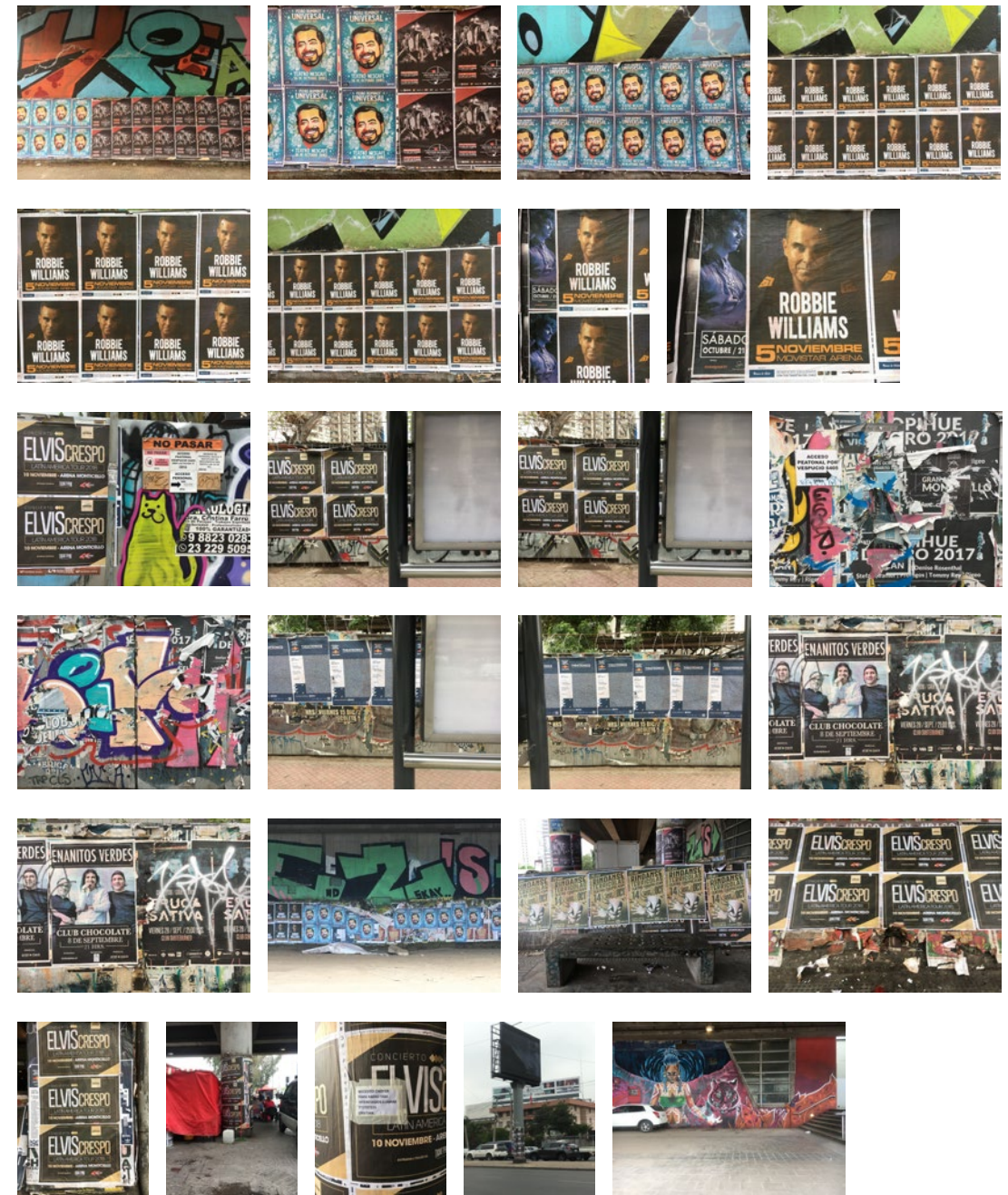
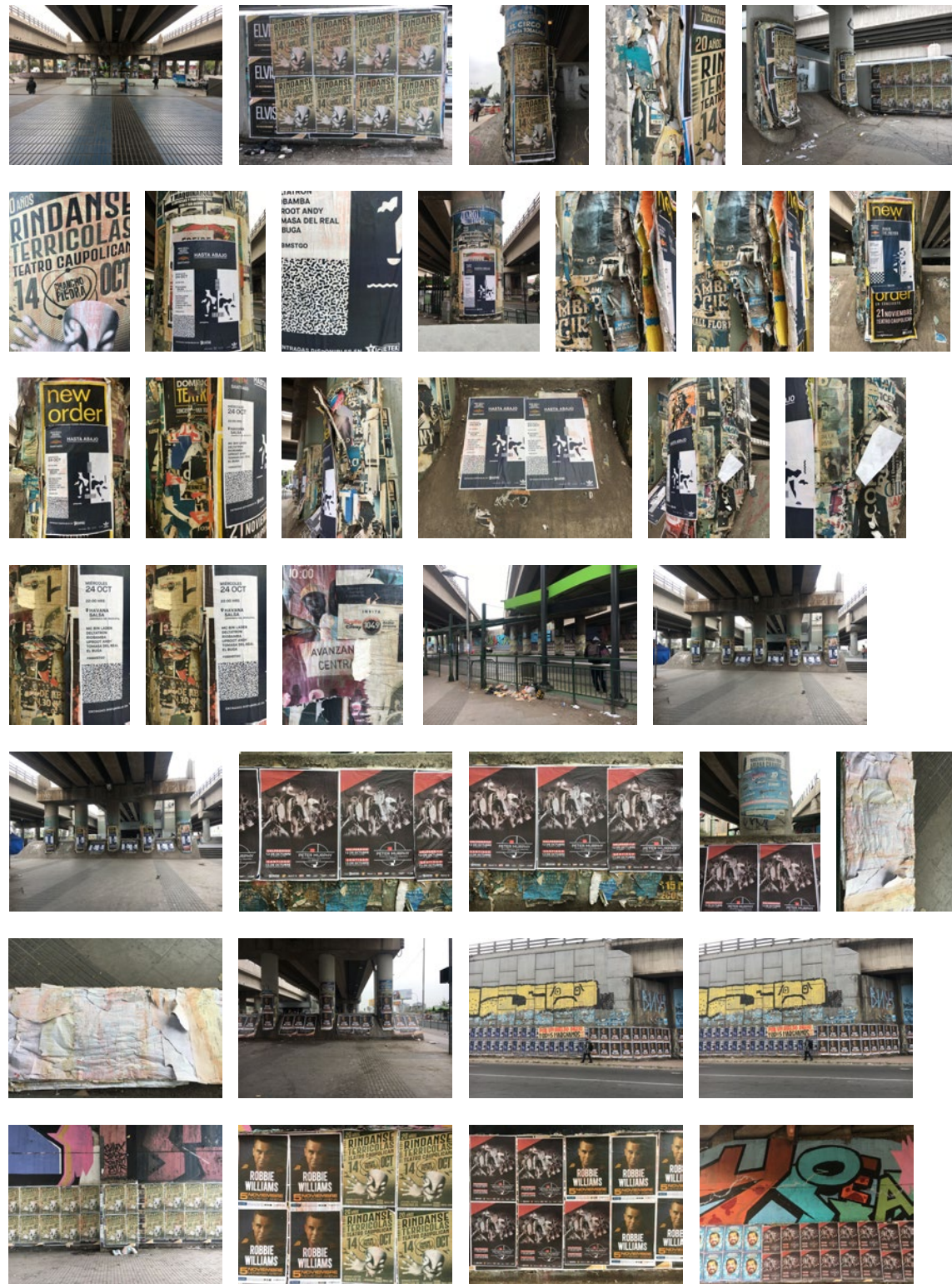
Imagej

Moovit

Anexo 1:

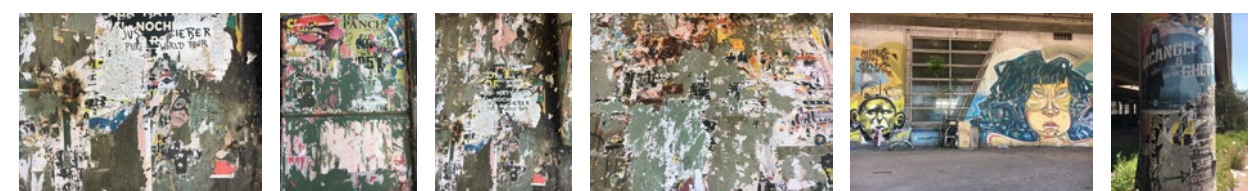
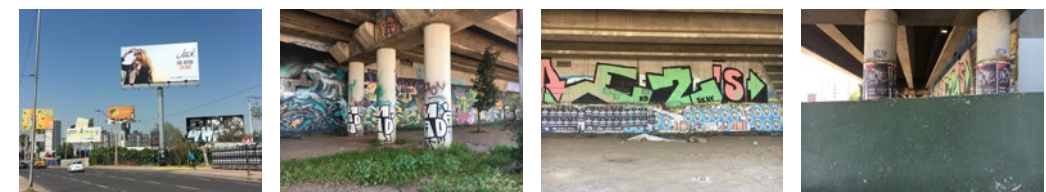
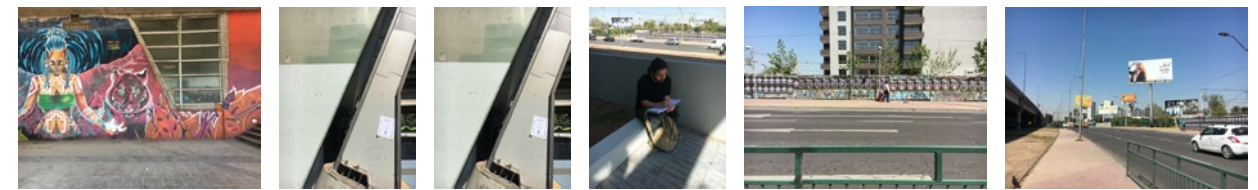
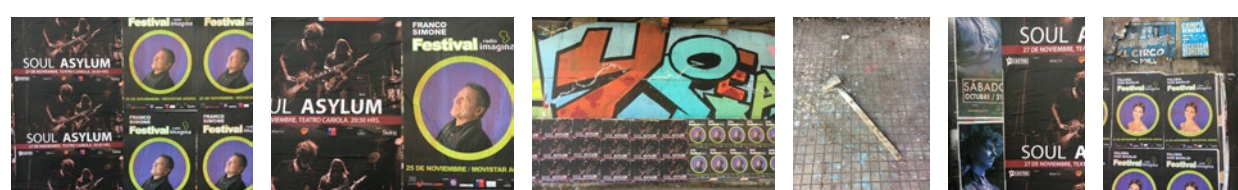
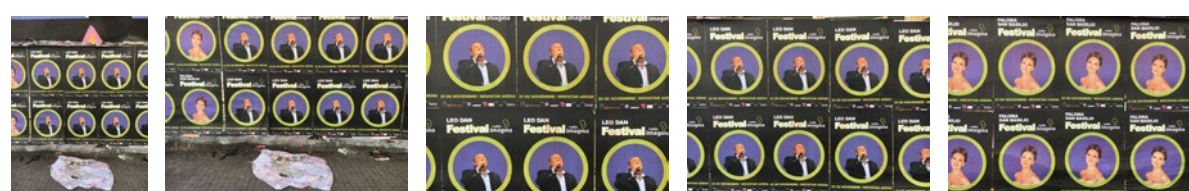
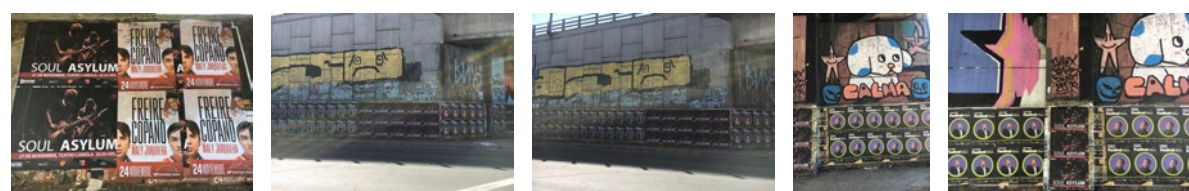
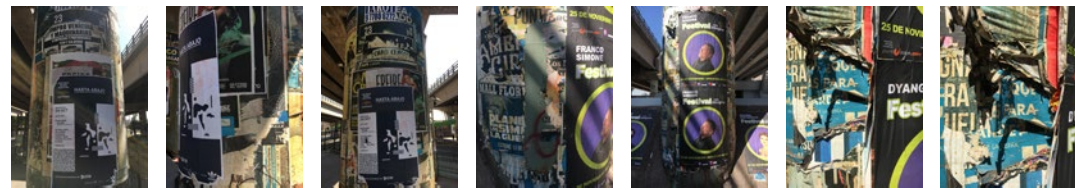
Registro definitivo del sector metro Macul, por semana.

Fecha: 12-10-2018



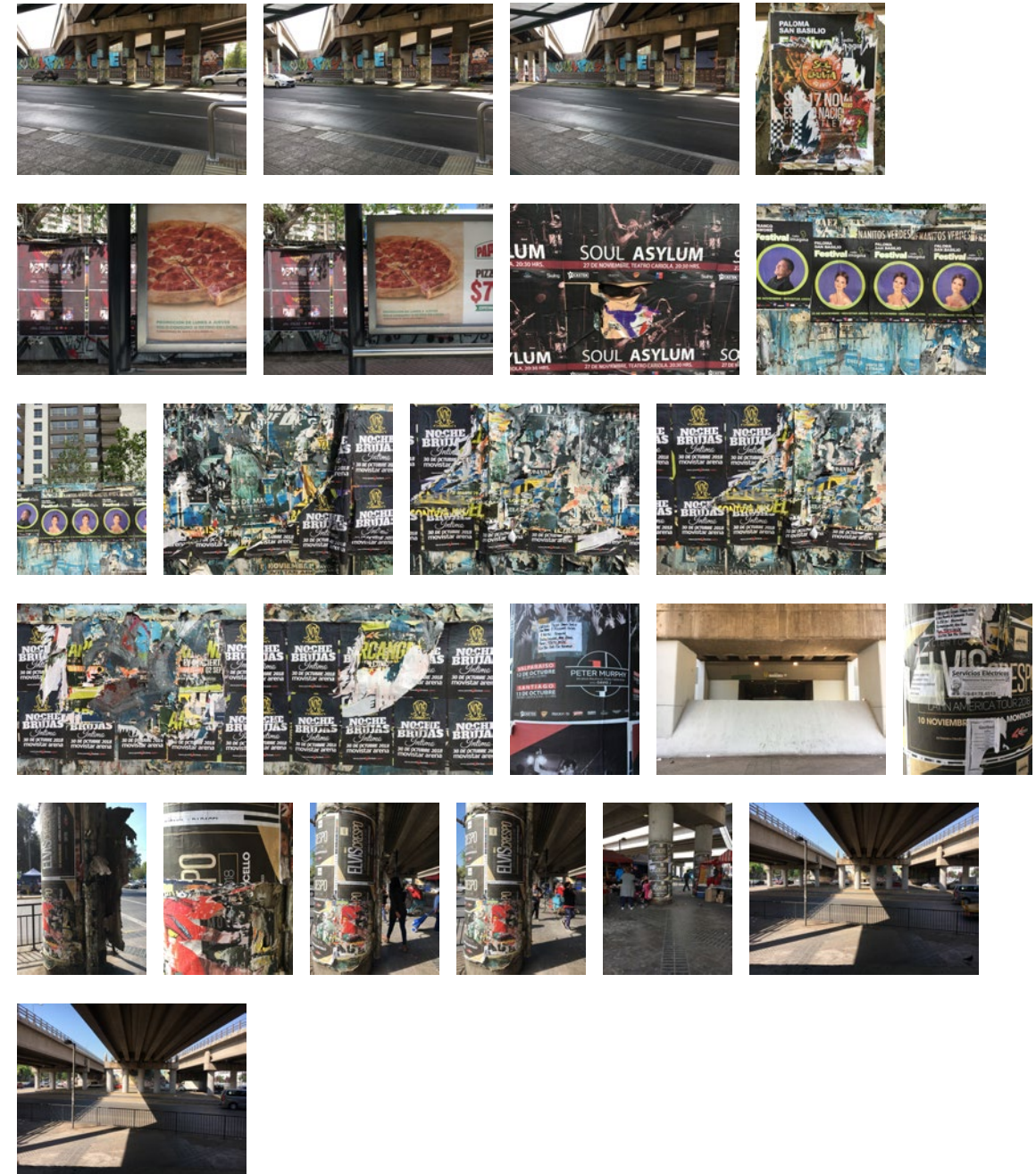
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 19-10-2018



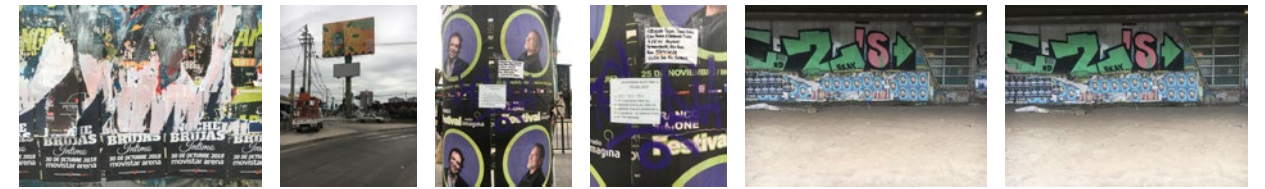
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 26-10-2018



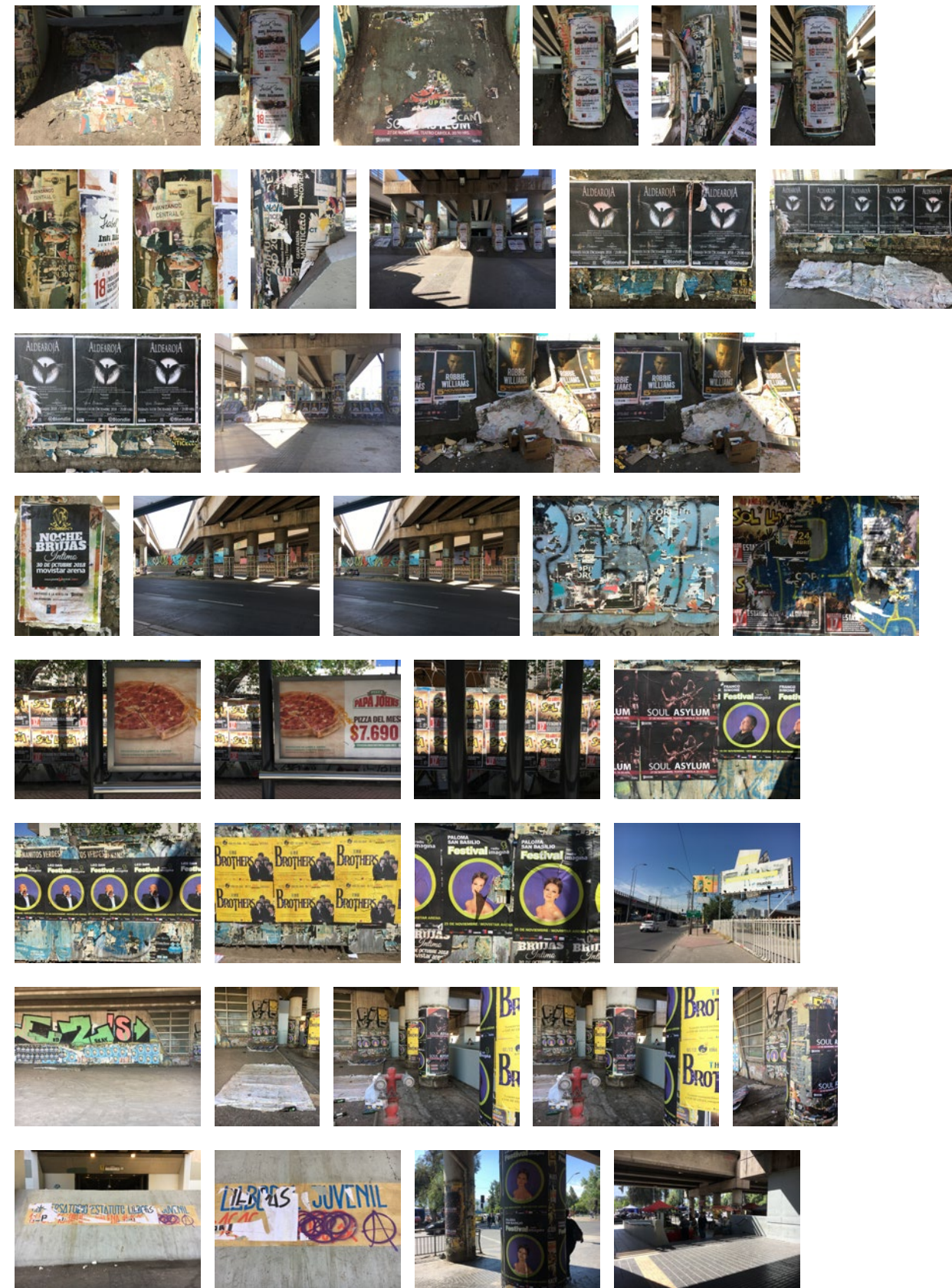
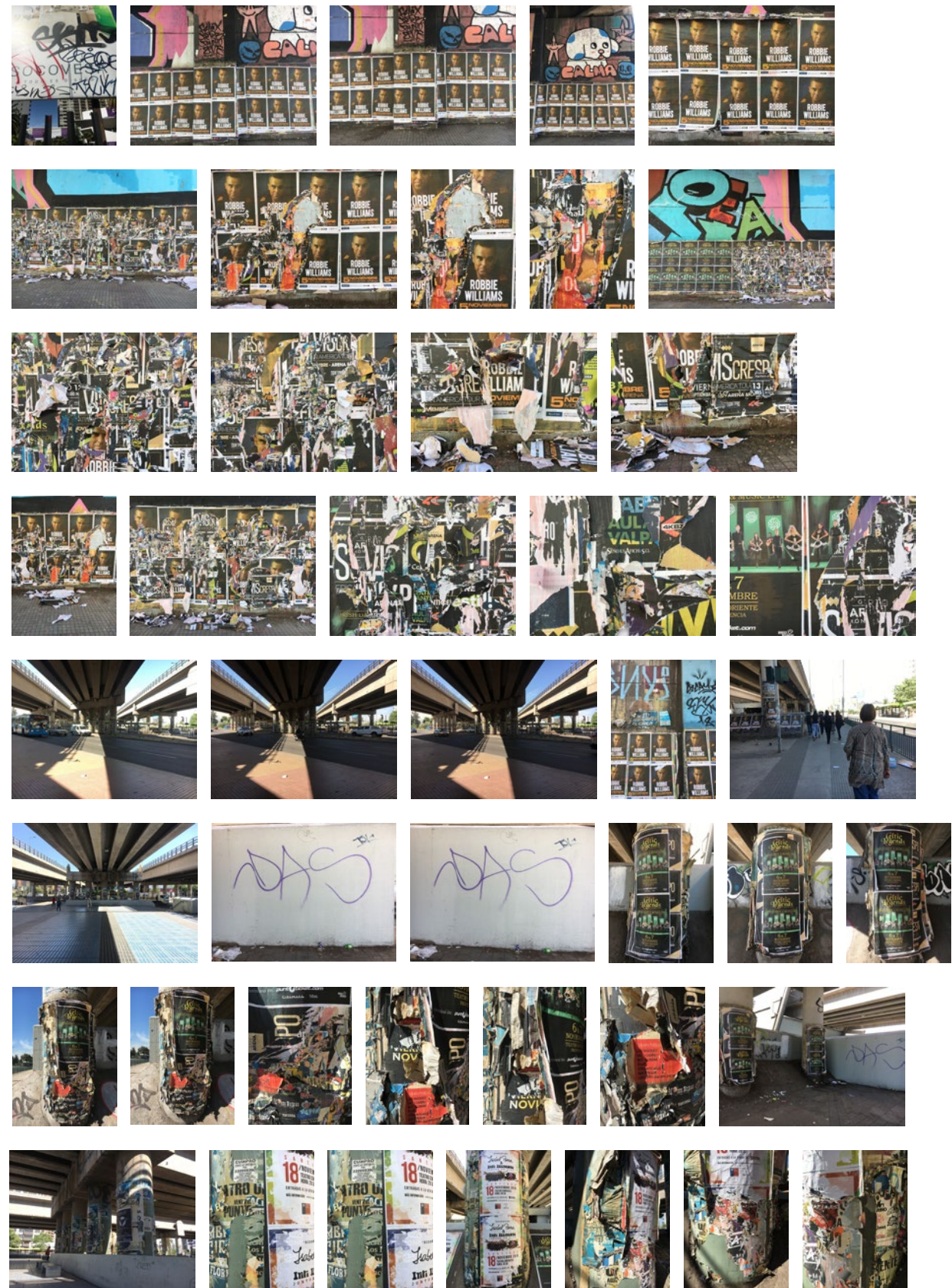
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 01-11-2018



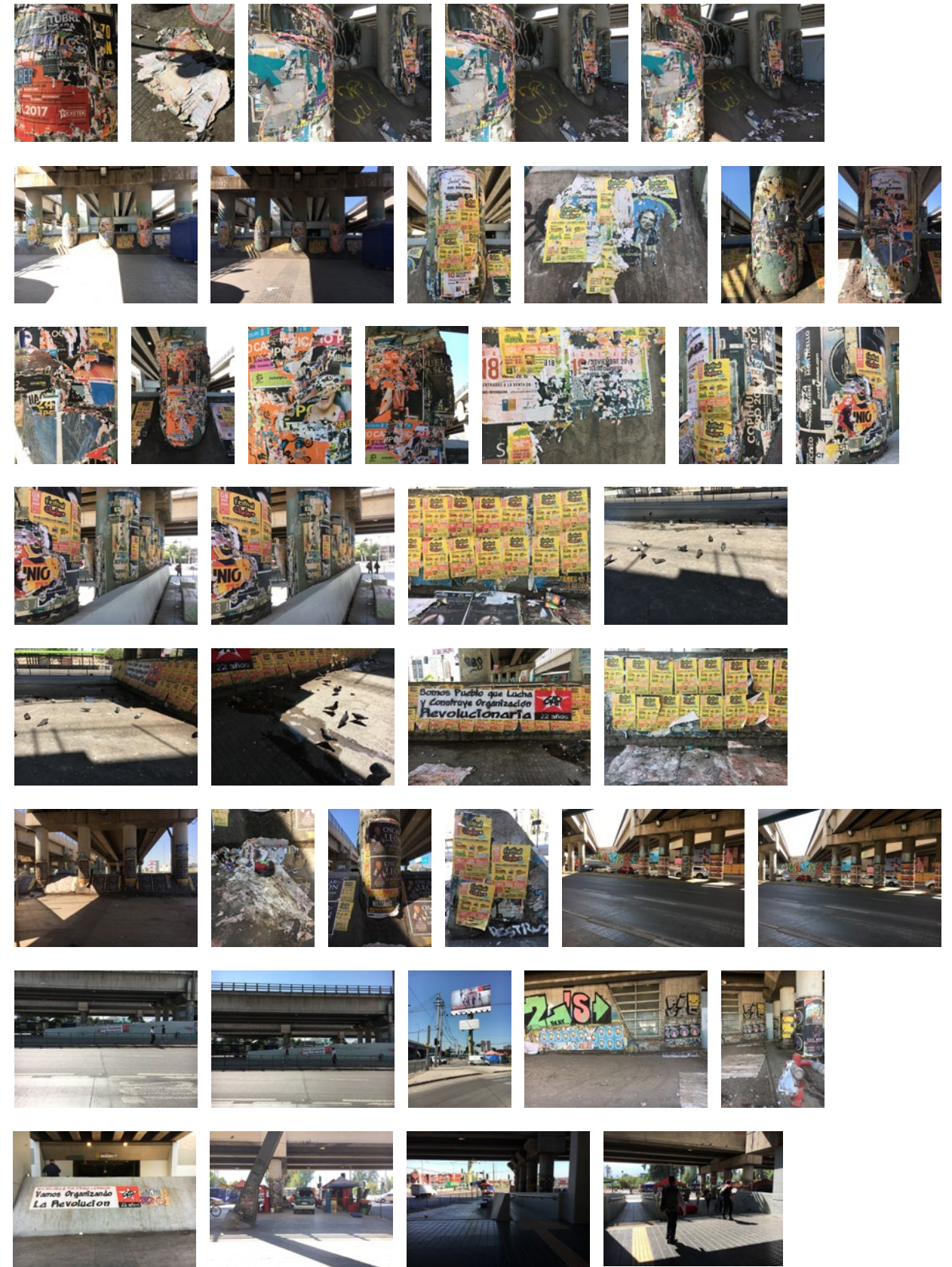
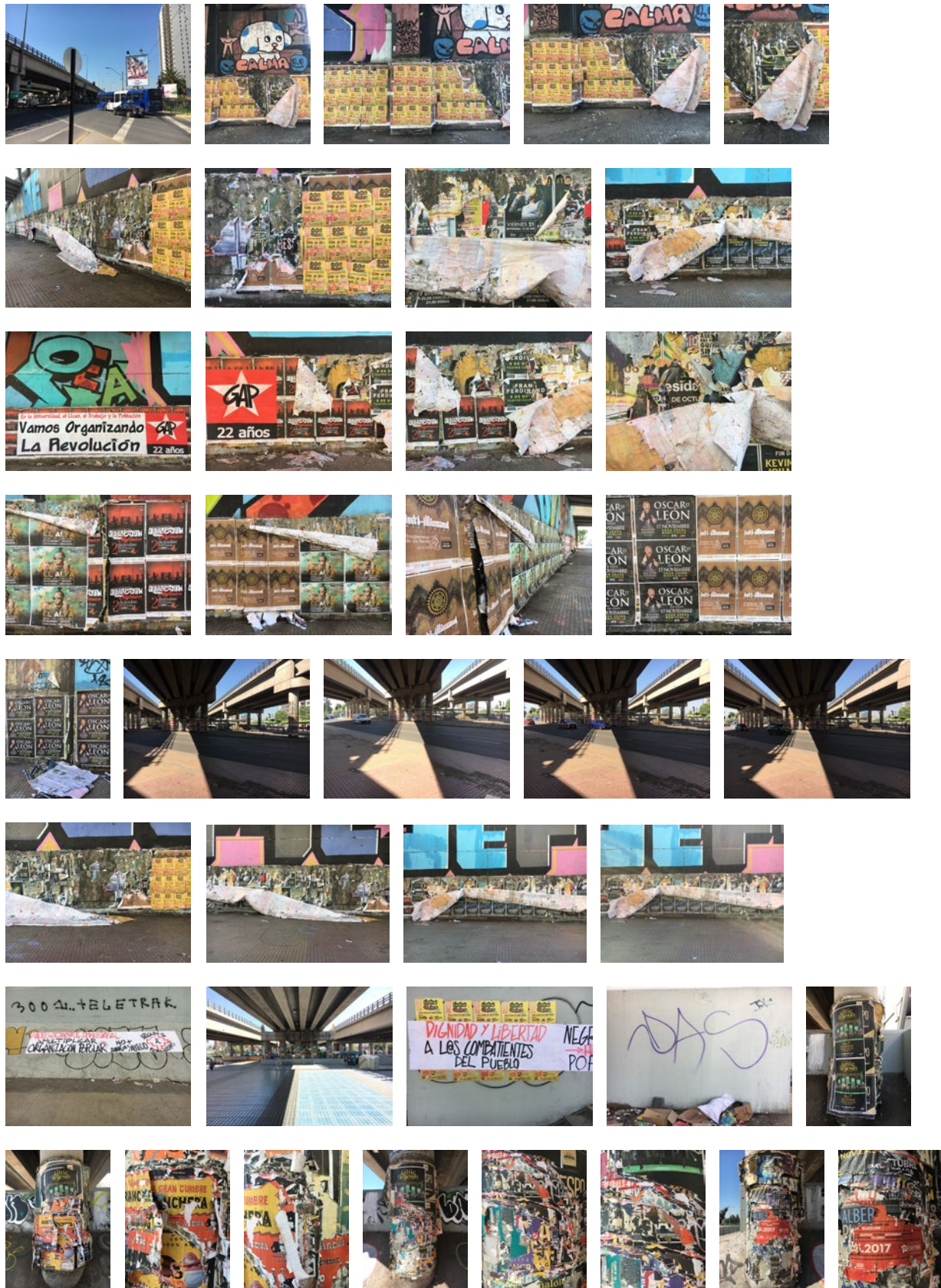
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 09-11-2018



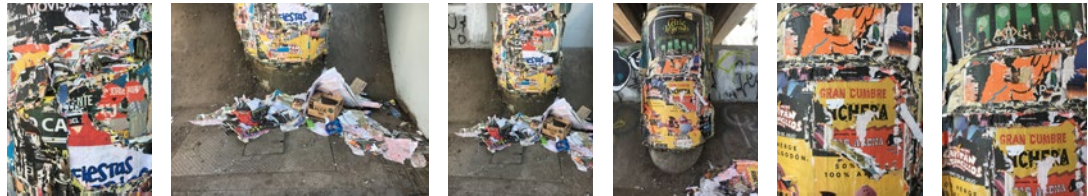
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 16-11-2018



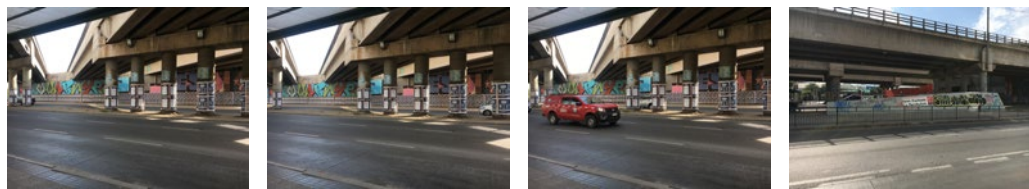
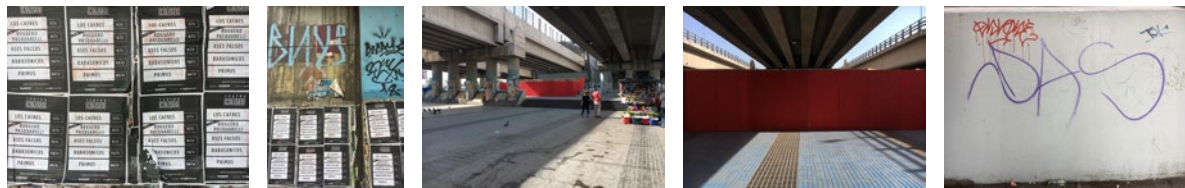
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 23-11-2018



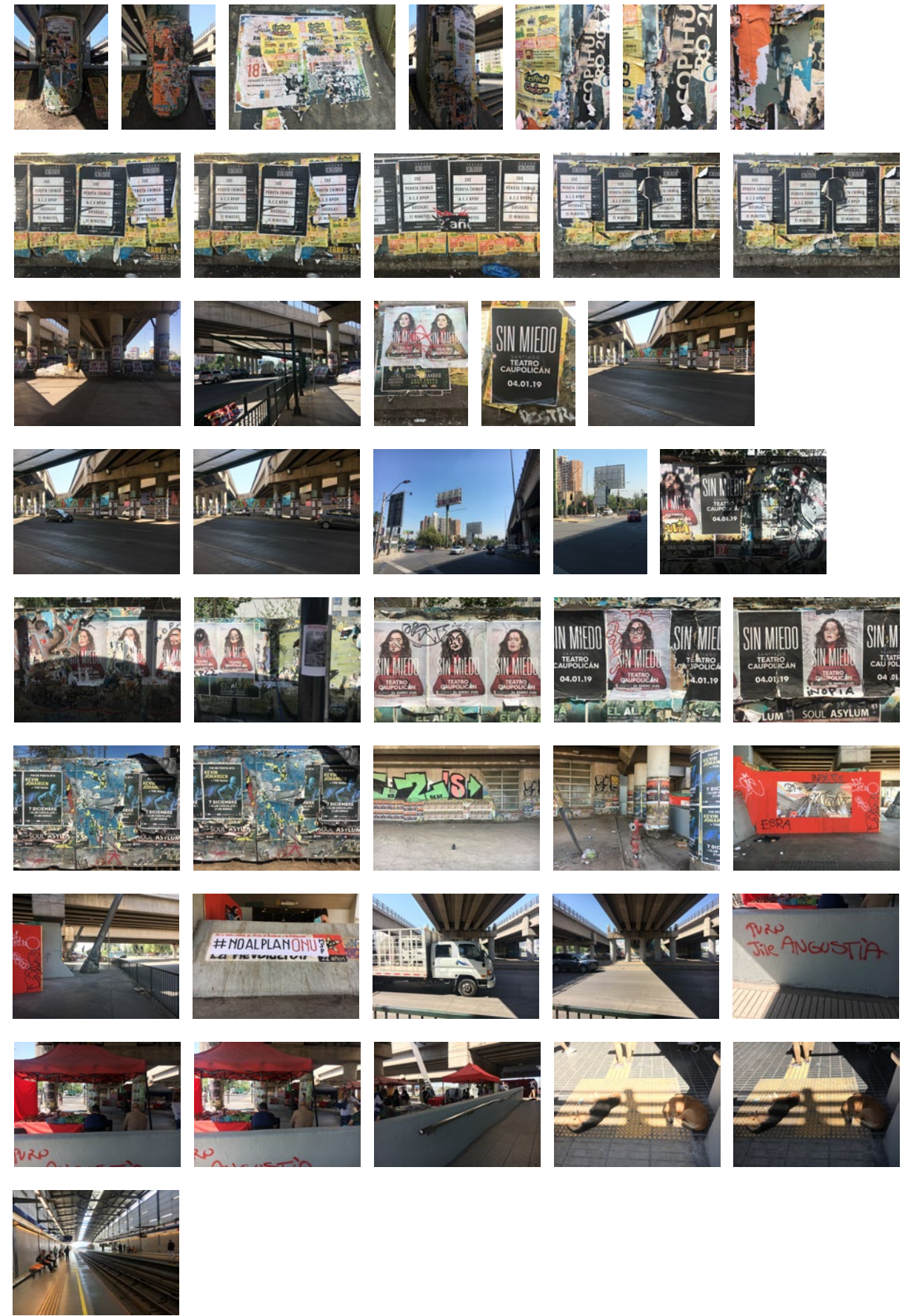
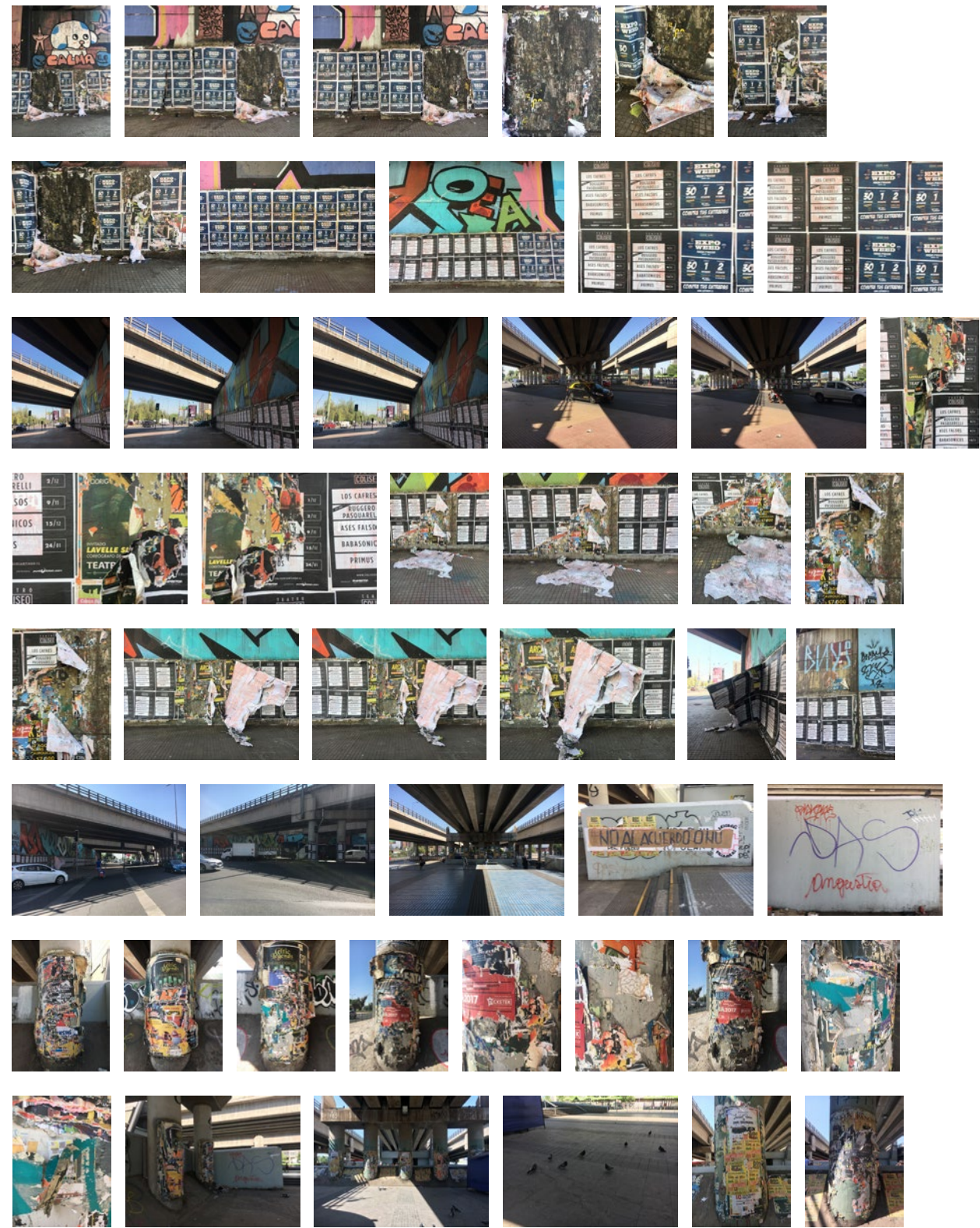
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 30-11-2018



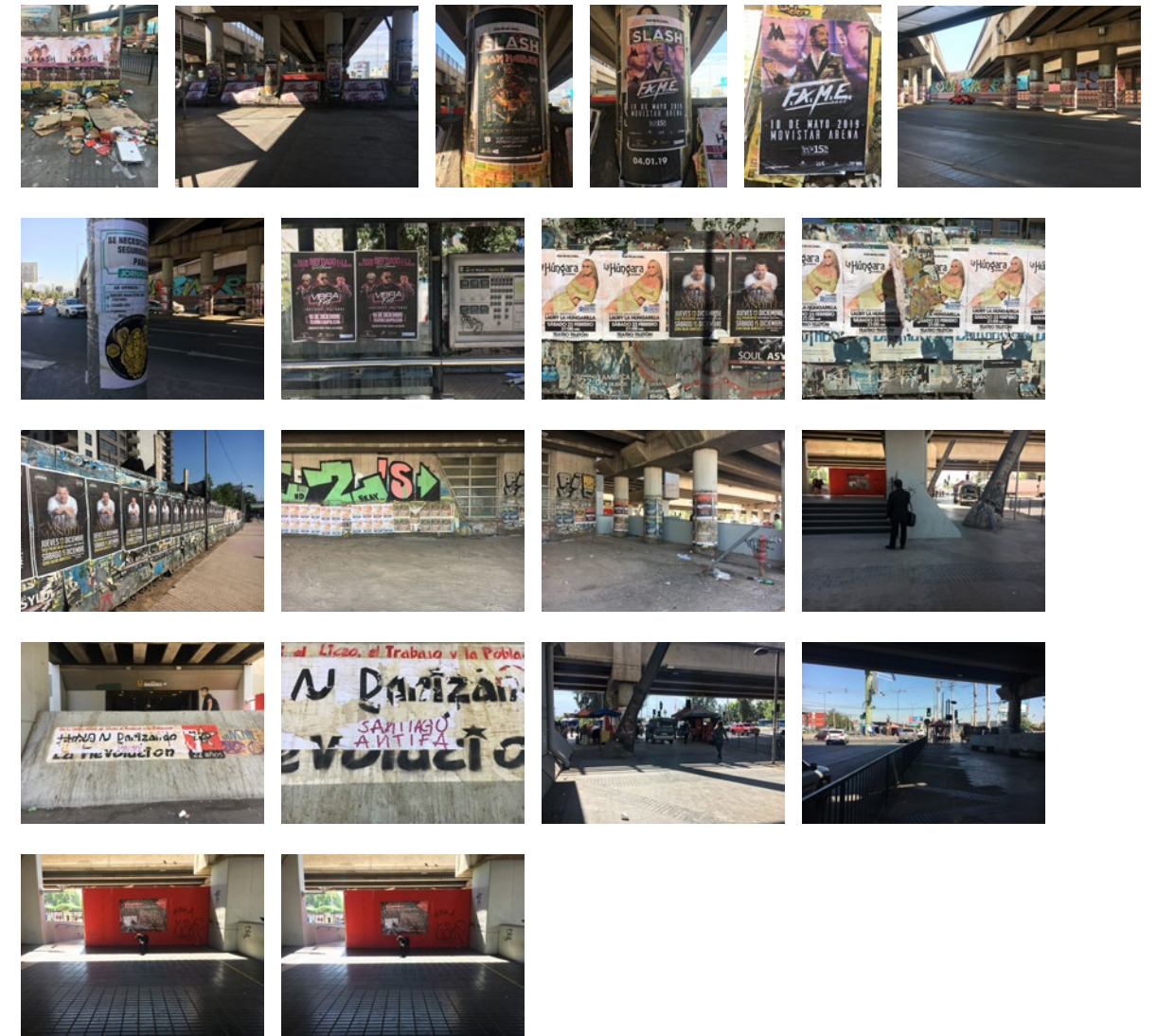
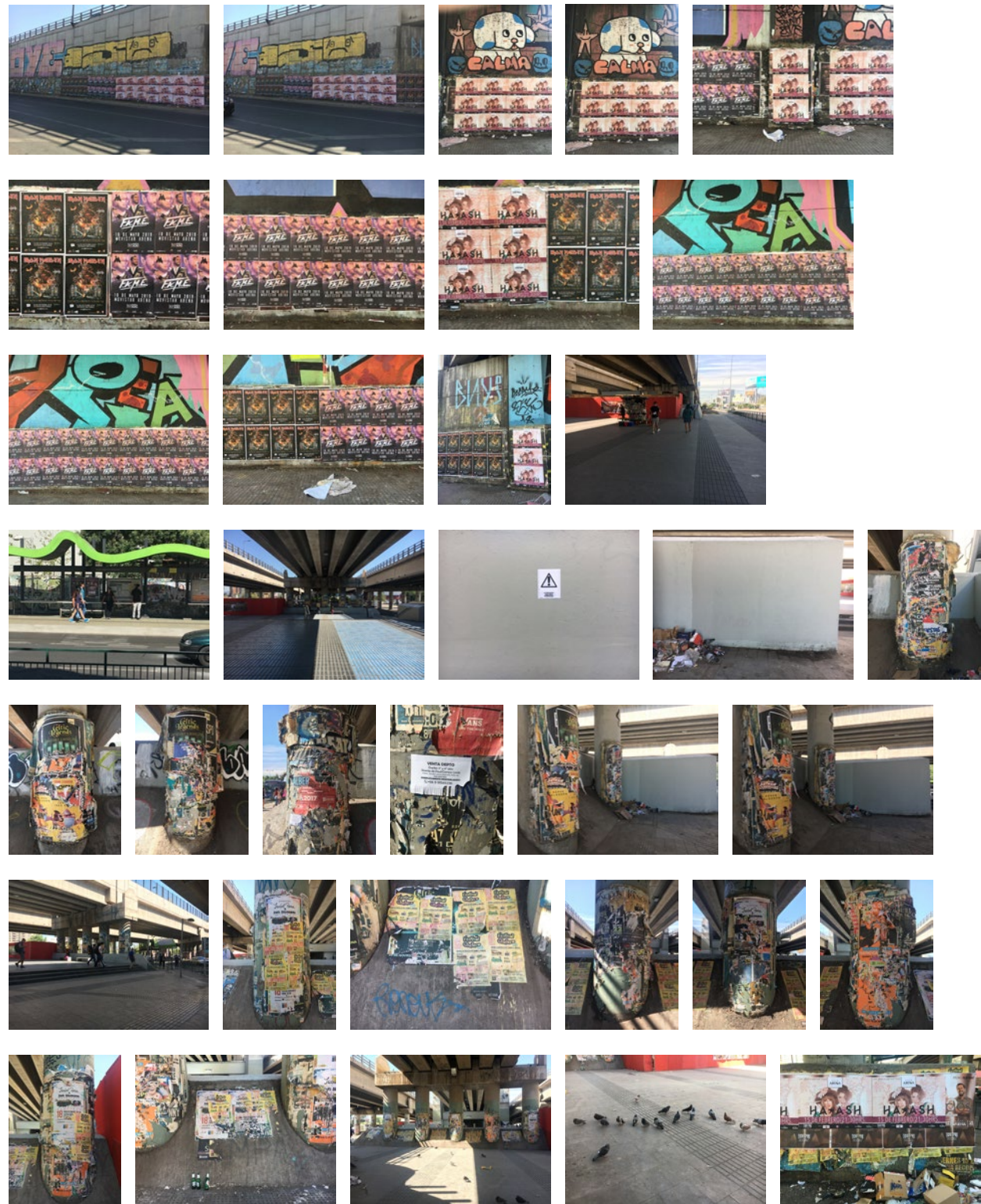
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 07-12-2018



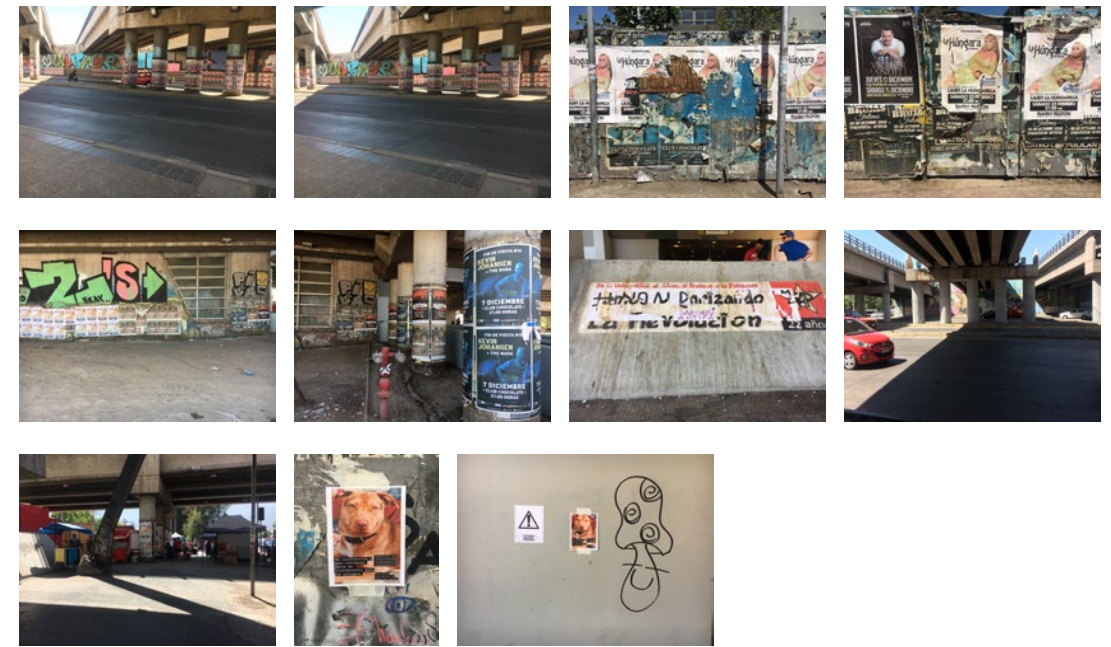
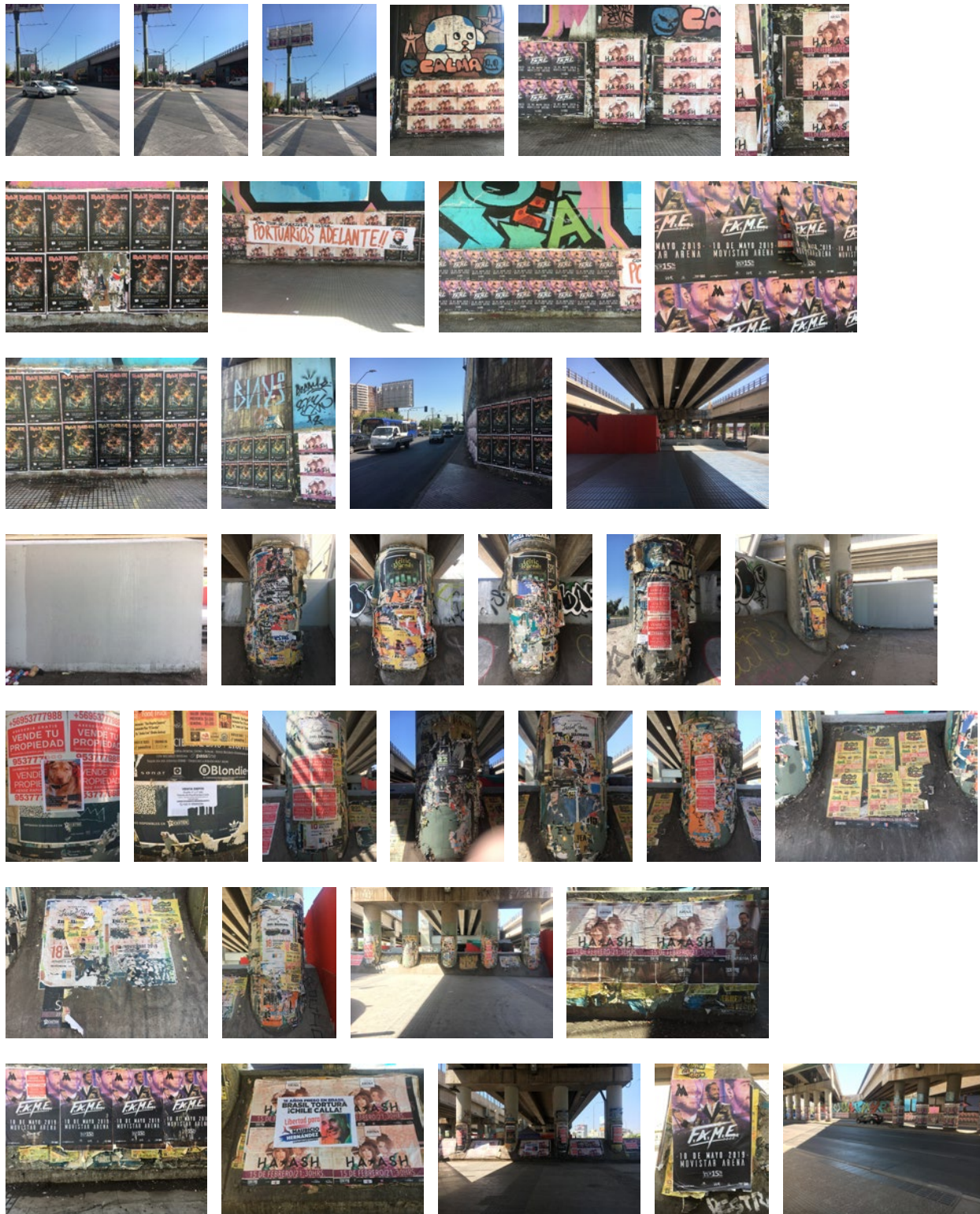
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 14-12-2018



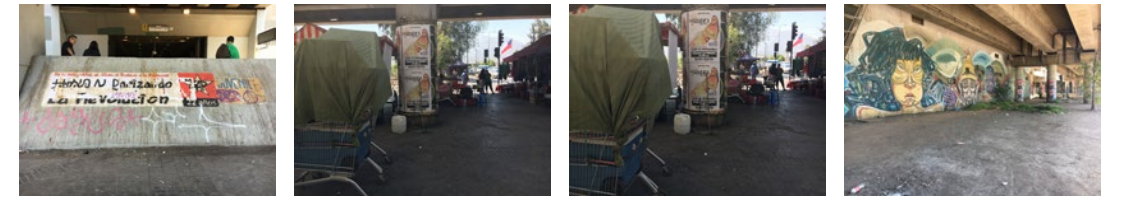
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 21-12-2018



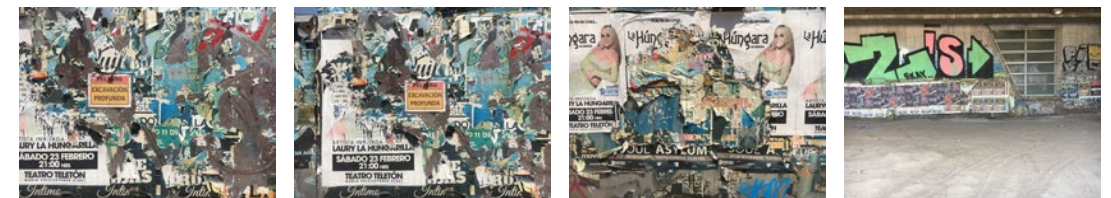
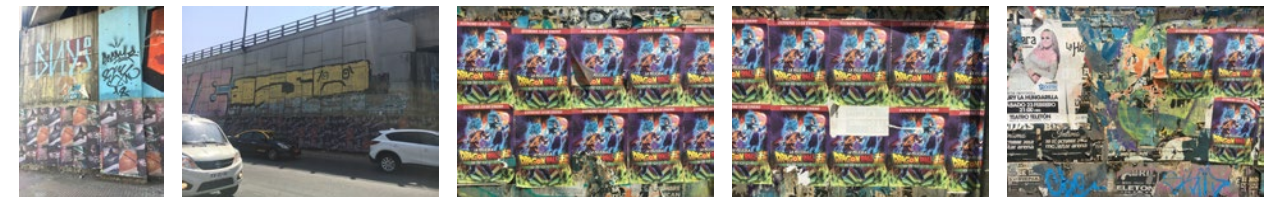
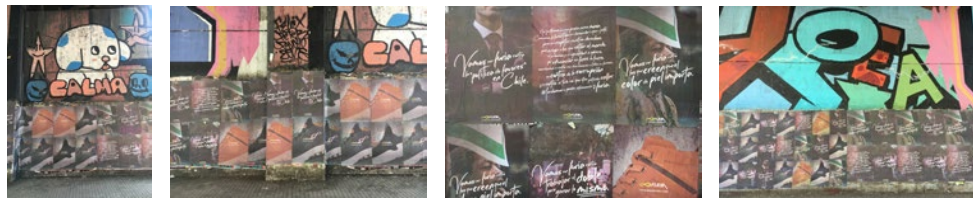
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 28-12-2018



Etapa: Registro definitivo

Fecha: 05-01-2019



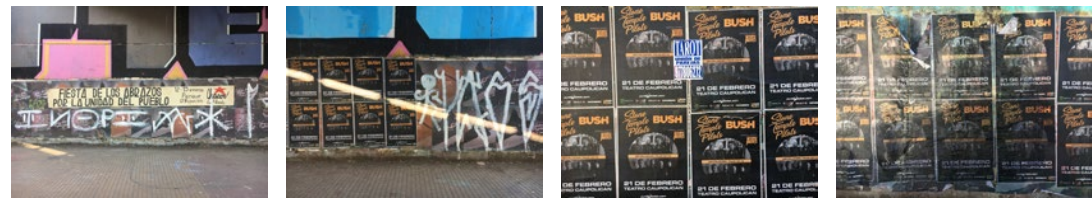
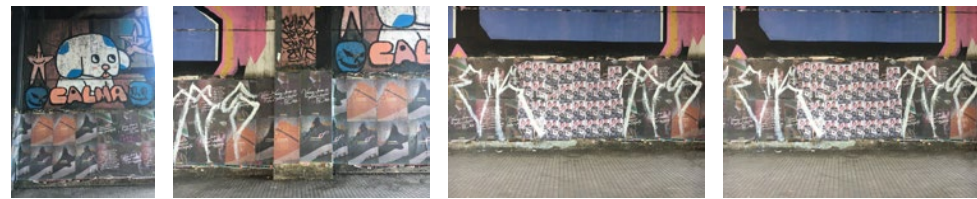
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 11-01-2019



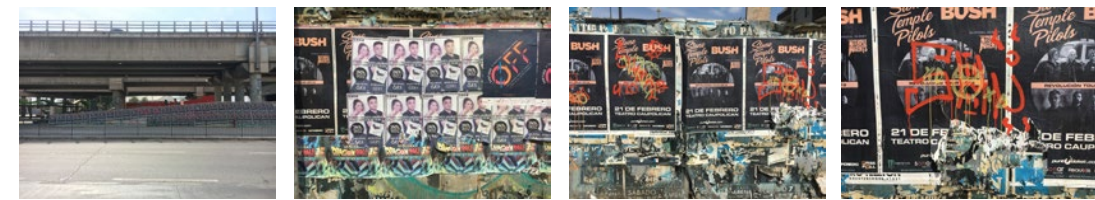
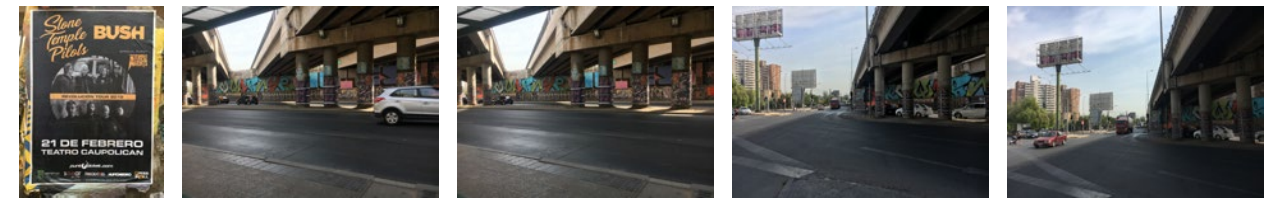
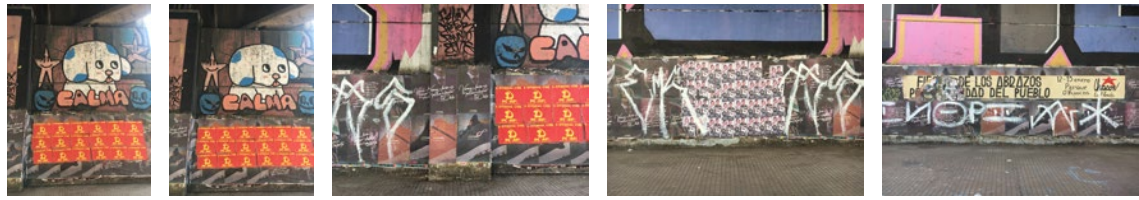
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 17-01-2019



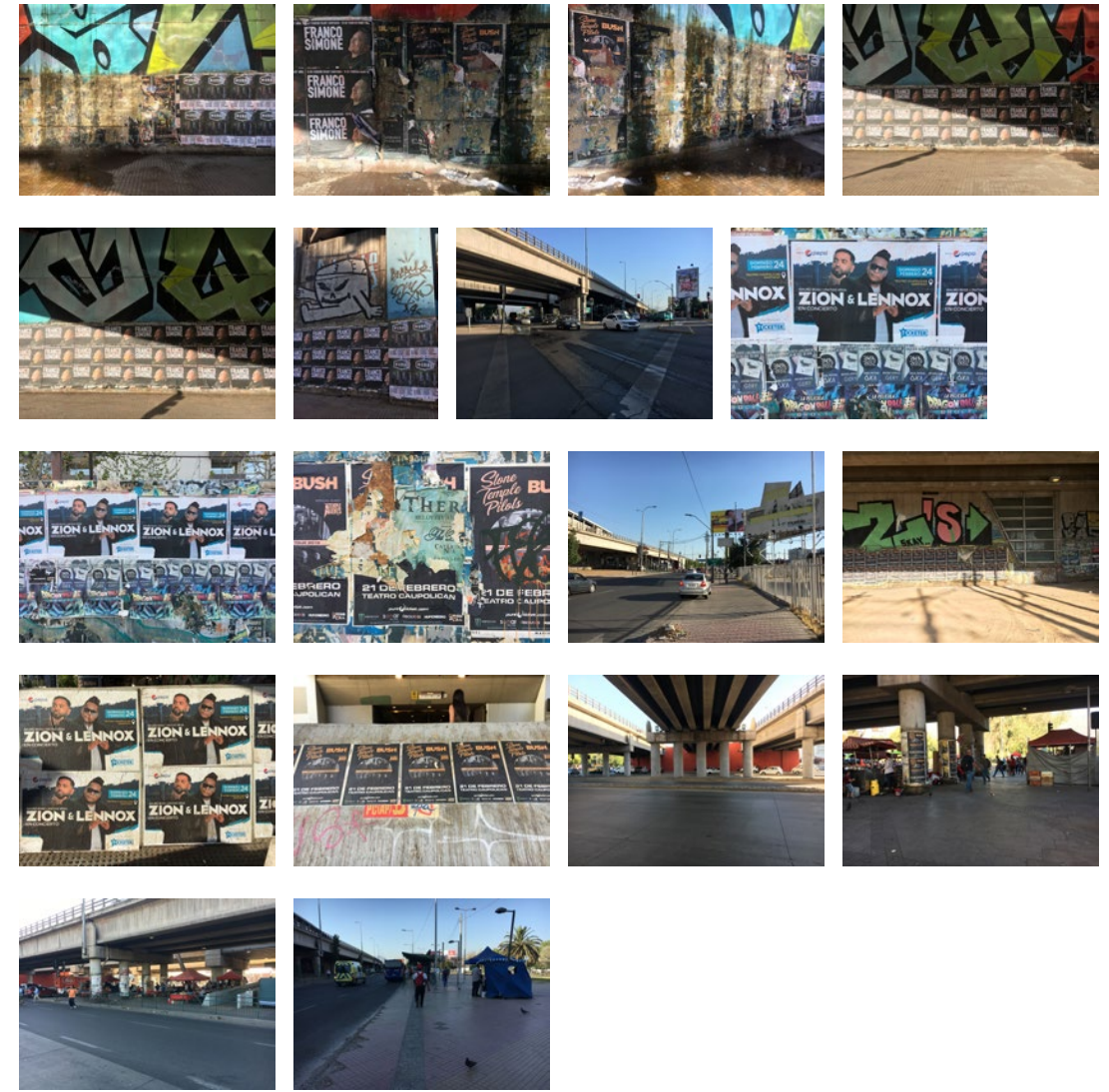
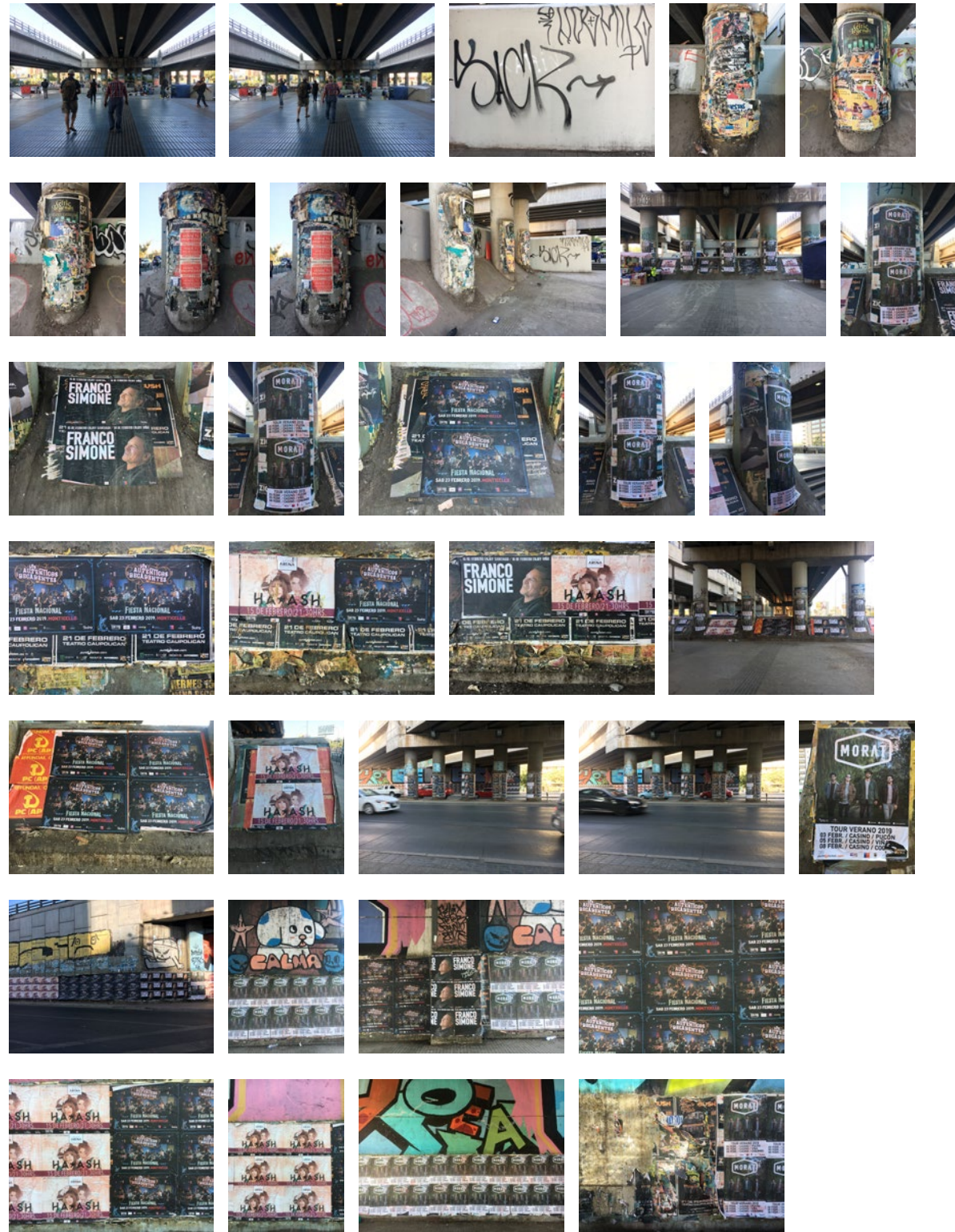
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 25-01-2019



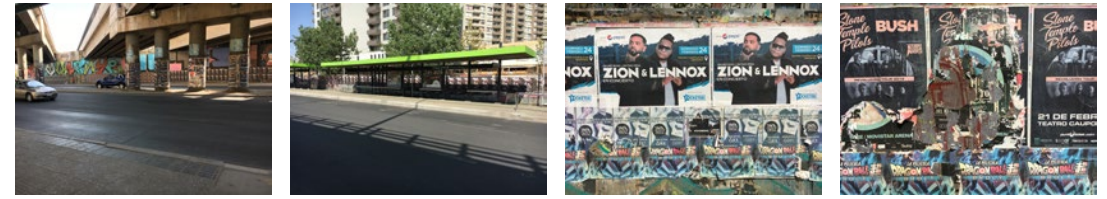
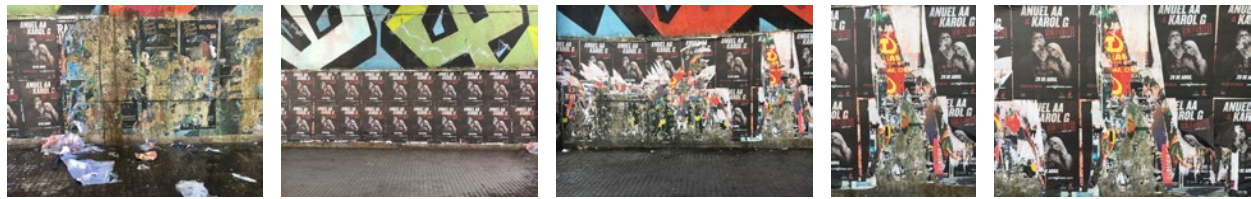
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 31-01-2019



Etapa: Registro definitivo

Fecha: 08-02-2019



Etapa: Registro definitivo

Fecha: 15-02-2019



Etapa: Registro definitivo

Fecha: 22-02-2019



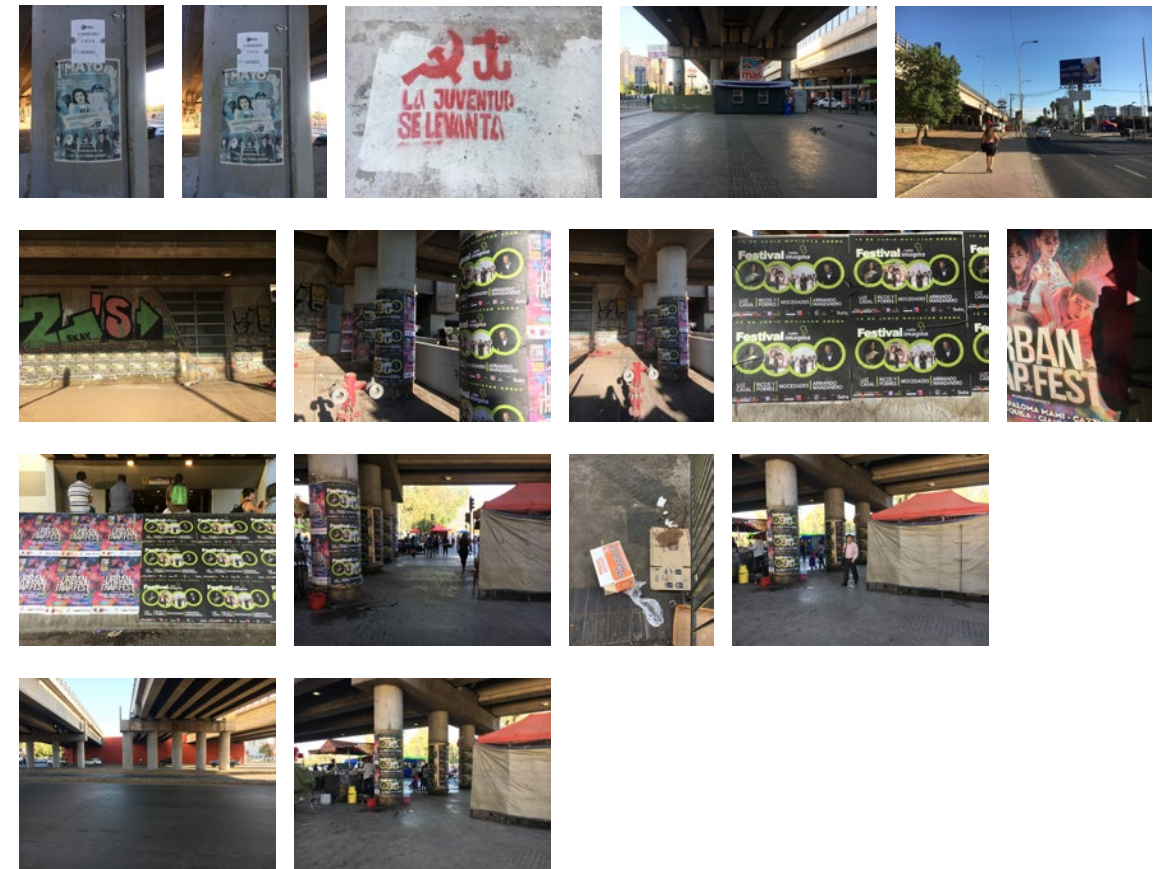
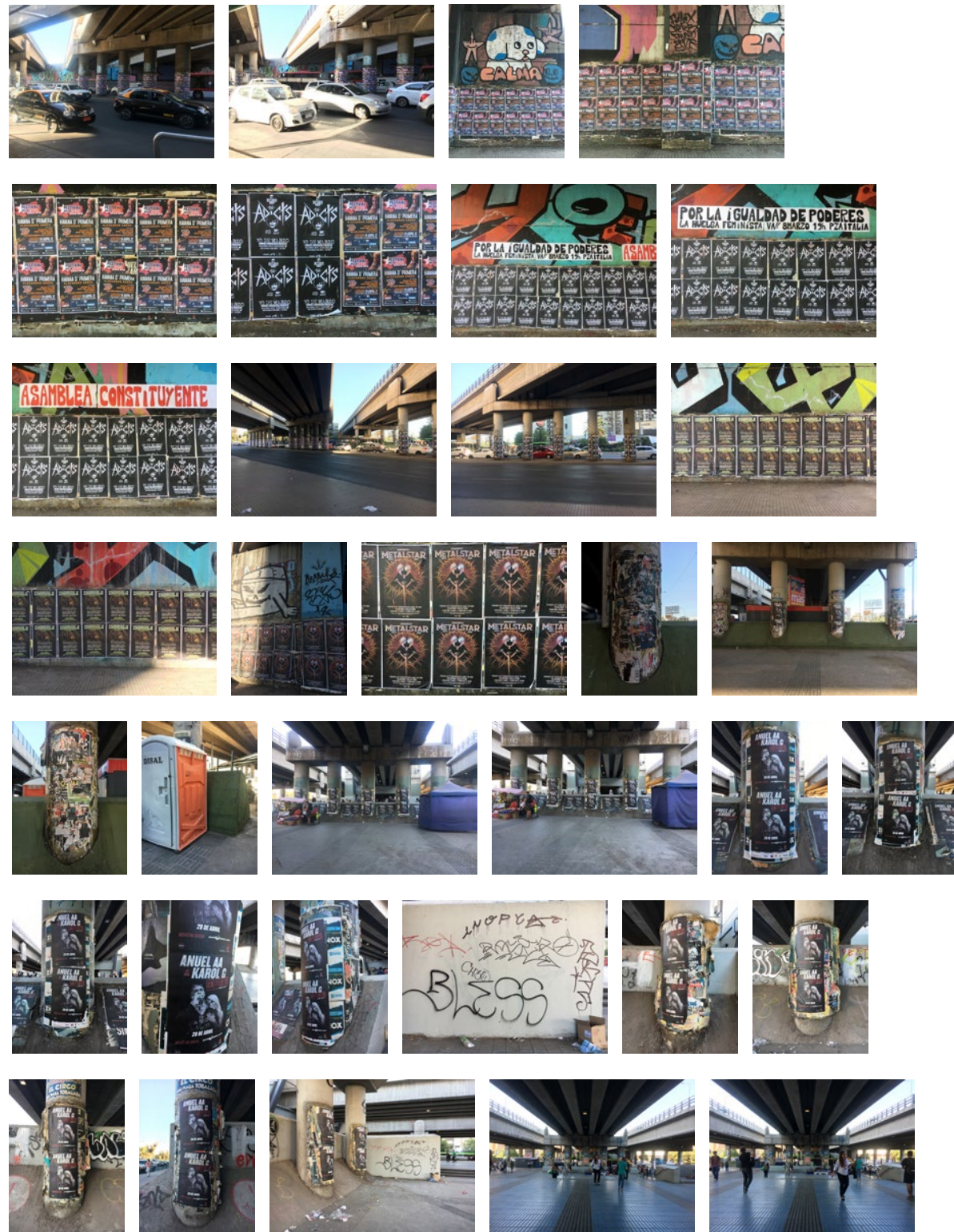
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 01-03-2019



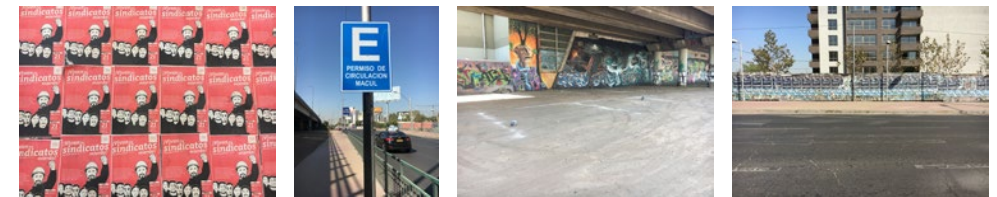
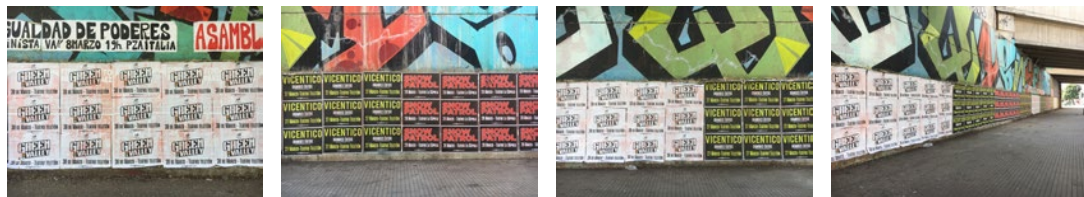
Etapa: Registro definitivo

Fecha: 07-03-2019



Etapa: Registro definitivo

Fecha: 15-03-2019



Anexo 02:

Imágenes satelitales sector Metro Macul 2000-2019.

Extraídas de Google Earth el 17-06-2019.



30-01-2000



25-04-2002



23-04-2012



11-02-2013



17-03-2004



30-04-2005



05-03-2014



11-03-2015



30-03-2008



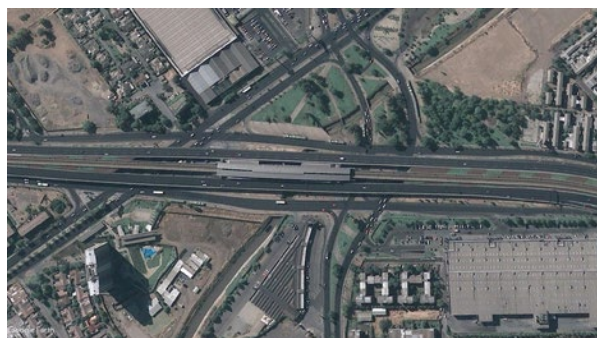
02-04-2009



17-02-2016



11-03-2017



20-03-2010



29-03-2011



27-02-2018



23-05-2019



El presente informe se terminó durante junio de 2019. Se utilizó la familia tipográfica *Skolar Sans Latin*, en sus versiones Normal y Extended. A lo largo del proyecto, en total se capturaron 2.124 registros fotográficos y audiovisuales, no obstante se trabajó con los 1.339 registros que se reunieron durante 23 semanas de trabajo de campo entre Octubre de 2018 y Marzo de 2019.



Man

Praceland®

ES

W
ERTO
SEPT

GO

B

GU
DA

hite

M movistar

SANTOS

MEDIO OFICIAL



com

110
hrs

TEATRO CAU

SOMOS movistar cele

hasta agotar stock de 2.000 unidades (descuento no aplicable) sobre cargo por servicios

LUZZIK

BOLETERÍAS DEL TEATRO



PRODUCE: prod ★ mo