

AcerVoz

Diseño de un servicio para la reformulación de la acción social del Museo de la Solidaridad Salvador Allende.

DICIEMBRE 2021

ALEJANDRA MOLINA BERNAL



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
DISEÑO MENCIÓN INDUSTRIAL

AcerVoz: Diseño de un servicio para la reformulación de la acción social del Museo de la Solidaridad Salvador Allende.

ALUMNA ALEJANDRA MOLINA BERNAL.

PROFESOR GUÍA: MAURICIO TAPIA.

SANTIAGO, CHILE, 2021.



AGRADECIMIENTOS

Al profesor Mauricio Tapia por su comprensión, apoyo y motivación durante este proceso.

Al Museo de la Solidaridad Salvador Allende por la disposición a apoyar proyectos de investigación en torno a temáticas sociales y de innovación, por su entrega a la comunidad vecinal y por su continua colaboración.

A mis vecinos y vecinas del barrio República quienes además de brindar apoyo fueron mi inspiración para este proyecto.

A mis amigos, familia y pareja por mantener la esperanza en alto y no dejarme flaquear en mis momentos de dudas y contradicciones.

Y en especial a mis padres por su paciencia, comprensión, su apoyo incondicional, confianza y por ser los principales soportes que me permitieron llegar hasta aquí.

ABSTRACT

This project addresses the social action of museum institutions from both a historical and contemporary perspective, thus identifying the great influence that sociocultural contexts exert on those lines of action.

Based on this, the design of a service is proposed that, based on the tools of the ecomuseological model and particularly on participatory cartographies, fosters the link that the museum establishes with its surroundings and territorially closest communities.

In this sense, the Museo de la Solidaridad Salvador Allende has been established as a case study based on, through the design of services, proposing a new type of interaction between it and its neighboring communities, through the use of collaborative models, gamification, use of digital technologies and reward systems, which promote the identification, interpretation and appreciation of heritage from the communities, for subsequent analysis by the museum in order to promote a critical reading of the context in order to enhance its capacity for resilience and adaptation to future transformations.

RESUMEN

El presente proyecto aborda la acción social de las instituciones museísticas desde una perspectiva tanto histórica, como contemporánea, identificando así la gran influencia que ejercen los contextos socioculturales sobre aquellas líneas de acción.

En base a aquello, se propone el diseño de un servicio que, basado en las herramientas del modelo ecomuseológico y particularmente en las cartografías participativas, fomente la vinculación que el museo establece con su entorno y comunidades territorialmente más cercanas.

En este sentido, se ha establecido como caso de estudio al Museo de la Solidaridad Salvador Allende en función de, a través del diseño de servicios, proponer un nuevo tipo de interacción entre aquel y sus comunidades aledañas, por medio de la utilización de modelos colaborativos, la gamificación, el uso de tecnologías digitales y sistemas de recompensas, que promuevan la identificación, interpretación y valorización del patrimonio desde las comunidades, para su posterior análisis por parte del museo en función de fomentar una lectura crítica del contexto para así potenciar su capacidad de resiliencia y adaptación a futuras transformaciones.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Capítulo 1: Marco teórico

Historia del museo previo al siglo XXI	14
Historia y situación de los museos en Chile	17
Cambios socioculturales a partir de octubre de 2019	22
Pandemia e impacto en los museos	27
Ecomuseología	32
Mapeos comunitarios	38

Capítulo 2: Caso de estudio

Museo de la Solidaridad Salvador Allende (MSSA)	43
---	----

Capítulo 3: Marco Metodológico

El diseño de la investigación	51
Objetivo 1: Identificar, seleccionar y caracterizar a los usuarios del servicio	52
1.1 Caracterización del mssa	52
1.2 Análisis del estado previo de vinculación del mssa	52
1.3 Identificación y clasificación de las organizaciones del barrio República	54
1.4 Determinación de los criterios de selección de los posibles proveedores	55
1.5 Caracterización de los proveedores	56
Objetivo 2: Elaborar una propuesta experimental del servicio que considere aspectos conceptuales, formales y relacionales	60
2.1 Definición de los requerimientos y pilares fundamentales del servicio	60
2.2 Estado del arte de redes y alianzas	61
2.3 Definición del flujo general de funcionamiento del servicio	63
2.4 Formulación de ideas y propuestas base	65

ÍNDICE DE CONTENIDO

Capítulo 3: Marco Metodológico

Objetivo 2: Elaborar una propuesta experimental del servicio que considere aspectos conceptuales, formales y relacionales _____	60
2.5 Propuesta final _____	66
2.6 Diseño de intermediario _____	70
2.7 Prototipado de la interfaz _____	77
2.8 Logística y presupuesto _____	102
Objetivo 3: Evaluar la eficacia del servicio diseñado. _____	104

Capítulo 4: Conclusiones

Potencialidades, falencias y proyecciones del proyecto _____	108
--	-----

Glosario _____	112
-----------------------	-----

Bibliografía _____	113
---------------------------	-----

Anexos _____	118
---------------------	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Manifestación Hong-Kong.	19
Figura 2: Pinto de atención rescatistas Cetro Arte Alameda.	20
Figura 3: Convocatoria del cabildo en Matucana 100.	21
Figura 4: Intervención FECH y Coordinadora Chile Despertó.	23
Figura 5: Reemplazo de la estatua de Francisco de Aguirre por busto de mujer diaguita.	23
Figura 6: Roca que renombra el Cerro Santa Lucía como Cerro Huelén.	23
Figura 7: Olla Común "Fabiola Campillay", comuna de La Florida.	24
Figura 8: Delimitaciones circulares Domino Park, Estados Unidos.	25
Figura 8: Domos de yoga en Toronto.	25
Figura 10: Supermanzana del Poblenou.	26
Figura 11: Actividades en el Campo de Cebada.	26
Figura 12: Mobiliario transformable utilizado en Campo de Cebada.	26
Figura 13: Taller de Huertxescuela MSSA por Emiliano de la Maza, transmitido por Youtube.	28
Figura 14: Recreación del autorretrato de Frida Kahlo.	28
Figura 15. Museo Virtual "Covid Art Museum".	28
Figura 16: Comedor Popular Margarita Ancacoy ubicado en el MSSA.	29
Figura 17: Interior de la sala de máquinas.	33
Figura 18: Edificio central del Ecomuseo.	35
Figura 19: Visita al patrimonio natural dentro del territorio del Ecomuseo.	35
Figura 20: Mapa de comunidad.	35
Figura 21: Jornada de mapeo.	40
Figura 22: Actual fachada del museo.	43
Figura 22: Esquema organigrama del museo.	44
Figura 23: Textil elaborado en base a proyecto "Mirada de Barrio".	49
Figura 24: Objetivos de la investigación.	51
Figura 25: Diagrama vínculo con actores internos y mixtos.	53
Figura 26: Diagrama vínculo con actores externos.	53
Figura 27: Categorías de organizaciones del barrio.	55

Figura 28: Esquema primer nivel etapa 1.	63
Figura 29: Esquema primer nivel etapas 3 y 4.	64
Figura 30: Matriz de clasificación de ideas.	65
Figura 31: Diagrama de flujo nivel 1 (usuario).	67
Figura 32: Listado flujo nivel 2 (proveedor).	68
Figura 33: Asociación conceptos y frases.	71
Figura 34: Moodboard de forma.	72
Figura 35: Detalle moodboard forma.	72
Figura 36: Composición paletas de colores.	73
Figura 37: Paleta de color seleccionada.	74
Figura 38: Tipografía utilizada.	75
Figura 39: Imagotipo.	76
Figura 40: Alusión a georreferencia.	76
Figura 41: Pattón de navegación y Ley del pulgar.	78
Figura 42: Esquema sesión usuario final	79
Figura 43: Esquema sesión proveedor	79
Figura 44: Wireframe elementos permanentes	80
Figura 45: Íconos menú inferior	80
Figura 46: Sketchs exploratorios de forma	81
Figura 47: Sketch escogido	81
FigFigura 48: Ícono profundización	81
Figura 49: Íconos e interacciones en profundización de contenido	81
Figura 50: Estética pestañas inicio	82
Figura 51: Pantalla de inicio	82
Figura 52: Botón de destacar contenido en estado inactivo y activo	82
Figura 53: Profundización horizontal	82
Figura 54: Profundización vertical	82
Figura 55: Pestaña novedades y profundización	83
Figura 56: Perfil otros usuarios	84
Figura 57: Sketchs perfil personal	84
Figura 58: Mockup perfil personal	84

Figura 59: Detalle Progreso en perfil	85
Figura 60: Wireframe Progreso personal	85
Figura 61: Mockup Progreso personal	85
Figura 62: Notificación misión próxima a cerrarse	85
Figura 63: Mockup pantalla Mapa	86
Figura 64: Detalle punto exacto	86
Figura 65: Detalle recorrido	86
Figura 66: Mockup pantalla Mapa	87
Figura 67: Detalle versiones	87
Figura 68: Ejemplo ruta y sus misiones	88
Figura 69: Wireframe vista general de la ruta	89
Figura 70: Wireframe vista de la ruta y su desglose de misiones	89
Figura 71: Mockup pantalla Rutas y misiones	89
Figura 72: Mockup ventana misiones y su estado	90
Figura 73: Activación de funciones caso 1	90
Figura 74: Activación de funciones caso 2	90
Figura 75: Canje por código QR	91
Figura 76: Canje por No Identificador	91
Figura 77: Mensaje explicativo No Identificador	91
Figura 78: Beneficio canjeado	92
Figura 79: Detalle de beneficio sin canjear	92
Figura 80: Puntos acumulados	92
Figura 81: Beneficios disponibles	92
Figura 82: Detalle beneficio	92
Figura 83: Detalle estética notificación	93
Figura 84: Estética menú desplegable	93
Figura 84: Detalle botón central	94
Figura 85: Perfil personal proveedor	94
Figura 86: Mensaje fotografía de canje	94
Figura 87: Canje con fotografía	95
Figura 88: Detalle de canje sin fotografía	95

Figura 89: Detalle de pantalla Registro de canje	95
Figura 90: Detalle de canje por No Identificador	95
Figura 91: Wireframe pantalla rutas	96
Figura 92: Pantalla rutas con detalle agregar	96
Figura 93: Desglose ruta y edición	96
Figura 94: Ventana edición parámetros misiones	97
Figura 95: Rangos y beneficios puntaje misiones	98
Figura 96: Rangos y beneficios puntaje ruta	98
Figura 97: Detalle botón beneficios	98
Figura 98: Beneficio bloqueado 3/3	99
Figura 99: Beneficio bloqueado por autorización	99
Figura 100: Pantalla mapa estadístico	100
Figura 101: Pestaña estadísticas	100
Figura 102: Pestañas de coordinación	101
Figura 103: Diagrama interacciones usuario final	103
Figura 104: Diagrama interacciones proveedor	103

INTRODUCCIÓN

El rol social del museo se manifiesta incluso antes de su institucionalización y se ha conformado como un elemento fundamental para el desarrollo de la sociedad, en tanto colabora en situar al ser humano en su contexto y promover la memoria y la reflexión de los pasados y presentes a fin de fomentar la proyección y articulación de alternativas para el desarrollo futuro de la sociedad, sin embargo, el elitismo, hermetismo e incluso la atemporalidad que le persigue desde sus inicios, ha obstaculizado esta tarea en múltiples ocasiones, distanciando a los museos del camino hacia su democratización cultural.

El presente proyecto presenta una panorámica en torno a la institución museística y la influencia que ejercen los cambios socioculturales sobre ella, denotando así la relevancia que adquiere el contexto en sus procesos de transformación.

En ese sentido, la capacidad de leer e interpretar adecuadamente el contexto, resulta sumamente beneficioso para las instituciones, en tanto les permite prever futuras transformaciones, en línea con la capacidad de resiliencia que pueden desarrollar frente a nuevas situaciones.

Resulta, entonces, más que conveniente apoyarse en algunos postulados y herramientas que presenta la ecomuseología, siendo, por una parte, el mapa de comunidad o las cartografías participativas, una herramienta que facilitará los procesos de observación, interpretación y análisis del contexto a través de la identificación del patrimonio material e inmaterial.

Desde otra perspectiva, el valor del símbolo y sus reinterpretaciones se encuentran en auge, lo cual favorece, por una parte, al fomento de las identidades, mostrándose como un mecanismo útil para el acercamiento al patrimonio y su valoración. Por otra parte, la asociatividad que propone, encaja con las prácticas contemporáneas coincidiendo precisamente en un momento sociocultural marcado a nivel nacional por la participación y el interés de formar redes de apoyo.

Finalmente, la inminente transformación digital y su desarrollo a pasos acelerados, no puede eludirse, en ese sentido, es necesario reconocer que a pesar de que presenta brechas, también proporciona potencialidades significativas en torno a múltiples dimensiones.

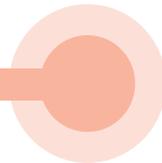
En vista de todo lo anterior, el contexto actual se muestra propicio a la exploración de nuevos modelos y modos de funcionamiento, esta vez, desde un ámbito colaborativo y consciente del entorno no tan solo físico, sino que también social.

En ese sentido, el desarrollo de un servicio destinado a los museos de Chile y eventualmente escalable a otros territorios, que considere como bases fundamentales conceptos como la solidaridad, colaboración, prácticas comunitarias, participación, cuestionamiento e interpretación del patrimonio, podría posicionarse como una oportunidad para el fomento de transformaciones sociales positivas.

Al respecto, la tesista considera oportuno proponer un servicio que, basado en instrumentos y postulados de la ecomuseología, colaboren desde una perspectiva más actual (a través de la utilización de las herramientas digitales), con este proceso de fomento de acción social y lectura del contexto en la institución museística a fin de aquella pueda prepararse de mejor manera para enfrentar el nuevo contexto que se avecina y al mismo tiempo, aportar de manera efectiva al desarrollo y bienestar de las comunidades.

Considerando las condicionantes que se han impuesto a partir de la pandemia y sus restricciones sanitarias que han impulsado a las comunidades a centrarse en su entorno más cercano, en línea con la cualidad de habitante de la tesista dentro del Barrio República, se ha considerado pertinente abordar este servicio desde el caso de estudio del Museo de la Solidaridad Salvador Allende que se ubica en el mismo emplazamiento y que además presenta una trayectoria favorable para el desarrollo de una propuesta enfocada en el ámbito territorial y social.

1. MARCO TEÓRICO



HISTORIA DEL MUSEO PREVIO AL SIGLO XXI

Tal y como menciona Barenblit los museos no quedan exentos de los cambios y transformaciones que enfrenta la sociedad, es más, muchas veces han reflejado aquellos cambios tanto en su estructura tangible como en su carácter intangible, sin embargo en su mayoría, ha sido la sociedad quien ha impulsado a los museos a hacerse partícipes de estas transformaciones, demostrando a su vez que las instituciones museísticas no pueden tomar un carácter de imparcialidad frente a los procesos históricos que enfrentan las comunidades.

Si bien la historia del museo contemporáneo es extensa y se remonta al siglo XVIII, el coleccionismo y los gabinetes de curiosidades durante el siglo XII a.C se consagraban como la génesis y posterior piedra angular dentro de la institución museística, donde la predominancia del carácter privado y la elitización de la cultura dan paso a la profesionalización de la disciplina hacia el año 1.727 con la aparición de la primera edición de la revista "Museographia"¹.

Por otra parte, principalmente motivado por los cambios sociales durante el periodo de la Ilustración la institución museística se vuelca hacia un carácter más público y con enfoque enciclopedista, sin embargo la Revolución Francesa genera además de un nuevo cambio de paradigma, una interpelación a la gestión de los museos cuestionando su rol social y apuntándolos como instituciones ligadas a la aristocracia.

Los siguientes periodos se encuentran marcados por tendencias que responden directamente a sus contextos socioculturales, la Revolución Industrial trae consigo el retorno de la ostentación nacionalista y la post-guerra lleva al auge de exposiciones itinerantes y temporales; asimismo, el cuestionamiento en torno a la manera en que los museos reflejan su época también se ve presente en las distintas vanguardias estéticas del entorno expositivo² el surgimiento del arte conceptual, por su parte, promovió la necesidad de facilitar la comprensión e interpretación de los elementos expuestos dando paso a los museos interactivos que fomentaban un enfoque didáctico.

La Guerra Fría en Estados Unidos reveló un cambio paradigmático asociado a la mercantilización de la institución museística con la aparición de los museos de masas arraigados a la sociedad de consumo y al aspecto propagandístico, a diferencia de lo ocurrido en Europa, donde la crisis económica generó una paralización de las instituciones museísticas que se amplió a otros rubros principalmente en Francia con la Revolución de Mayo del 68 que además supuso un nuevo cuestionamiento al rol social y la accesibilidad de los museos acompañado de combate contracultural que se erigió bajo la consigna de "La Gioconda al metro".

"Los museos responden siempre a las sociedades en que están inmersos, están siempre en estado de transformación".

(Barenblit, 2020)

1. Publicada por Caspar Friedrich

2. Destacando el concepto del "cubo blanco" y las corrientes surrealistas y constructivistas como contraparte

Desde otro aspecto, la mediatización de los medios masivos de comunicación "mass media" influyeron en las estrategias comunicacionales de las instituciones museísticas que con la llegada y la acelerada masificación del internet en los años 90, debieron enfrentar nuevos retos como la definición de una nueva identidad ahora en el espectro digital dando paso al fenómeno de la deslocalización que difuminó la barrera entre lo físico y lo virtual. La relevancia de este aspecto se extendió hacia el siglo XX con la creación del AVICOM, un comité para nuevas tecnología audiovisuales, digitales y sociales que tiene como finalidad, entre otras cosas, asesorar a los museos sobre el uso de las nuevas tecnologías, dar a conocer la potencialidad de éstas y promover su utilización tanto para el ámbito promocional y comercial como en lo educativo e informativo.

EL MUSEO COMO ENTE SOCIAL: NUEVAS CORRIENTES MUSEOLÓGICAS

Si bien la función educativa del museo siempre ha sido un tema abordado por la museología, la democracia cultural por otra parte, aún es un aspecto sin resolver que ha impulsado la aparición de nuevas corrientes y modelos que buscan subsanar este déficit. La Nueva Museología es una de las corrientes que busca replantear el concepto de museo desde sus cimientos poniendo en cuestión las dimensiones tradicionales de colección, público y edificio para reemplazarlas por las nociones de patrimonio, comunidad y territorio, en busca de generar museos accesibles a la sociedad y al servicio del desarrollo de ésta, buscando la democratización cultural a través de la apertura y el acercamiento social.

El primer antecedente de esta corriente museológica, data de principios del siglo XX cuando, el escasamente mencionado dentro de la literatura de la Nueva Museología, Cotton Dana publica "El nuevo museo" proponiendo una visión netamente social del museo en Estados Unidos, un museo abierto, dinámico y útil.

Dana se enfocó en el territorio y la población local poniendo énfasis en los sectores suburbanos y la población obrera, en tanto planteaba la visibilización de las identidades y la exaltación de los elementos cotidianos como prácticas que propician la apreciación de los recursos culturales y por consecuencia, motivan los cambios sociales (Acuña, 2014).

Otro referente relevante dentro de la Nueva Museología, es Freeman Tilden que en 1957 publica su obra "Interpreting Our Heritage" donde define la interpretación del patrimonio como un proceso de sensibilización complejo en el cual el factor identitario adquiere gran relevancia, en ese sentido la significación simbólica se posiciona como un elemento esencial que según Morales (1998) generalmente se vincula con la transferencia cultural.

Al respecto es posible afirmar que los territorios por se son contenedores de una infinidad de interpretaciones simbólicas de quienes los habitan, sin embargo, son escasas las veces en que éstas son tomadas en consideración para las exposiciones museísticas; un proyecto visionario en ese sentido, fue el Museo de vecindario experimental fundado por el secretario del Instituto Smithsonian en 1967 para la comunidad afroamericana de Anacostia en Estados Unidos donde inicialmente se planteó como una estación difusora de los contenidos del Museo Smithsonian, sin embargo, prontamente la población local se interesó en participar activamente, expresando su deseo de exponer sus experiencias e historias, por lo que se inauguraron exposiciones y programas públicos centrados en la historia afroamericana, los problemas de la comunidad y la historia local.

Estos precedentes no hacían más que demostrar que el papel del museo para y con la sociedad debía ser repensado y reconfigurado, hecho que queda de manifiesto durante la IX Conferencia General del Consejo Internacional de Museos (ICOM) celebrada en Grenoble, Francia en 1971, donde, como relata de Varine (1984) destacó la participación del mexicano Mario Vázquez bajo la polémica proclamación "la revolución del museo será radical o el museo desaparecerá".

Vázquez cuestionaba severamente la función del museo y reiteraba que de no adaptarse a los constantes cambios de la sociedad, el deterioro de la institución además de veloz, sería irrevocable hasta el punto de su deceso, sin dudas, su proclama causó furor y devino no tan solo en un llamado urgente de reflexión en los museos, sino que también caló en el ámbito institucional dando paso a la organización de una Mesa Redonda que abordara el papel de los museos en la América Latina contemporánea y que sería decisiva para la disciplina museológica contemporánea a nivel mundial (Sánchez, 2014).

EL MUSEO COMO ENTE SOCIAL: UN HITO IDEOLÓGICO

La Mesa Redonda se efectuaría en 1972 bajo un contexto marcado por grandes crisis sociales producto de las luchas guerrilleras, revolucionarias y las dictaduras militares en América Latina que irrumpieron en los hábitos sociales y culturales del continente y que en la Conferencia de Grenoble de 1971, dieron carácter de urgencia a la reflexión del rol social de la institución museística dando lugar a la Mesa Redonda de Santiago de 1972, emplazada en Santiago de Chile un año previo a la dictadura cívico-militar liderada por Augusto Pinochet.

Según de Varine (1984) Chile, en pleno gobierno de la Unidad Popular a manos de Salvador Allende, parecía un contexto favorable para la realización del encuentro, en el cual, a diferencia de los encuentros anteriores, se optó por tomar un nuevo rumbo, dejando atrás el paradigma expositivo principalmente liderado por expertos europeos y anglosajones y adoptando una modalidad en que el idioma predominante fuera el Español y los invitados expertos fueran en su totalidad latinoamericanos; es bajo este marco en el cual se reafirmó la necesidad de adaptación de los museos a los cambios sociales, económicos y culturales y se ahondó respecto a las emergentes temáticas tecnológicas, educativas y territoriales poniendo énfasis en las esferas urbanas y medioambientales, dando como resultado la "Declaración de Santiago", emitida a finales de Mayo de 1972 donde se desarrolla el concepto de "Museo Integral" un museo que considera la totalidad de problemáticas de la sociedad, un instrumento dinámico del cambio social, que posterga las funciones tradicionales del museo de recolección y conservación para priorizar la función social bajo el concepto de patrimonio global administrado en favor del interés de todas las personas.

Esta nueva corriente museológica, aunque célebre, no consiguió una aplicación práctica tan suficiente como se hubiese esperado, es más, la mayoría de los asistentes al encuentro no logró concretar las decisiones tomadas, sin embargo, generó una serie de repercusiones que traspasaron el alcance inicialmente esperado y acotado de América Latina, para introducirse, aunque de manera tardía, como la Nueva Museología a lo largo del mundo.

EL MUSEO COMO ENTE SOCIAL: REPERCUSIONES DE LA DECLARACIÓN DE SANTIAGO DE 1972

Desde la creación de nuevas experiencias como las "Casas Museo" en México, la inauguración de nuevos museos locales y comunitarios, hasta los Ecomuseos que generaron gran impacto en Francia, el museo integral y la "Declaración de Santiago" generó una revolución en el ámbito museístico, generando incluso, la creación de la organización internacional Movimiento Internacional para una Nueva Museología (MINOM) fundada en 1985 en Quebec, Canadá a raíz del "1° Taller Internacional de Ecomuseos y Nueva Museología". Entre las misiones del MINOM se encuentra el reunir a las personas dedicadas a la museología activa e interactiva, fomentar el desarrollo de la identidad dentro de la comunidad y favorecer tanto las relaciones de cooperación entre usuarios y profesionales, como la colaboración intercultural, siendo su filosofía la de propiciar el desarrollo comunitario y el diálogo, a través de la socialización de estrategias de utilización del patrimonio como una herramienta útil para la ejecución de cambios sociales que mejoren las condiciones de vida. (MINOM, s.f).

Desde la institucionalidad, la repercusión de la "Declaración de Santiago" supuso la incorporación de un nuevo fragmento en la definición formal de museo divulgada por el ICOM, el de "al servicio de la sociedad y su desarrollo", pieza muy relevante para la creación de iniciativas emergentes de la denominada Museología Social, corriente que se caracteriza por la mirada crítica del mundo y el activismo social plasmadas en la acción museística a través de iniciativas comunitarias, académicas y experimentales.

Posteriormente, Paula Assunção dos Santos, ex presidenta del MINOM, afirma que durante 1992 se realiza en Caracas un seminario en conmemoración de los 20 años de la Mesa Redonda de Santiago que busca retomar la ideología surgida hace dos décadas, renovándola frente a los nuevos retos y plasmando el vínculo entre sociedad y el museo, éste último actuando como portador de identidad de los pueblos, este suceso en conjunto con la creación del Programa Ibermuseos en 2007 cuyo principal objetivo es "promover el fortalecimiento de las instituciones museísticas en la región iberoamericana" (Ibermuseos, 2018) da cuenta de la relevancia que adquiere el contexto y la población local para el desarrollo social y museístico.

HISTORIA Y SITUACIÓN DE LOS MUSEOS EN CHILE

Desde una perspectiva nacional, la institución museística a lo largo de su historia ha sido sujeto de cambios, aunque éstos han sido tardíos en comparación a los territorios más vanguardistas como Europa o Norteamérica, es indiscutible el estancamiento evolutivo de la institución que se aprecia en concordancia con los cambios político-sociales ocurridos en el país.

Si bien la historia ligada a los museos en Chile es extensa, para las finalidades que persigue este proyecto, se ha decidido generar una revisión acotada del panorama histórico, centrándose principalmente en exponer la relación entre el contexto local y el proceso de desarrollo de las instituciones museísticas en Chile a través de algunos hitos relevantes.

La historia museística chilena se remonta al año 1830 cuando el 14 de septiembre el naturalista francés Claudio Gay a pedido del gobierno chileno funda el que será el primer museo en Chile y uno de los más antiguos de América, el Museo Nacional de Historia Natural (MNHN), este suceso da cuenta de la tendencia nacionalista surgida durante el siglo XIX con la progresiva independencia de las naciones en el continente americano, donde muchas focalizaron sus museos en exposiciones orientadas a su historia como nación y su patrimonio natural. Posteriormente la profesionalización de la labor museística se consolida a través de la creación de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM) la cual reúne bajo su administración a los museos de carácter estatal a lo largo de todo el territorio chileno y la creación del Centro Nacional de Museología, que sería la primera y única escuela museológica en Chile comenzada por iniciativa de la austriaca Grete Mostny, una figura de relevancia en la museología nacional.

Durante la década de los 70 tiene lugar la ya abordada Mesa Redonda de Santiago que da paso a la publicación del primer catastro de los museos en Chile de 1975 y posteriormente, la dictadura cívico-militar delimita un periodo que algunos autores denominan como "Apagón cultural" caracterizado por reconfiguraciones institucionales en el mundo artístico y cultural, actos represivos y coercitivos, censura, homogenización de los espacios culturales y traspaso de bienes culturales locales al gobierno Español.

En general, a pesar de lo que se podría esperar del lugar que dio cabida a la génesis ideológica de la Nueva Museografía, la historia museística chilena se ha mantenido ligada más estrechamente a la museología tradicional, a excepción de casos como la creación del Museo Interactivo Mirador (MIM) en 1994, que supuso una nueva perspectiva en cuanto al modelo museológico en el país.

Progresivamente, las iniciativas de fomento al desarrollo de los museos se fueron avistando, destacando el Plan Nacional de Mejoramiento Integral de Museos Estatales implementado a partir del año 2001 enfocado principalmente en mejoras de infraestructura, pero también en proyectos relacionados a nuevas propuestas museográficas y de servicios complementarios que permitan vincular emocionalmente a los visitantes con los contenidos expuestos.

A inicios de la segunda década del siglo XXI Chile es remecido por un devastador terremoto causando daños a las infraestructuras culturales del país y obligando al cierre temporal de éstas hasta finalizadas sus reparaciones, la reapertura tuvo gran cobertura de los medios permitiendo así una mayor visibilización de la valoración y conservación del patrimonio cultural.

Posteriormente durante el año 2014 se propone la redacción de la que sería la Primera Política Nacional de Museos atendiendo a la necesidad de configuración y articulación del sector museístico chileno, durante ese mismo año se crea el Registro de Museos de Chile (RMC), el cual busca reunir a todos los museos que forman parte del Sistema Nacional de Museos (SNM), posteriormente para el año 2018 se crea el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, con lo que la DIBAM pasa a convertirse en el Servicio Nacional de Patrimonio Cultural (SNPC) haciéndose dependiente de la nueva Subsecretaría del Patrimonio Cultural; para el mismo año, el trabajo que venía efectuándose desde 2014 se materializa con la publicación de la Primera Política Nacional de Museos, la cual establece como objetivo general el "promover el desarrollo armónico y sostenido de los museos de Chile, poniendo en valor los múltiples, diversos y dinámicos patrimonios que conforman el tejido cultural del país" (Subdirección Nacional de Museos, 2018).

SITUACIÓN MUSEAL EN CHILE : DIAGNÓSTICO

Bajo el contexto de la Primera Política Nacional de Museos se evidencia que la información sobre la realidad museal es escasa e incompleta, lo cual significa un gran contratiempo para la oportuna identificación y solución de las problemáticas existentes en las instituciones museísticas; al ser detectada esta necesidad, se puso en marcha un catastro y diagnóstico a modo de esclarecer la situación de los museos en Chile. La última publicación de este tipo fue el documento "Panorama de los museos en Chile: Reporte 2020" del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

La publicación realiza una caracterización del espectro museal presente en Chile, que aunque no involucra variables de análisis relevantes como son las repercusiones de la pandemia y la Revuelta Social de 2019, permite observar una panorámica de cómo son los museos presentes en Chile aunque para las finalidades que persigue este proyecto, sólo se abordarán algunos aspectos.

El país cuenta con 320 museos registrados y durante los últimos 20 años es que se ha incrementado mayormente su número, se distribuyen desigualmente a lo largo del territorio, sin embargo se concentran principalmente en la región metropolitana, en general son de escala pequeña a mediana y resguardan colecciones principalmente históricas y arqueológicas.

En cuanto a su organización interna, un 56% tiene una administración dependiente de privados y un 44% dependiente de entidades públicas, por otro lado, cuentan con equipos de trabajo reducidos, los cuales se centran primordialmente en labores de atención al público, montaje de exposiciones y mediación. En su mayoría son gratuitos y si bien tienden a trabajar solos, un porcentaje considerable cuenta con apoyo de redes de amigos y redes regionales de museos; y una minoría cuenta con un grupo o asociación de voluntarios del museo.

Las plataformas digitales que utilizan se concentran en los sitios webs institucionales con un 69% y en las redes sociales Facebook con un 62% de utilización e Instagram con 37%, asimismo, el uso de Youtube se concentra en al menos un cuarto de los museos en Chile.

A través de este reporte, se indica que los museos en Chile tienden a un "perfil comunitario y/o de orientación local" sin embargo, el nivel de vinculación que las instituciones presentan con sus públicos o comunidades es medido a través de 4 variables, la cantidad de servicios complementarios que ofrecen (talleres, baños, wifi, visitas guiadas), el registro cuantitativo y cualitativo de los visitantes (encuestas, control de visitas y segmentaciones), la presencia en redes sociales y utilización de soportes tecnológicos, y finalmente la participación en redes de museos regionales, nacionales e internacionales; estas variables parecen ser insuficientes para establecer el nivel de vinculación que los museos mantienen con la comunidad, enfocándose mayormente en el público y en otras instituciones museísticas, y eludiendo el análisis sobre la relación que el museo establece con la comunidad que habita y/o frecuente el territorio donde éste se emplaza, igualmente dejando de lado la relevancia que implica que las instituciones museísticas se relacionen con instituciones o asociaciones de otra tipología (educativas, sociales, artísticas, entre otras).

Es evidente que este razonamiento se relaciona a la museología más tradicional y bajo esta premisa, es relevante mencionar que la catalogación basada en los parámetros ya expuestos, obvia aspectos tan relevantes en cuanto a la vinculación con las comunidad que sus resultados podrían resultar equívocos.

Desde otra perspectiva y manteniendo la hipótesis de que los hitos y procesos socioculturales repercuten en el funcionamiento de los museos, es que se considera necesario abordar brevemente la Revuelta Social suscitada a partir del 18 de Octubre de 2019 en el país, ya que da cuenta de un diagnóstico más profundo sobre la situación de los museos en Chile en relación al vínculo que establecen con las comunidades.

SITUACIÓN MUSEAL EN CHILE A PARTIR DE LA REVUELTA SOCIAL



Figura 1.
Manifestación Hong-Kong
Fuente: CNN

La Revuelta Social iniciada en Chile a partir del 18 de Octubre de 2019, sin duda ha sido una de las más relevantes en los últimos 30 años de la historia chilena, sin ahondar en las causas que suscitaron esta Revuelta, Muñoz (2019) afirma que aquellas son más profundas que el alza del precio en el transporte público y el servicio de luz eléctrica, sino más bien responden a una crisis estructural de larga duración que tiene su génesis antes del retorno a la democracia en el país. En ese sentido la desigualdad social se posiciona como un factor determinante, que sumado a una serie de problemáticas como la deficiencia en el sistema educativo y de salud, las colusiones, la corrupción, un sistema ineficiente de pensiones, la privatización de recursos naturales tan básicos como el agua y una clase política desvinculada de las problemáticas y necesidades de la ciudadanía (Muñoz, 2019), dieron como resultado una inminente Revuelta Social en la que se exige el derecho a una vida digna y libre de abusos, lo cual buscó materializarse a través de la propuesta de creación de una nueva constitución que reemplazara la actual constitución política de la República de Chile, redactada y publicada en el periodo de dictadura militar.

Cabe mencionar que esta Revuelta se contextualiza en un álgido momento a nivel internacional, donde al menos unos 10 países se encontraban levantando grandes protestas sociales en torno a la disconformidad con la gestión de sus gobiernos³, en ese sentido, la información sobre el rol que ha asumido la institución museística frente a las revueltas sociales en la actualidad es escasa y en general se relaciona a la participación en paralizaciones como es el caso de Francia, donde tanto la Torre Eiffel como el Louvre y otros museos fueron cerrados por huelgas ante la reforma del sistema de pensiones en el 2019, por otro lado, en el contexto de las protestas en Hong Kong se realizó una manifestación contra el arresto de un líder estudiantil por la compra de láseres, en la cual se utilizó la cúpula del Museo Espacial para proyectar un espectáculo de láseres. (Fig. 1).

En el ámbito nacional, el sector cultural venía siendo desfavorecido con recortes presupuestarios año tras año, lo cual instaló nuevamente en el discurso el concepto de "apagón cultural", en ese sentido Esperanza Silva en 2018 se refirió a que *"el dramático ahorro fiscal a los recursos entregados a museos, teatros y centros culturales atenta directamente al desarrollo, crecimiento social y fortalecimiento de la democracia de nuestro país."* en la misma línea, entorno a los recortes presupuestarios, el periodista Alexis Ceballos expresa:

"El tema no es nuevo. Desde el regreso a la democracia tras la dictadura, donde el apagón cultural fue total, los artistas y las instituciones han vivido siempre el vía crucis de poder mantener a flote las manifestaciones artísticas con presupuestos cuando menos insignificantes, por no decir vergonzosos."

(Ceballos, 2019)

3. Líbano, Bolivia, Argelia, Irak, Rusia, Francia, Ecuador, Haití, Hong - Kong y Egipto.

El año 2019 no se eximiría de estos recortes, lo cual se observó en el proyecto presupuestario anunciado por el poder ejecutivo a principios de Octubre en el cual se anunciaron recortes para cinco instituciones culturales. Sin embargo a raíz de la Revuelta Social Chilena y las presiones generadas por el mundo artístico y cultural, la comisión mixta decidió revertir el recorte presupuestario, de la misma manera, la Ministra de Cultura Consuelo Valdés anunció que el presidente había decidido suspender el proyecto de la Galería de la Democracia, este proyecto anunciado en 2018 resultó bastante polémico y con un bajo apoyo del sector cultural siendo criticado y calificado como un proyecto con intenciones negacionistas, un capricho autoritario y un despropósito (Becerra, 2019).

Otra repercusión causada por la Revuelta Social en el ámbito cultural fue la paralización de actividades y cierre de las instalaciones de una gran cantidad de instituciones culturales en gran parte debido al toque de queda y la declaración de estado de emergencia. Si bien luego del cese de estas medidas, algunas instituciones reabrieron sus puertas y volvieron a funcionar, otras ubicadas cerca de la zona de conflicto (comprendida por el sector de la Plaza Baquedano y sus alrededores) se vieron impedidas de reabrir.

Abiertas o no, las instituciones culturales debieron adentrarse en un arduo proceso, tanto para reprogramar sus actividades y adoptar nuevas modalidades para llevarlas a cabo, como para repensar sus funciones, su rol con la sociedad y sus líneas de trabajo bajo este nuevo contexto social. En ese sentido son varios los gestores culturales que han hecho hincapié en esta reflexión, Francisco Brugnoli, director del MAC es enfático al afirmar que ningún museo puede plantearse continuar igual y que junto con el cambio estructural que debe haber en el país, los museos deberán ampliar los imaginarios colectivos, Cecilia Bravo, directora del Museo de Artes Visuales (MAVI) indicó que como institución adhieren a las demandas y creen que deben hacerlo a través del encuentro, la reflexión y el diálogo en torno al arte, convirtiéndose en un espacio propicio para ello con la finalidad de desarrollar empatía y abrir la mirada para entender otras realidades (Silva, 2019).

Sin duda el repensarse como espacio ha sido un tema bastante recurrente en la reflexión, en tanto la crítica en relación al tema pone en duda el nivel de vinculación que previo a la Revuelta se estaba desarrollando tanto con las comunidades, como con el contexto. Sol Díaz de la Fuente, directora de la fundación Aldea, una ONG enfocada en los espacios de diálogo y colaboración entre quienes diseñan y habitan la ciudad, compara la realidad chilena en relación a la situación en Inglaterra, donde afirma que los centros culturales son lugares de encuentro que albergan gran cantidad de manifestaciones populares, en su opinión Chile debe reformular su función, logrando que se conviertan en espacios al servicio de la comunidad y no sólo ofrezcan la programación hecha por ellos mismos (De la fuente, 2019).

Al profundizar este tema es posible observar una tendencia que apunta a la transformación de las instituciones culturales en función de propiciar el encuentro, aportar a los cambios sociales, facilitar espacios de diálogo e invitar a la reflexión, para ello, los esfuerzos han sido incuantificables, desde los funcionarios del Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA) quienes estando en paralización, aún seguían organizando diálogos, transparentando reflexiones a través de afiches en el frontis del edificio y manteniendo activas las redes sociales, hasta el rol que cumplió el Centro Arte Alameda, el cual facilitó parte de su infraestructura para establecer un punto de atención de primeros auxilios, albergando rescatistas que atendían a personas heridas a raíz de los enfrentamientos con las fuerzas policiales (Fig. 2).



Figura 2.
Punto de atención rescatistas Centro Arte Alameda
Fuente: Reportaje T13, 2019

Es así como también han surgido iniciativas enfocadas en la salvaguarda, generando instancias de recopilación de material surgido durante el movimiento social, como es el caso de la Biblioteca Nacional, la cual inició una campaña de donación de material en torno a la Revuelta, o la creación del museo digital “Museo de la Dignidad” el cual utiliza la plataforma de Instagram para exhibir algunas piezas en torno al movimiento que pueden ser encontradas en la vía pública, indicando el nombre de autor, la fecha, la técnica utilizada y posteriormente enmarcando digitalmente las obras, este último aspecto ha sido foco de opiniones tanto a favor como en contra, dejando entrever el juicio sobre la sacralización del arte y las maneras de exhibirla.

En ese sentido, un caso digno de analizar es el fenómeno ocurrido en la fachada del Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), que ha promovido la reflexión en cuanto a la noción de trasladar el museo más allá de los límites de su sala de exposición siendo un elemento clave la participación ciudadana. Esta fachada fue intervenida de manera espontánea por distintas personas y agrupaciones, generando un espacio de expresión semejante a un diario mural donde se hicieron presentes varias líneas discursivas y donde la variedad de elementos, entre ellas pinturas, afiches, prendas, mosaicos y hasta una especie de vitrina, generaron un panorama amplio y diverso (Fig. 19), otro aspecto relevante de este espacio es que emplazó dinámicas participativas, en las cuales se invitaba a intervenir distintas obras, proporcionando lápices colgados para aquella finalidad, o una mini biblioteca que permitía sustraer libros en la medida que se siguieran aportando, este último aspecto también dice relación con la noción de autorregulación y confianza que se otorga a un otro desconocido.

Finalmente la fachada fue censurada la noche del 19 de Febrero del año 2020, siendo pintada de rojo y gris y siendo destruidas las intervenciones, donde desde el Centro Cultural Gabriela Mistral declararon que no se contó con su autorización e incluso condenaron el actuar.

Para finalizar, en contraste a la experiencia del Centro GAM en la cual predominó su carácter espontáneo y extraoficial, es sumamente relevante referirse a la reformulación de las líneas de trabajo de las instituciones culturales, dando como resultado

Para finalizar, en contraste a la experiencia del

Centro GAM en la cual predominó el carácter espontáneo y extraoficial, es relevante referirse a la reformulación de las líneas de trabajo de las instituciones culturales, dando como resultado el desarrollo de nuevas actividades dentro de la planificación oficial, donde en algunos casos su labor ha consistido en la difusión y préstamo del espacio y el equipamiento para albergar la actividad, y en otros se ha requerido de una mayor implicación de parte de las instituciones en las actividades, requiriendo de personal para efectuar la labor de moderadores o facilitadores. A modo de ejemplo destacan eventos que han logrado atraer a gran afluencia de público como son las instancias de reflexión y diálogo de cabildos y charlas organizadas por distintas instituciones culturales, entre ellas, Matucana100, Balmaceda Arte Joven, el Museo Precolombino, Museo de la Memoria y los Derechos Humanos y el MSSA, si bien aún no hay estudios que den cuenta de la variación en cuanto a participación y concurrencia a los espacios culturales, existen registros fotográficos (Fig. 3) que exhiben una gran cantidad de personas participando en aquellas iniciativas, dejando entrever un cambio social generado a raíz de la Revuelta en cuanto al ámbito cultural y patrimonial, en aquel sentido, el director de Matucana100, Gumucio (2019) expresa que *“como centro cultural deberán intensificar las instancias de reflexión. La gente quiere tener voz y decisión”*.



Figura 3.
Convocatoria del cabildo en Matucana 100
Fuente: Fotografía de Andrés Olivares

CAMBIOS SOCIOCULTURALES A PARTIR DE OCTUBRE DE 2019

IMPACTO SOCIAL DE LA REVUELTA

Durante la Revuelta Social, la participación cívica fue uno de los aspectos en los cuales se percibió una drástica alza, aquello queda de manifiesto con las simultáneas convocatorias a cabildos, charlas, conversatorios y demás instancias de discusión y reflexión realizadas a lo largo del territorio nacional que, en muchos de los casos fueron albergadas por espacios culturales y/o públicos. Al respecto el cientista social, pedagogo y escritor Iván Vera-Pinto (2019) expresa que este hecho *“parecía impensable hace pocas semanas atrás, donde muchos creíamos que la sociedad chilena estaba muerta en la pasividad social y que había perdido su fuerza crítica y transformadora”*, afirmaciones que se condicen con la gran participación en las votaciones del plebiscito nacional en torno a la redacción de una nueva constitución, la cual en palabras del Servicio electoral de Chile (SERVEL) fue la mayor votación en la historia de Chile aunque generó gran contraste con la primera vuelta en las elecciones presidenciales 2021. En ese sentido, un factor que caracterizó a esta Revuelta fue la alta convocatoria de personas que no eran activas políticamente, lo que logró congregarse a sectores que se encontraban replegados, a diferencia de otras movilizaciones previas que habían sido sectoriales, ésta tuvo un carácter transversal, la desigualdad y el sentimiento de injusticia fueron elementos compartidos, los cuales lograron articular a personas con características y demandas muy diferentes (Olivares, 2020). En esa misma línea las asambleas territoriales como espacios tanto de discusión como de organización política ciudadana, han jugado un rol muy relevante, de la misma manera que se han incrementado en número y fortalecido a partir de la Revuelta, así lo demuestra un reportaje de Albert y Kölher (2020), en el cual indican que alrededor de unas 118 asambleas territoriales de diferentes lugares del país se reunieron en el encuentro realizado en enero por la Coordinadora de Asambleas Territoriales (CAT), coordinadora originada tras la Revuelta Social Chilena del 18 de Octubre de 2019.

En torno a esa perspectiva la magíster de psicología comunitaria María Paz Lillo (2019) afirma que *“una primera etapa para la articulación es reconocernos en las comunidades en cuestiones básicas como saber quiénes somos”* bajo esa premisa, es que se abre espacio el concepto de reencontrarse con el otro, recuperar los lazos y organizaciones que fueron perdidas y recomponer el tejido social que se encontraba fraccionado, en opinión de Olivares (2020) cuando se habla de un tejido social fraccionado, se hace referencia a que hay algo que impide que las relaciones sean de colaboración y solidaridad, lo cual es característico de las prácticas que instaló el modelo neoliberal, que además de ser un modelo económico y financiero, consiste en un modo de mirar el mundo y pensar las relaciones entre los habitantes de ese mundo, en ese sentido el modelo neoliberal funciona a partir de lógicas de competitividad e individualismo.

Inicialmente, a raíz de un factor coyuntural en función de la imposibilidad de desplazamiento, particularmente los barrios, alrededor de todo el país, cobraron gran relevancia, allí se comienzan a vislumbrar prácticas comunitarias y colaborativas, desde la realización de ollas comunes, creación de asambleas y comisiones que buscaban retomar el diálogo y ser un aporte frente a las problemáticas territoriales que las Juntas de Vecinos, en muchos de los casos no lograron abordar eficientemente. El escenario observado a partir del 18 de Octubre es un indicio en cuanto al resurgimiento del espacio vecinal, no sólo en términos físicos y urbanos, sino también en otras múltiples dimensiones que responden a injusticias que también se expresan territorialmente, como: alimentación, consumo, transporte, salud, educación, pensiones, entre otras. Las nuevas iniciativas y actores que han surgido de esta Revuelta, podrían significar una oportunidad para pensar los territorios como espacios desde los cuales construir nuevos caminos (Boyco, Delamaza, Letelier, Saravia F, Saravia P y Tapia, 2019).

Otro fenómeno que fue posible observar fue la reapropiación del espacio público, esto último quedó demostrado a través de un sinnúmero de manifestaciones y expresiones que tuvieron lugar en el espacio público, ya fuera utilizando como lienzo las murallas, paraderos, basureros u otros mobiliarios de uso público, como adueñándose, casi a modo de escenario, de las grandes avenidas que traspasan los límites barriales (Fig. 4), en ese sentido Vera-Pinto (2019) afirma que “el descontento aflora, estalla y se adueña del espacio público que representa a un modelo de urbe donde la ciudadanía vivía pasiva y sometida a las lógicas de consumo”.



Figura 4.
Intervención FECH y Coordinadora Chile Despertó
Fuente: Instagram Coordinadora Chile Despertó.

Es necesario recalcar que varias de las expresiones y manifestaciones surgidas en Octubre, calan profundamente en la interpretación simbólica del patrimonio público, no es coincidencia que se hayan derribado monumentos y estatuas de conquistadores españoles y en algunos casos hayan sido sustituidas o intervenidas (Fig. 5), tampoco lo es el renombramiento de lugares como “Plaza Italia” por “Plaza de la Dignidad” o del “Cerro Santa Lucía” por “Cerro Huelén” (Fig. 6) como solía llamarlo el pueblo mapuche.

En general estas acciones responden a una interpretación simbólica del patrimonio ¿qué cosas nos representan? ¿qué objetos o lugares simbolizan la cultura que queremos?, en esta lógica es posible posicionar el fenómeno del Costanera Center, donde manifestantes buscan protestar ahí porque aquel simboliza al retail poderoso, o por el contrario las acciones de reivindicación de los pueblos originarios y su cultura cuando, entre otras cosas, se flamea la bandera utilizada por los pueblos andinos (Whipala) y la bandera mapuche (Wenufoye) en medio de las manifestaciones.



Figura 5.
Reemplazo de la estatua de Francisco de Aguirre por busto de mujer diaguita
Fuente: www.lavozdelnorte.cl



Figura 6.
Roca que renombra el Cerro Santa Lucía como Cerro Huelén.
Fuente: Fotografía de Warko

IMPACTO SOCIAL DE LA PANDEMIA

Catalogada como una de las mayores crisis sanitarias de los últimos 100 años, el virus Covid-19 ha afectado a más de 155 países alrededor del mundo y su rapidez de propagación y mutación ha generado una serie de repercusiones directas como muertes y contagios e indirectas como el desempleo, el incremento de la pobreza y el deterioro a la salud mental, además ha implicado la necesidad de resiliencia tanto en las personas como dentro de las instituciones, en un contexto donde las medidas sanitarias obligan al distanciamiento físico y en algunos casos al aislamiento. Seguramente desde la Segunda Guerra Mundial, el planeta no vivía un acontecimiento que remeciera tan bruscamente la cotidianidad y el modo de operar en torno a distintos ámbitos como el comercio, el transporte, la educación, el trabajo, y la vida social, entre otros.

Desde los inicios de la pandemia y en varios países han sido utilizadas consignas y eslogan tales como “Cuidémonos entre todos”, “Este virus lo paramos unidos” y “Juntos saldremos de esta”, llamando a adquirir una responsabilidad colectiva para evitar la propagación del virus, en ese aspecto el sentido de dependencia que se genera a raíz del comportamiento que adopta el otro en materia sanitaria cobra especial relevancia, dejando entrever una especie de fragilidad en la medida que todas las personas se encuentran vulnerables ante el virus.

Bajo esta premisa surgen dos escenarios que aunque podrían ser catalogados como opuestos, conviven bajo un mismo contexto, por una parte el surgimiento de prácticas comunitarias y colaborativas; y por otro lado, la visibilización de una filosofía individualizante presente en actitudes como el acaparamiento de recursos, la falta de empatía y la estigmatización social, en relación a esto Olivares (2020) afirma que esta pandemia nos pondrá en situaciones tan límites como el hecho de tener que competir por un ventilador y aquellas situaciones límites desorganizan los códigos con los que funcionamos; siendo difícil ser consistentes y evidenciando lo que tenemos ocultamos como país. Al mismo tiempo, Olivares aborda las iniciativas comunitarias como una respuesta a una necesidad personal de mitigar la sensación de impotencia que genera la situación, el saber que hay algo que puedes hacer, brinda cierta seguridad, por otro lado la necesidad de articularse comunitariamente está asociado al hecho de compartir la responsabilidad individual y ponerla en un espacio colectivo, generando la sensación de que ya no es un problema personal sino que puede ser abordado colectivamente.

El académico e investigador del centro de estudios de conflicto y cohesión social, Roberto González (2020) es optimista al mencionar que “la pandemia podría significar una oportunidad para generar más conductas comunitarias y reconstruir el tejido social dañado, terminando por crear una mayor cohesión y fomentando el trabajo colaborativo para organizarse y combatir la pandemia”. Es así como las acciones solidarias se han visto generalizadas en Chile, donde los barrios han jugado un rol fundamental en tanto han instalado prácticas que permiten detectar oportunamente las necesidades de las comunidades como son los catastros, generar respuestas solidarias a partir de ollas comunes (Fig. 7) o la creación de canastas solidarias que permiten abastecer y brindar alimento bajo un contexto en el cual la sociedad chilena desconfía ampliamente de figuras políticas como el presidente y el alcalde, con un índice de 2,8 y 4,4 respectivamente, respecto a un nivel de confianza de 6,3 otorgado a las Juntas de Vecinos y organizaciones territoriales.⁴

En general, en un inicio se produjo una reducción en las distancias de desplazamiento a raíz de los cordones sanitarios y los permisos de desplazamiento, generando que los ciudadanos se concentren mayormente en sus barrios, como menciona la doctora en arquitectura Margarita Gutman (2020) “ha obligado a los ciudadanos a ingeniárselas con lo que tienen alrededor, pudiendo resultar en la revitalización del barrio” Asimismo esto supone una serie de obstáculos como la monocentricidad de los servicios y la segregación socio-espacial, al respecto el arquitecto y especialista en temas de gestión urbana Pablo Contrucci (2020) afirma que de tener una ciudad más equitativa y más integrada socio espacialmente, los desplazamientos serían más cortos y el contagio podría ser menor, enfatizando así en la necesidad de tener una ciudad más funcionalmente y socialmente integrada.



Figura 7.
Olla Común "Fabiola Campillay",
comuna de La Florida.
Fuente: Fotografía del Facebook
Asamblea Territorial San Jorge

4. Según la encuesta nacional “Termómetro social octubre 2019” desarrollada por el centro de investigación Núcleo Milenio en Desarrollo Social (Desoc), el Centro de Microdatos de la Universidad de Chile y el Centro de Estudios de Conflicto y Cohesión Social.

Por otra parte, una reflexión en cuanto a los efectos del desconfinamiento invita a problematizar la configuración y distribución de los espacios públicos, donde Olivares (2020) menciona que en Chile hay problemas como el inmobiliario, que genera congestiones en los espacios públicos y los convierte en focos de conflicto, porque hay pocos espacios públicos para grandes cantidades de personas que además conviven conflictivamente debido a que tienen características muy diferentes. Al respecto, los espacios públicos se verán en la necesidad de adaptarse y flexibilizarse, al respecto es posible distinguir medidas como los círculos pintados para el distanciamiento físico implementados en el parque Domino Park en Estados Unidos (Fig. 8) y popularizados alrededor del mundo, en esa misma dinámica se enmarcan los domos transparentes para practicar yoga, implementados en distintos sectores públicos de Toronto, Canadá (Fig. 9) con la finalidad de fomentar el distanciamiento físico mientras se otorga un ambiente seguro al aire libre.



Figura 8.
Delimitaciones circulares Domino Park, Estados Unidos
Fuente: Diario La Voz de Galicia



Figura 9.
Domos de yoga en Toronto
Fuente: Twitter CGTN en Español

Sin lugar a duda la pandemia ha puesto en valor el repensar la relación que se tiene con la ciudad generando opiniones y propuestas diversas desde cada ámbito de estudio, es así como desde el área de desarrollo sustentable, el biólogo ambiental e investigador de CEDEUS, Francisco de la Barrera (2020) indica que a raíz del confinamiento, vamos a darle más importancia a las áreas verdes que estén cerca, en ese sentido los huertos urbanos además del beneficio que generan al emplazarse como lugares de abastecimiento, refuerzan el sentido de comunidad a través del trabajo conjunto y fortalecen a su vez la cohesión social, por otro lado el experto en gestión urbana Pablo Contrucci (2020) es enfático en referirse a que se necesitará disponer de más espacios públicos y seguramente de más horarios para la utilización de éstos, en ese aspecto los horarios diferenciados podrían evitar la congestión, entonces quizás en vez de enfocarse en cerrar los parques, deberían enfocarse en incorporar mayor seguridad para que estos sean visitables durante la noche, asimismo, el incorporar superficies que hasta hoy no son consideradas como espacio público, como los estacionamientos, cementerios, clubes de golf, entre otros, permitirá disponer de mayor cantidad de superficies para la recreación o para el esparcimiento, es más, en Estados Unidos el uso del mall está en un serio declive a raíz del telecomercio, si ese proceso se acelera debido a la pandemia, lo más probable es que nos quedemos con enormes estructuras que podrían eventualmente reutilizarse.

Desde luego este tema resulta interesante ya que la pandemia ha significado que gran parte del comercio se realice vía internet y que los trabajos se desarrollen bajo una modalidad de teletrabajo produciendo que las infraestructuras en las cuales se desarrollaban queden desiertas y sin uso, significando además un gasto considerable en seguridad y mantención; dicho esto, la idea de que los espacios se tornen más flexibles resulta bastante seductora; el curador e investigador cultural José Luis de Vicente (2017), en su charla TEDx en Madrid establece una relación entre los inventos tecnológicos y cómo éstos generan cambios significativos en la ciudad, desde el ascensor que además de fomentar la verticalización de la ciudad y aumentar la densificación, generó el fenómeno de invertir el orden del posicionamiento físico de las clases sociales

pasando por la invención del automóvil que permitió ampliar las distancias, hasta llegar a la popularización del smartphone que entre muchas otras cosas, ha permitido el acercamiento a concepto como el de "smart cities" o desde otro campo de acción, el de "ciudad programable", una ciudad que a través de las potencialidades de la tecnología digital es capaz de ser reconfigurada en tiempo y espacio según las necesidades que se presenten, es así como tienen cabida plataformas como Uber en el cual un auto puede ser de uso privado hasta activar el servicio en tu celular, o Airbnb donde puedes hacer de tu casa un hotel temporalmente tan solo haciendo un click.

Desde esa perspectiva es posible encontrar iniciativas innovadoras en relación a la reconfiguración temporal de espacios públicos que no necesariamente requieren grandes intervenciones y que a su vez generan beneficios como facilitar la descongestión de los espacios convirtiéndolos en lugares de encuentro y cohesión social, un buen ejemplo es el proyecto de las Supermanzanas (Fig. 10) iniciado en 2017 en Barcelona, España, el proyecto se impulsó para combatir la escasez de espacios públicos y la contaminación ambiental, dando prioridad a los peatones y ciclistas, en tanto se fomentan actividades de interacción, estancia y recreo en las calles, de esa manera en determinadas manzanas de la ciudad se restringe el tráfico vehicular motorizado y a través de un proceso participativo se acondiciona el sector con equipamiento y señalizaciones; de la misma manera el Campo de Cebada (Fig. 11 y 12) ubicado en la Plaza de La Latina, Madrid es un gran ejemplo en cuanto a la reconversión de espacios públicos, este proyecto basado en la participación de comunidades locales, agentes culturales y arquitectos, entre otros, se propuso como solución de conservación del espacio luego de una demolición, convirtiéndose en una plaza que alberga una gran cantidad de actividades que varían en el tiempo de la misma manera que su equipamiento se va transformando adecuándose a cada actividad.

Incuestionablemente las comunidades e instituciones se enfrentan a grandes nuevos retos que requerirán de respuestas innovadoras y acordes al siglo XXI en función de impulsar relaciones más equitativas, sustentables y sostenibles en el tiempo.



Figura 10.
Supermanzana del Poblenou
Fuente: Fotografía Andrea Pala



Figura 11.
Actividades en el Campo de Cebada
Fuente: Fotografía Campo de Cebada



Figura 12.
Mobiliario transformable utilizado en Campo de Cebada
Fuente: Fotografía de María Carmona

INICIATIVAS SOLIDARIAS DE LOS MUSEOS EN RESPUESTA A LA PANDEMIA



Figura 16.

Comedor Popular Margarita Ancacoy ubicado en el MSSA

Fuente: Fotografía de Paulo Zapata.

Otras iniciativas que han impulsado los museos en busca de ser un aporte a la sociedad para enfrentar la pandemia, han consistido en donaciones de elementos de protección personal para los trabajadores del área de salud, en ese sentido el MoMA, el Museo de Arte Americano Whitney, el Rijksmuseum de Holanda, el Stedelijk, el Museo de Van Gogh y el Museo Getty de Los Ángeles, entre otros, han donado suministros utilizados convencionalmente por los conservadores de obras de arte, tales como, guantes, trajes protectores, cubiertas para zapatos y mascarillas KN95. En esa misma línea el Museo Malvinas e Islas Atlántico Sur de Argentina, bajo la iniciativa del Ministerio de Educación, en conjunto con el Ministerio de cultura, ha facilitado sus instalaciones para la puesta en marcha de 1.000 impresoras 3D otorgadas por Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET) para la fabricación de máscaras protectoras faciales y otros elementos de protección contra el virus.

En el contexto nacional un exponente ha sido el Museo de la Solidaridad Salvador Allende (MSSA) que a petición de la Asamblea Autoconvocada del barrio donde se emplaza albergó en su antejardín⁵ al comedor popular Margarita Ancacoy (Fig. 16) si bien el proyecto nació desde la Asamblea barrial, el museo ha brindado un lugar seguro, amplio y al aire libre en el cual poder ejecutarlo, reconociendo la relevancia de las ollas comunes en el país y promoviendo las iniciativas barriales, dando cuenta así de la confianza que entrega el barrio a este espacio. En concordancia con la línea social de este museo, Ignacia Biskupovic (2020) comenta que previamente se encontraban discutiendo el presupuesto con el grupo de vecinas que forman parte del taller de textileras, donde aquellas decidieron reinvertir el dinero que se destina al taller, para comprar mascarillas que luego pudieran bordar y vender.

Todas estas iniciativas transmiten un potente sentido de solidaridad y apoyo mutuo entre las comunidades y los museos, sin duda en momentos de crisis como el de hoy en día, es un verdadero reto el contribuir activamente a la sociedad, al respecto el director del Movimiento internacional por una Nueva Museología (MINOM), Mario Chagas (2020) expresa que **"tenemos el desafío de practicar la museología de la solidaridad, que es una museología biofílica, pues la museología que no sirve para la vida no sirve para nada, la museología social está comprometida con la vida y las personas"**. De la misma manera la fraternidad entre las instituciones ha sido un tema relevante en estos momentos, donde se han organizado múltiples charlas, conferencias y hasta se han iniciado alianzas que buscan potenciar el vínculo entre los museos, reforzando el cimiento de la fraternidad en función de paliar la enorme crisis que viven los museos y el mundo del arte y la cultura en este momento, la cual se pronostica será larga y compleja de superar.

**"Hay una revolución que será necesaria y que pasará por la fraternidad".
(Mario Chagas, 2020)**

5. Debido a la imposibilidad protocolar de encender fuego al interior del establecimiento.

PROYECCIONES PARA LOS MUSEOS

Tal como lo propone Chagas, es necesario comprender la necesidad fundamental de instar a las instituciones museísticas a que entablen una discusión y reflexión profunda y crítica sobre el futuro de los museos, realizando un diagnóstico sobre el papel que han desempeñado en la sociedad, tanto antes como durante la pandemia, en función de adoptar modificaciones y reestructuraciones en función de lograr su supervivencia, tal como menciona el consultor de proyectos museísticos y miembro del colectivo "El museo transformador", Guillermo Fernández (2020) *"sería lamentable optar por esperar ingenuamente a que pasase la tormenta para poder seguir haciendo lo de siempre"*, ya que, entender esta crisis como una oportunidad para innovar, también forma parte de la capacidad de resiliencia que debiesen adoptar los museos frente a este contexto.

Ciertamente la llegada del coronavirus ha constatado la fragilidad de algunos modelos, dejando en evidencia la obsolescencia de los museos sentados en las bases del turismo masivo y las descomunales cifras de visitantes, asimismo, con los costosos traslados aéreos de obras que además de los riesgos sanitarios, implican un gran impacto medioambiental. Como advierte la conservadora de los Museos Nacionales de Berlín, María López-Fanjul (2020) *"seguramente estamos viviendo el fin de la tiranía de los récords de números de visitantes, a favor de una experiencia museística centrada en el bienestar del público"* y son varios quienes como María López-Fanjul, proyectan esta perspectiva más humanista para el futuro de las instituciones museísticas, enfatizando en que el rol del museo durante esta crisis debería estar enfocado en proteger a su personal, velar por el bienestar colectivo y profundizar la relación con sus comunidades y territorios, sirviendo como plataforma para sus aspiraciones y necesidades y liderando acciones solidarias y ciudadanas de una manera socialmente inclusiva y económicamente sostenible. (ICOM Brasil, 2020).

En esa misma línea, el director del Museo de Historia de Barcelona, Joan Roca se muestra como un ferviente partidario de la necesidad de una nueva generación de museos que sean capaces de mezclar innovación cultural y cuestión social, indicando que la pandemia ha presionado hacia una flexibilidad, que permitiría impulsar cosas nuevas en relación al rol y la acción del museo en

el ámbito narrativo, patrimonial, organizacional, turístico y social (Roca, 2020), Asimismo el director ejecutivo y curador jefe de la organización sin fines de lucro "The Kitchen", Tim Griffin (2020) menciona que tras la última década en que se ha estado viendo que las instituciones deben ser reestructuradas, ahora vamos entrando en un periodo de invención, donde las instituciones se ven obligadas a repensar sus estructuras para abordar un escenario radicalmente distinto.

Hay quienes que como Susan Lubowsky (2020), advierte que para los grandes museos que dependen del turismo y las altas tarifas de entrada y admisión, será más complejo sobrellevar la situación y deberán cambiar sus modelos, al contrario de la ventaja que presentan los pequeños museos, quienes son inherentemente ágiles, acostumbran trabajar con presupuestos pequeños y mantienen una constante sintonía con las necesidades de sus comunidades. Respecto a esto, Fernández (2020) profundiza en los aspectos positivos que podría implicar el reducir la escala en las instituciones museísticas, donde los museos que sigan estrategias dedicadas al impacto social cualitativo y educativo, podrán percibir una gran posibilidad de mejora en su gestión, sobre todo considerando la reducción forzosa de aforos que podría potenciar los aspectos cualitativos, trabajándolos de manera más artesanal que industrial.

Es indiscutible que, en estos momentos donde los niveles de confianza hacia la sociabilidad y hacia las autoridades e instituciones, se encuentran seriamente fracturados, los museos deberán redoblar sus esfuerzos para progresivamente recomponer esa confianza y convertirse en lugares en que los visitantes se sientan seguros, tanto en el ámbito emocional como físico; sería impensable que los museos durante esta pandemia se mantengan inactivos y al abrir esperen que el público llegue nuevamente a visitarlos, es por eso que varios gestores culturales apuntan a que los museos deberían conformarse no sólo como lugares de cuidado de las colecciones, sino también de sus comunidades, es así como ICOM en su columna "Tomar acción: abogar por los museos" describe una línea de seis pasos para solicitar ayuda financiera a actores políticos, en una de las recomendaciones que emite establece que es relevante incluir las contribuciones que realiza el museo al desarrollo y la economía de la comunidad local. En la misma línea la directora del Centro para el Futuro de los Museos de la Asociación

Estadounidense de Museos (AAM), Elizabeth Merritt (2020) expresa que es posible que los donantes se dupliquen en las artes y culturas, ya que aquellas componen un mecanismo eficaz para proporcionar apoyo para la cohesión social, la educación y la participación, enfatizando en que es una oportunidad para que los museos expresen que forman parte de la red y los servicios que apoyarán a la supervivencia y recuperación de las comunidades.

Por otra parte, es interesante la amplia visión que propone Janaina Melo (2020) sobre las posibilidades para abordar la acción social en los museos, mencionando que aún no han sido lo suficientemente explotadas, a modo de ejemplo indica que los museos podrían colaborar en la visibilización de las campañas y redes solidarias que se han iniciado, podrían servir como puntos puntos de higiene para que los transeúntes puedan higienizarse en medio de sus recorridos, incluso podrían ofrecerse como espacios para que los estudiantes que no poseen una adecuada conectividad puedan ir y utilizar las redes de wifi disponibles, o los computadores en caso de que los tuvieran. Melo es insistente en recalcar que el primer y principal paso para prestar ayuda y colaboración a las comunidades es estar dispuesto a preguntar de qué manera se podría ayudar, ya que son las comunidades quienes deben manifestar el tipo de ayuda que necesitan, Consuelo Valdéz (2020) aporta a esta noción indicando que *"Los museos están vivos mientras sus comunidades se mantienen en diálogo con ellos, por eso es necesario redoblar esfuerzos para seguir conectados con ellas"*.

Es evidente que el vínculo con las comunidades aledañas se ha convertido, a raíz de esta pandemia, en más que sólo un valor agregado para los museos, es más, podría ser lo que los mantenga a flote frente al inmenso decrecimiento del turismo internacional, al respecto Elke Kellner (2020) reflexiona sobre recordar a los ciudadanos locales que vuelvan y suscitar su interés por las actividades y programas del museo, enfocándose en cuestiones más relacionadas con la comunidad local, organizando debates, seminarios y visitas guiadas incluso fuera del espacio del museo, en ese aspecto Fernández (2020) apunta a redirigir la gestión en torno a las necesidades del entorno y la complicidad con los ciudadanos locales.

Por otro lado, un aspecto que pareciera no mostrar una futura disminución, es el ámbito de las tecnologías digitales, en torno a eso, mientras las tecnologías digitales permiten reunir a personas separadas por continentes o por miles de kilómetros a conversar sobre un tema, al mismo tiempo acrecientan las ansias de los encuentros presenciales, permiten revalorizar las muestras físicas de afecto y los diálogos fluidos cara a cara, bien lo aclara Tallant (2020) cuando expresa que *"las intimidades digitales medidas crean conexiones, pero también refuerzan la importancia de estar presentes juntos y de la conexión física"*. Si bien en el mundo museístico hay quienes son más reacios a la digitalización, también hay quienes que, como el responsable del área de Desarrollo Educativo del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, Rufino Ferreras (2020) de cierta manera trivializan su utilización, haciendo frente a las críticas sobre la implementación de ella en los museos, al respecto incita a no ser tan puristas y a aceptarla como una herramienta que puede estar disponible en los computadores o teléfonos; es relevante que los museos, sean capaces de enfrentar los desafíos del desarrollo social y tecnológico, y comiencen a percibirla como una herramienta sumamente útil para aportar al desarrollo y bienestar social, sin olvidar tanto las brechas existentes, como que es indispensable trabajarla con mayor profundidad para lograr efectivamente ese cometido.

Para concluir este capítulo, es preciso recalcar que la institución museística deberá avanzar en función de buscar superar los diversos desafíos que se presentan en el contexto actual, sin descuidar los desafíos que vienen acumulándose, como el cambio climático, en ese aspecto entran en discusión aspectos como el traslado de obras y visitantes y el impacto medioambiental que eso genera pareciendo ya no ser el modo de intercambio ideal; en ese sentido quizás pueda abrirse paso la preferencia por la digitalización y la proximidad, siendo necesario comprender también que la capacidad de resiliencia se encontrará determinada por la facultad íntegra de sostenibilidad de la institución museística, desde su aptitud para mantenerse como museo a lo largo del tiempo, hasta la contribución que ejerce para la mejora de las condiciones de su entorno, asegurando su continuidad sin comprometer las de las futuras generaciones.

ECOMUSEOLOGÍA

La ecomuseología consiste en un modelo museológico procedente del concepto "Ecomuseo" el cual se origina formalmente en 1971, sin embargo su antecedente más directo se remonta a alrededor del año 1967 en Francia, donde se crean por primera vez los "Parques Naturales Regionales", aquellos consistían en una agrupación de municipios rurales adyacentes que percibían un ingreso financiero significativo para aplicar políticas de desarrollo económico y cultural, es ahí donde uno de los exponentes más relevantes del modelo y uno de los primeros directores del ICOM, Georges Henri Rivière, participa activamente en la creación de museos que apuntan a la reconstrucción del entorno y del estilo de vida de la época, éste último aspecto lo comparten con sus referentes, los museos al aire libre escandinavos, sin embargo se diferencian en que los museos franceses no recrean el entorno y modo de vida artificialmente como lo hacen los nórdicos, sino que potencian y reactivan lo ya existente en el lugar de origen (Hubert, 1985). Estos museos que establecen una estrecha relación entre la persona y su entorno, principalmente desde el patrimonio natural, pasarán a denominarse "Ecomuseos" durante la IX Conferencia del Consejo Internacional de Museos (ICOM) de Grenoble y París realizada en el año 1971, al respecto existe una discrepancia en los recursos bibliográficos, donde mientras autores como Navajas (2013) indican que quien acuñó el término "Ecomuseo" por primera vez fue el Ministro del Medioambiente francés, Poujalde, por otro lado hay quienes como Lacouture (1985) indican que el término lo pronunció inicialmente Hughes de Varine, otro gran personaje relevante en la historia de la ecomuseología. En lo que sí concuerdan ambas versiones, es en que Hughes de Varine generó un aporte mucho mayor que Poujalde, ya que mientras Poujalde se refirió al término de una manera superficial aludiendo al museo en torno al ámbito ecológico en referencia a los Parques Naturales Regionales franceses, es de Varine quien junto a Rivière finalmente introduce, profundiza y difunde el término en el ámbito museístico.

ECOMUSEO LE CREUSOT-LES MINES

A partir de 1973 se comienzan a vislumbrar distintos tipos de ecomuseo, específicamente a partir de la inauguración del "Ecomuseo Le Creusot Montceau-Les Mines", que fue creado bajo la dirección de Marcel Evrad con apoyo de Hughes de Varine y George H. Rivière; este ecomuseo es para muchos considerado como el primero, lo cual se relaciona a la gran popularidad que logró. El ecomuseo Le Creusot dejando atrás la corriente ambientalista del primer referente, se enfocó principalmente en el patrimonio industrial y en la relación entre la persona y la industria, ubicado en la comunidad urbana de Le Creusot, la cual había surgido recientemente a raíz de las adaptaciones económicas y las reestructuraciones industriales bajo la reagrupación de asentamientos de la zona industrial de la zona de Le Creusot y de la cuenca minera de Balzny-Montceau. Este ecomuseo abordó tanto la valorización, como la visibilidad de la identidad del territorio minero-industrial, justificando su ubicación con el extenso y rico repertorio de patrimonio vinculado a la actividad industrial que la comunidad Le Creusot poseía, destacando actividades como la minería, metalurgia, producción cerámica y cristalería (Cañizares, 2010).

Respecto a esta experiencia cabe destacar que amplió de manera significativa el concepto de ecomuseo, refiriéndose no sólo al entorno natural, sino que también al entorno social, en ese sentido se requirió de la participación activa de la comunidad tanto para la concepción del ecomuseo, como para su funcionamiento y evaluación, lo cual se facilitó por medio de un estatuto asociativo (Hubert, 1985). Es interesante como bajo esta experiencia se evidencia la noción de sustituir el concepto de inmueble o edificio por el de territorio, ya que, el ecomuseo de Le Creusot fue integrado por varias instalaciones en distintas ubicaciones pero dentro del mismo territorio. De esa manera es posible categorizarlo como un sistema más complejo que mientras se dispersa por el territorio, incorpora distintas



Figura 17.

Interior de la sala de máquinas.

Fuente: Fotografía extraída del artículo "Patrimonio minero y territorio en la Borgoña Francesa".

instalaciones e hitos a su exposición. Asimismo destaca la reactivación de los espacios y las actividades que, tras el declive de la era industrial, habían quedado prácticamente paralizadas, donde es posible observar la utilización de los inmuebles en desuso, acondicionándolos para convertirlos en espacios de exhibición, como es el caso del Museo de la Mina, el cual conserva sus máquinas en su mayoría en buen funcionamiento (Fig. 17). Al respecto Cañizares (2010) concluye con que esta experiencia corresponde a "una de las primeras iniciativas europeas a favor de la recuperación de legado tanto material como inmaterial de una cuenca minera" además indica que la apuesta que supone este ecomuseo merece un gran interés, sobre todo considerando que forma parte de las iniciativas integradoras que han musealizado el territorio, "conservando sus elementos de mayor valor en su localización original e implicando a la población local en su continua promoción".

ECOMUSEO COMUNITARIO/ECOMUSEO DE TERCERA GENERACIÓN

Posterior a la experiencia del Le Creusot, alrededor del 1977 surgen varios pequeños ecomuseos denominados "ecomuseos comunitarios" ó de tercera generación, como lo aclara Hubert (1985) "la primera es la de los Parques Naturales Regionales y la segunda la de Le Creusot", estos ecomuseos de tercera generación se enfocan principalmente en la experiencia participativa de las comunidades. Si bien la bibliografía respecto a esta tipología de ecomuseos es bastante escasa, Hubert, desde una perspectiva bastante crítica pero apropiada, profundiza un poco sobre ella; inicialmente hace referencia a que, al contrario de las anteriores generaciones, esta es mayoritariamente reacia a asociarse con otros municipios, de la misma manera que defiende fervientemente su autodesarrollo e independencia contrastando drásticamente con el ecomuseo de primera generación que se caracterizaba por su relación con la institucionalidad e involucraba escasamente a la población, para Hubert aquello implica una dificultad tanto para afirmar su extensión territorial, como para trazar un programa coherente, en ese sentido pone en cuestión si realmente la independencia de los ecomuseos comunitarios podrían ser causantes de su precariedad en tanto requieren de un financiamiento que depende únicamente de la buena voluntad, generando a su vez una enorme presión. Por otro lado, indica que esta generación de ecomuseos alardea sobre ajustarse perfectamente a la definición de los ecomuseos, sin embargo el desarrollo que ha percibido el ecomuseo "permite encubrir las tendencias pasatistas⁶ comunes a la mayoría de sus realizaciones más recientes". En general Hubert es bastante severo respecto al desarrollo del programa de los ecomuseos comunitarios, es más, en reiteradas ocasiones duda de la existencia de tal, criticando duramente su profundidad y profesionalismo, y haciendo una relevante observación al mencionar la ausencia tanto de la época contemporánea, como de una dimensión científica dentro de este, lo cual suele resultar en una serie de extravíos y contradicciones que ubican a los ecomuseos comunitarios en una posición bastante compleja, en la cual tienden a inclinarse a la multitud de centros de animación sociocultural, dejando de lado el ámbito museístico (Hubert, 1985).

En la misma línea de lo que menciona Hubert, es posible observar que es justamente a raíz de esta generación de ecomuseos, que surge un gran conflicto respecto al término, donde la autodenominación ligada a que el término no se encuentra sujeto a ninguna protección, ha producido una especie de límite difuso entre lo que corresponde a un ecomuseo comunitario y un museo comunitario. Si bien la diferencia es sutil y en la bibliografía suele utilizarse indistintamente, es relevante hacer la distinción entre ambos conceptos, por lo que a continuación se presentará una comparativa a partir del análisis de tres fuentes bibliográficas en función de esclarecer esta diferencia, la cual cabe mencionar que varía entre autores.

Según Morales (2019)

MUSEO COMUNITARIO

- Iniciativa surge de la comunidad.
- Gestión y dirección de la comunidad.
- Toma de decisiones solo por la comunidad.

ECOMUSEO COMUNITARIO

- Iniciativa puede no surgir desde la comunidad.
- Gestión y dirección compartida de trabajo conjunto y multidisciplinar.
- Toma de decisiones compartida con agentes externos pero la comunidad adquiere rol protagónico.

Según Méndez (2008)

* Realiza el análisis respecto a los casos en México y sus emplazamientos de acción.

MUSEO COMUNITARIO

- Operan únicamente en el edificio.

ECOMUSEO COMUNITARIO

- Se extienden hacia el territorio.

Según Zapata (2014)

* Si bien no se refiere al ecomuseo comunitario como tal, establece la distinción en la participación de instituciones gubernamentales (I.G)

MUSEO COMUNITARIO

Intenta eliminar la participación de las I.G

ECOMUSEO COMUNITARIO

- Se evidencia el trabajo conjunto de las IG con la comunidad, sobre todo en los ecomuseos de primera generación

En relación al análisis realizado es posible comprender que la mayor diferencia existente entre ambos modelos radica en la participación y el rol que cumple la comunidad en relación al que cumplen las instituciones externas o gubernamentales, a excepción del análisis que hace Méndez (2008) quien determina que la diferencia se encuentra en el emplazamiento de acción del museo, sin embargo es necesario comprender que aquello se deduce a partir de la especificidad de los casos mexicanos.

Si bien la aparición del ecomuseo de tercera generación ó ecomuseo comunitario ha sido la causante de este conflicto conceptual, también es relevante incluir en esta discusión que el concepto de ecomuseo se ha visto bastante tergiversado en la práctica, por lo que, a modo de facilitar la comprensión de este fenómeno a continuación se procederá a describir con mayor detalle el cómo debiese ser un ecomuseo, para ello se utilizarán: los indicadores que detalla Corsane (2006) y que traducen Martínez y Vásquez (2008); y los instrumentos que menciona el "Manifiesto estratégico de los ecomuseos" de la Agenda Ecomuseos 2016 traducido por Martínez y Navajas (2015). Posteriormente se revisará una breve bajada de los ecomuseos a la práctica, principalmente en Chile, para finalizar con la bajada de los museos comunitarios a fin de esclarecer la diferencia.

PROFUNDIZANDO EN EL ECOMUSEO

Una de las principales características del ecomuseo es su modalidad de museo fragmentado, donde no se requiere necesariamente de un inmueble, aunque generalmente si se utiliza tal, incorporando a la vez una serie de elementos patrimoniales existentes en el territorio, ya sean naturales, muebles o inmuebles; de esta manera se constituye una especie de red en la cual el centro articula los diferentes espacios, un ejemplo de aquello es el "Ecomuseo de Tehuelibampo" el cual tiene como centro una edificación en la cual se exponen varias reproducciones de obras rupestres (Fig. 18), por otro lado cuenta con senderos que guían al visitante hacia los lugares en los que se ubican los petrograbados además de algunos hitos del paisaje natural local (Fig. 19). Cabe destacar que además de los senderos, un elemento recurrente es el uso de señaléticas para guiar al visitante hacia los distintos destinos.



Figura 18.
Edificio central del Ecomuseo
Fuente: Manuel Salas



Figura 19.
Visita al patrimonio natural dentro del territorio del Ecomuseo
Fuente: Manuel Salas



Figura 20.
Mapa de comunidad
Fuente: Ecomuseo de Valle d'Itria

7. Este proceso es bastante similar a lo que ocurre cuando se desarrollan estados del arte, donde, por lo menos en diseño, el identificar, documentar e interpretar los elementos ya existentes, permite lograr visualizar y anticiparse a lo que podría surgir en el futuro.

En ese sentido el instrumento del mapa de comunidad se vuelve sumamente útil a medida que facilita la identificación del patrimonio existente dentro del territorio, el mapa de comunidad (Fig. 20) consiste en una representación cartográfica en la cual los habitantes de un territorio representan su patrimonio ya sea natural, cultural, material e inmaterial, de esa manera este instrumento permite evidenciar la manera en que las comunidades perciben e interpretan su patrimonio, a su vez otorgándole valor; del mismo modo son de gran utilidad para la planificación del desarrollo de un territorio y su comunidad, en este aspecto facilitan la labor a los ecomuseos pudiendo identificar los lugares, actividades o hitos potenciales (Ortíz, 2011).

Dentro de la misma línea, el ecomuseo debe ser capaz de contrarrestar el abandono y la degradación socioterritorial, creando condiciones alternativas a ello, lo cual se puede ver facilitado al identificar los elementos potenciales, aquello dependerá significativamente del valor que le otorgue la comunidad al patrimonio, pero además se verá determinado por la flexibilidad y creatividad con la que se observa aquel. Un gran referente de este punto son los ecomuseos de segunda generación, especialmente el Le Creusot, que fue capaz de reestructurar y reconfigurar las edificaciones y construcciones industriales mineras para convertirlas en un lugar de exhibición revalorizando a su vez la actividad minera.

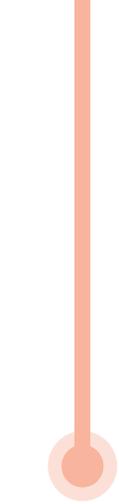
Respecto a los contenidos que aborda el ecomuseo, es esencial que preste igual atención a todos los tipos de recurso patrimonial, sin importar si son patrimonio cultural material mueble e inmueble o inmaterial, a su vez intentará ilustrar las relaciones existentes tanto entre ellas, como con las personas y el tiempo, Navajas (2013) aclara esta noción indicando que se trata de observar el patrimonio como una obra en proceso, como un inacabado desarrollo que formará continuamente una nueva colección y que hace alusión "a la evolución de la comunidad en la que está asentado". Del mismo modo el ecomuseo deberá tener muy en cuenta el cambio y el desarrollo, a fin de proyectar un futuro mejor; nuevamente el hecho de reconocer, documentar e interpretar el patrimonio permitirá dar a conocer el pasado del mismo, sus condiciones en el presente y así proyectarlo en el futuro.⁷ Asimismo el aproximarse a una visión holística en la cual se consideran las interacciones del todo y sus partes, genera variados impactos en tanto sitúa al individuo en un entorno complejo y le permite comprender y sensibilizar sobre las problemáticas existentes, entendiendo que directa o indirectamente le afectan. Desde otra perspectiva el relacionar el patrimonio en torno a la temporalidad y el cambio, permite al ecomuseo adoptar una visión mucho más dinámica, en la cual debe estar constantemente repensándose y analizándose, de ahí esta idea que describe Navajas (2008) del museo inacabado, el cual a su vez debe dar a entender a la comunidad bajo un proceso conjunto, el cómo relacionarse con su entorno e internamente de manera dinámica y sostenible, en sincronía con los múltiples cambios que se presentan y que se pueden presentar en el futuro.

En cuanto a la orgánica que debiesen tener los ecomuseos, sin duda tiende a generar confusiones y distorsiones en la práctica, sin embargo Martínez y Vásquez (2008) son claros al indicar que aquella si bien debe estar gobernada por las comunidades, a su vez debe permitir la participación de las partes interesadas y grupos de interés de forma democrática, ya sea en la toma de decisiones como en las actividades. En el fondo las comunidades deben tener un rol protagónico, sin embargo no deben ser las únicas que tomen las decisiones, sino que debe ser un proceso conjunto. Del mismo modo explicitan que se debe estimular la propiedad y gestión de manera conjunta, ya que las comunidades locales, asesores académicos, empresas locales, autoridades locales y estructuras de gobierno, pueden significar un gran aporte al ecomuseo; de esa manera en el "Manifiesto estratégico de los ecomuseos 2016" indican que es necesario que no exista imposición de parte de los agentes externos, sino que deben enfocarse en prestar apoyo profesional. Por otro lado y a modo de equilibrar esta relación, de Varine (2003) indica que un verdadero ecomuseo debe reflejar estas dos dimensiones relevantes, como ya se ha mencionado, la participación comunitaria y la asesoría de expertos en museología, ya que de no ser así podría convertirse en una institución que ve empobrecida su calidad debido a que se ha centrado en los sentimientos, dejando de lado los aspectos técnicos y científicos, "museos de pobre calidad, donde el corazón es más importante que el cerebro".

Es comprensible que estas relaciones que se inclinan a ser significativamente más horizontales, tiendan a generar conflictos, por lo que, como mencionan Abeledo, Carrasco, Martínez y Rausell (2007) el ecomuseo en su más amplio sentido, corresponde a un pacto de una comunidad para el cuidado de un territorio, este pacto es más que normas que prohíban o no alguna acción, se trata de un acuerdo básico arraigado y consensuado entre los agentes que pueblan el territorio. Del mismo modo se debe establecer un pacto con los agentes externos que serán partícipes de la creación y el desarrollo del ecomuseo, en ese sentido un instrumento útil es el estatuto de lugares, que consiste en un documento similar a un contrato entre los ciudadanos y las instituciones o agentes externos, en aquel se explicitan los derechos y deberes que asumen ambas partes sobre los "bienes comunes" identificados, es decir el patrimonio identificado.

Otro aspecto relevante a examinar, es la relación que establece el ecomuseo con el mercado, donde deberá centrarse principalmente en los procesos de gestión del patrimonio, antes que en los productos patrimoniales para el consumo, de esta manera y con miras hacia el desarrollo local, sus iniciativas por identificar los elementos potenciales del territorio deberán enfocarse principalmente en el incremento del bienestar de las comunidades locales, antes que en la oportunidad comercial que suponen, lo cual no implica que sean excluyentes una de la otra, sin embargo deben evitar la mercantilización del patrimonio, estimulando el desarrollo y uso de los recursos de una manera sostenible, en ese sentido, como mencionan Fernández y Guzmán (2013) deben "aportar como una barrera contra el avance de la globalización que genera la pérdida de identidades". Por la misma razón debe facilitar una interfaz para el turismo responsable y respetuoso, orientándolo hacia prácticas sustentables y que concienticen sobre que el turismo no solo debe garantizar la hospitalidad al visitante, sino que también debe mejorar la calidad en el nivel de vida de la población local.

Una práctica interesante que colabora con aquella noción es la creación de cadenas cortas y locales de producción, las cuales se caracterizan por establecer una estrecha relación entre productores y consumidores, poniendo al centro a los productores locales y favoreciendo las alianzas con otros actores como empresas agrícolas, oficinas de turismo o laboratorios de transformación, entre otras. En ese sentido también es muy relevante el que el ecomuseo sea capaz de fomentar la colaboración entre distintos actores locales dando cabida a la variedad de profesiones u oficios existentes dentro del territorio. Bajo esa premisa, el aporte que genera el instrumento del inventario participativo es enorme, ya que contabiliza y categoriza el patrimonio material e inmaterial, incluyendo por ejemplo, las actividades artesanales, pudiendo así facilitar la creación de alianzas con actores que realizan actividades afines o complementarias, asimismo es necesario que para la realización de estos inventarios se utilicen enfoques originales, métodos interdisciplinarios y no dualísticos, por lo que nuevamente se retoma la importancia de incorporar nuevas y variadas perspectivas para la creación de instrumentos e iniciativas que favorezcan el desarrollo de la comunidad local.



Retomando las características del ecomuseo, un elemento que suele preocupar a los gestores culturales es el asunto del financiamiento en relación al cómo logra sustentarse económicamente este modelo, al respecto es interesante revisar lo que menciona Sabaté (2004) al enfatizar en que la gestión inteligente del patrimonio supone un factor central para el desarrollo económico, ya que atrae actividades como el turismo, las inversiones, lugares de trabajo debido a la creación de nuevas actividades, además de reforzar la autoestima de la comunidad. En ese aspecto el turismo responsable, las colaboraciones con entes públicos y privados siempre teniendo como horizonte el beneficiar el desarrollo de la comunidad y reforzar la identidad local, la creación de servicios culturales, los proyectos de producción a baja escala y sostenible a fin de reforzar las economías locales, y las actividades de formación e investigación permiten generar ingresos a los ecomuseos, los que generalmente reinvierten gran parte de lo obtenido.

Finalmente es necesario que los ecomuseos desarrollen y promuevan la investigación en diferentes niveles, ya sea desde los especialistas locales hasta los miembros de la academia, además deberán apoyar las aproximaciones multidisciplinares e interdisciplinares a fin de facilitar la comunicación y gestión de proyectos, por otro lado, el ámbito investigativo permitirá propiciar el desarrollo del ecomuseo además de controlar el avance de su desarrollo, en ese sentido es relevante que la institución se autoanalice con apoyo de agentes externos poniendo especial énfasis en analizar cómo ha avanzado respecto a los aspectos culturales, ambientales y económicos con la finalidad de identificar las falencias y planificar en función de su perfeccionamiento.

MAPEOS COMUNITARIOS

Como se mencionó anteriormente los mapas comunitarios corresponden a uno de los instrumentos utilizados por la Ecomuseología, tomando la forma de una representación cartográfica elaborada en base a los testimonios y percepción de las propias comunidades y promoviendo así procesos transformadores en la relación que se establece tanto entre ellas mismas, como con el territorio.

Según Iconoclasistas⁸, históricamente los mapas han sido utilizados para la representación ideológica del poder dominante, al respecto, el sesgo en las cartografías oficiales es evidente en tanto se elaboran con un horizonte enfocado en el desarrollo del modelo capitalista, donde la clasificación de recursos naturales y características poblacionales, la decodificación racional del territorio y la identificación de los tipos de producción más efectiva se convierten en herramientas para convertir los recursos y fuerza de trabajo en ganancia (Iconoclasistas, 2013).

Los mapeos comunitarios, por otro lado, comienzan a manifestarse como herramienta crítica hacia los años noventa, paralelamente a algunos movimientos sociales emancipatorios y reivindicatorios que surgían en América Latina, sin duda, su desarrollo a través de los años ha variado en forma y contenido y se ha visto influenciado por la llegada de tecnologías de la información y comunicación (TIC's) y por tecnologías de geolocalización como el Sistema de Posicionamiento Global (GPS), en ese sentido hay gran cantidad de proyectos que abordan las cartografías críticas a través de estas herramientas digitales, enfocándose en el planteamiento de temáticas particulares como el cuidado de bosques locales, la tierra y los recursos naturales, las experiencias entorno a la ciudad y el cuidado de la infancia, entre muchas otras.

Si bien existe vasta bibliografía en cuanto a los mapeos comunitarios, principalmente en forma de manuales que recopilan técnicas, consejos y buenas prácticas, el Manual de mapeo desarrollado por Iconoclasistas (2015) se presenta como más que solo un manual, abriendo paso a narrativas y reflexiones en torno a las potencialidades y limitantes que presenta esta herramienta en relación a la creación de relatos colectivos, es por esto, por la trayectoria que ha desarrollado su grupo motor en torno a la temática y por la profundidad del contenido que presentan, que se ha decidido tomar como referencia para la recopilación de algunos aspectos que se consideran relevantes para el presente proyecto.

ALGUNOS ARGUMENTOS

El mapa como tecnología, a diferencia de los mapas tradicionales, incluye representaciones simbólicas, imaginarios y subjetividad de los procesos territoriales, por eso, es construido a partir de las percepciones, siendo una estrategia narrativa más que una decisión táctica, el mapear revela la complejidad y mutabilidad de los territorios, generando lazos a la vez que reúne y pone en

8. Dúo formado por Julia Risler y Pablo Ares, que desarrollan talleres de mapeo colectivo desde 2008.

común la experiencia de diversos actores sobre habitar el territorio develando que a través de sumatoria de vivencias singulares se configura un espacio común al cual se le redibujan nuevas fronteras móviles y en permanente tensión conformadas más por percepciones que por trazados institucionales o lógicas catastrales.

El mapeo otorga la posibilidad de visibilizar conflictos de presencia permanente así como conflictos emergentes, de esa manera si bien el mapa puede tender a una matriz de mera denuncia, adquiere mayor solidez cuando además de incorporarse a la red de experiencias, colabora levantando reflexiones y acciones orientadas a la resistencia y el mutuo cuidado, no obstante, también puede transformarse en una herramienta de doble filo dependiendo del uso que se le da, aquí aparecen los mapeos con usos contrainsurgentes, bélicos y con lógicas meramente enfocadas en la mercadotecnia; los conflictos evolucionan y cada día se hacen más difusos y complejos, esto último se replica en la complejidad que adquieren los mapas al intentar abordar aquellos conflictos, ya que, entendiendo el mapeo como una práctica generadora de conocimiento, es inevitable vislumbrar una tensión existente en el límite de la información comunicada, donde reflexiones sobre la vulneración a las clandestinidades y las resistencias dan paso a una noción de mapeo que cuida y problematiza el propio régimen de visibilidades.

La práctica del mapeo debe ser realizada teniendo claridad de los objetivos y metas a alcanzar, suponiendo una tarea simultánea que enlaza la interpretación y transformación combinando los saberes cotidianos y populares a fin de articular inteligencia y voluntad colectiva para generar nuevas interpretaciones de un territorio vinculando signos que de otra manera parecieran no estar relacionados, en ese sentido, el rol de las instituciones públicas en torno a la acción de mapear es algo que aún debe explorarse y experimentarse, sobretodo cuando las temáticas del mapeo aún no son tan visibles.

SOBRE LAS DINÁMICAS

En general el mapeo colectivo es abordado desde dinámicas grupales y sincrónicas, en ese aspecto el trabajo por medio de la realización de talleres colabora en la socialización de la información y las experiencias, fomenta la co-construcción de un diagnóstico territorial y potencia la identificación de redes afines para el levantamiento de nuevas iniciativas.

Bajo la modalidad de los talleres es posible desplegar varias dinámicas, una de ellas consiste en la señalización individual de caracterización del territorio, que posteriormente genera una puesta en común donde los organizadores van seleccionando y organizando la información en un mapa común donde convergen los relatos individuales; asimismo, una variante de esta dinámica es el mapeo en el espacio público, donde no sólo participan los habitantes del territorio, sino también la población flotante, lo cual permite reflexionar sobre las percepciones y prejuicios que se tienen de una zona, en contraste con las percepciones de quienes habitan o transitan el territorio; otra dinámica son los mapas murales, que están pensados para su utilización en actividades aledañas donde el mapeo no es la principal actividad, para este efecto se disponen mapas e iconografías de gran formato sobre las paredes para ser intervenidos en los tiempos libres.

Una dinámica que puede ser ejecutada tanto en espacios abiertos como cerrados, es la mesa rotativa de mapeo, donde se dispone un mapa de grandes dimensiones sobre una mesa y va siendo intervenido a través de la rotación pautada de quienes participan, el ejercicio puede repetirse en varias vueltas completas al circuito, donde cada vuelta debe abordar una temática diferente, de ese modo la discusión se amplía a contrapuntos e incorpora otros matices, en la misma línea la generación de multiplanos en función de complejizar cierta temática facilita el intercambio de miradas, elabora representaciones más completas y facilita la identificación de flujos, conexiones y vínculos permitiendo distintos niveles de acercamiento o alejamiento territorial a través de la superposición de planos diferentes tales como geográficos, perceptuales y panorámicos, entre otros.

Como bien se menciona en el párrafo anterior, la representación puede tomar varias formas, otra de ellas es a través del cuerpo, donde las posibilidades pueden apuntar hacia el impacto que generan ciertos fenómenos o discursos sobre los cuerpos, o por otra parte, generar la analogía entre el cuerpo y el territorio a fin de identificar por ejemplo, los sectores que duelen del territorio, los que hacen pensar, donde se ubica el corazón y desde donde camina, entre otras cosas. Del mismo modo, una dinámica enfocada en la representación visual es el collage fotográfico, donde a través de la combinación de distintos elementos gráficos como fotografías y dibujos, se busca elaborar paisajes arquetípicos de las zonas mapeadas; por otro lado, una dinámica mayormente enfocada en la representación temporal, es el mapeo con línea de tiempo, si bien puede utilizarse una línea de tiempo estructurada y acotada a un periodo específico donde se reseñen hechos claves, también puede ser ejecutado a través de una pauta más abierta en la cual se utilizan fotografías o dibujos que permitan develar las transformaciones de ciertos lugares, dando paso a cuestionamientos en relación a aquellas.

Finalmente, el recorrido urbano en grupos como una dinámica de registro y recolección in situ de recursos visuales y sensoriales amplía las posibilidades en tanto permite la interacción con los habitantes al hacerles preguntas y pedir opiniones, además de complementar con datos sensoriales y temporales, a través de la realización de entrevistas, captura de fotografías, toma de notas y percepción a través de los sentidos, complejizando las representaciones para una mejor comprensión de las particularidades actuales del territorio.

SOBRE LOS RECURSOS

Los recursos utilizados para la realización de mapeos tienden a ser principalmente recursos visuales y gráficos, donde las cartografías, iconografías y pictogramas, a pesar de considerarse recursos concretos y sintéticos que podrían coartar la creatividad y acción en las representaciones, surgen como incentivadores de la rememoración, el intercambio y la señalización de temáticas, potenciando la construcción colaborativa (Fig. 21) y dinamizando el proceso a través de la incorporación de la dimensión estética y simbólica; a su vez, es necesaria la flexibilidad en cuanto a la utilización de estos recursos,

permitiendo tanto la modificación como la creación de nuevas herramientas visuales para la representación mediante imágenes, íconos, dibujos, textos, viñetas y cualquier recurso que permita la comunicación y difusión.

La utilización de iconografías apunta al ejercicio de recurrir a imágenes simples, metafóricas o simbólicas que proporcionan información en relación a un marco temático, en ese sentido otorgan un marco de referencia desde donde comenzar el mapeo, aunque es relevante procurar que las iconografías estén acorde a las temáticas primordiales de los encuentros para evitar una dispersión innecesaria. Por otro lado, los pictogramas corresponden a imágenes un tanto más complejas que de manera clara y esquemática buscan representar situaciones y casos emblemáticos.

POSIBILIDADES DEL MAPEO

Como se ha podido establecer previamente, el universo de posibilidades a partir de la realización de mapeos colectivos es extenso y varía según el uso y objetivo que se establece para su realización, en ese aspecto, la sistematización consensuada de la información recopilada abre paso a líneas de acción de gran provecho social como el levantamiento de proyectos de transformación barrial a partir de los intereses, necesidades y problemáticas identificadas en el mapeo, la difusión pública y consensuada del mapa con saberes y experiencias populares, la organización de intervenciones callejeras, la planeación de otros talleres y recursos comunicacionales a fin de profundizar ciertas temáticas y finalmente la creación de un mapa online a través del cual se puedan seleccionar, puntualizar y profundizar temáticas construyendo una base de datos abierta que pueda ser completada y actualizada permanentemente.



Figura 21.
Jornada de mapeo
Fuente: Iconoclasistas

2. CASO DE ESTUDIO



El presente capítulo se desarrolla en función de dar a conocer en profundidad el caso del Museo de la Solidaridad Salvador Allende, en el cual se enfoca la investigación y la posterior etapa de formulación de propuestas.

MUSEO DE LA SOLIDARIDAD SALVADOR ALLENDE (MSSA)

El Museo de la Solidaridad Salvador Allende es un museo de arte moderno y contemporáneo con fines culturales que contiene una de las más importantes colecciones de latinoamérica y que tiene como misión el activarla, conservarla y difundirla, al igual que a su historia y relecturas a través del tiempo. Asimismo busca promover el proceso creativo en sus diversas formas y fomentar la dimensión humanista y la vocación solidaria (Fig. 22).

Bajo esa noción establece como sus lineamientos fundacionales, el arte, la política y la solidaridad y como sus principales valores, la fraternidad, compromiso, el respeto, la responsabilidad, inclusión, diversidad, pensamiento crítico, cuestionamiento, innovación y creatividad. En cuanto a su visión, esta se orienta en ser reconocido y considerado como un espacio museal crítico, una institución inclusiva, pluralista, vital y participativa que, como garante de la libertad de expresión, permite mediante prácticas contemporáneas que dinamizan la relación con los públicos y la sociedad, que otros desde sus diversas perspectivas contribuyan a la creación artística y a la reflexión crítica.

HISTORIA DEL MUSEO

El MSSA se consagra como tal alrededor del año 1991, luego de 15 años marcados por el exilio y la resistencia frente al tensionado contexto socio-político del país suscitado por la dictadura de Augusto Pinochet (1973-1990). Originalmente el museo surge a partir de una iniciativa bastante visionaria para la época llamada "Operación Verdad" encabezada por los artistas y críticos de arte José María Galván, José Balmes y Mario Pedrosa quienes impulsan la idea de promover la donación de obras de arte dentro de los círculos artísticos del mundo en apoyo a la vía chilena al socialismo que en ese tiempo lideraba el presidente Salvador Allende a fin de conformar un museo en el cual el pueblo de Chile tuviera acceso a las obras bajo el lema "Un museo para el pueblo de Chile". La convocatoria tuvo un gran éxito, logrando reunir en tan solo tres meses alrededor de 400 obras de distintos artistas.⁸ La totalidad de la colección fue donada, hecho que destaca el expresidente Allende a través de una carta de agradecimiento que redactó para los artistas que colaboraron con la iniciativa. A su vez, es necesario mencionar que el proyecto contó con el apoyo de Allende, en tanto posibilitó las condiciones institucionales y de relaciones exteriores para su expedita ejecución.

Con el nombre de Museo de la Solidaridad es que en 1972 se inaugura esta gran colección bajo el alero del edificio de la UNCTAD III, ahora Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), sin embargo, su estadía no excede el año cuando el museo, que aún no estaba legalmente constituido, debe enfrentar el golpe militar obligándose a ocultar la colección en el Museo de Arte contemporáneo para prevenir algún siniestro y forzando al exilio a los fundadores de la iniciativa, es así, como a partir del régimen militar, durante el



Figura 22.
Actual fachada del museo
Fuente: RMC

8. Entre los cuales destacan Roberto Matta, Joan Miro y Victor Vasarely, entre otros artistas connotados.

periodo comprendido entre 1975 y 1990, el proyecto busca su continuidad bajo el exilio a manos de un secretariado general en Francia presidido nuevamente por Mario Pedrosa; ahora con el emblema de "Resistencia" y con el nuevo nombre de Museo Internacional de la Resistencia Salvador Allende (MIRSA) continúa recibiendo donaciones de obras de arte a las cuales se suman obras de chilenos exiliados en el extranjero y de artistas internacionales como un gesto de denuncia a la dictadura chilena y la violación de los derechos humanos.

Hacia 1991, tras el cese de la dictadura, el museo se re-instala en Chile, esta vez con el nombre de Museo de la Solidaridad Salvador Allende, comenzando el proceso de traslado de las obras donadas en el extranjero, misión que se extiende hasta 2006 logrando finalmente reunir ambas colecciones. Posteriormente la Fundación Salvador Allende dona esta gran colección al estado de Chile y se crea la Fundación Arte y Solidaridad (FAS) que actualmente se encarga de administrar, difundir, investigar y resguardar la colección que, hasta la fecha, suma un aproximado de 2.650 obras de gran valor patrimonial, a lo largo de este último periodo, la dirección del museo ha sido asumida por Carmen Waugh, José Balmes, Ernesto Ottone y finalmente por Claudia Zaldívar quien es la actual directora. Por otro lado, en cuanto al emplazamiento, luego de recuperadas las obras ocultas durante la dictadura, alrededor del 1991 proceden a instalarse en calle Herrera 360 en un antiguo edificio que acogió a la Escuela Normal N°1 de Niñas, para, posteriormente, tras la compra de un inmueble por parte de la Fundación Salvador Allende, ser trasladadas a su actual ubicación, una casona ubicada en pleno centro de Santiago, dentro del Barrio República, específicamente en la calle Av. República 475.

ORGANIZACIÓN INTERNA DEL MUSEO

El MSSA es administrado y representado jurídicamente por la Fundación Arte y Solidaridad (FAS) la cual cuenta con un directorio compuesto por dos miembros del gobierno, uno del Ministerio de Educación (MINEDUC) y otro del Servicio Nacional de Patrimonio Cultural (SNPC); dos representantes de la fundación y un miembro de común acuerdo, en tanto la dirección del museo se encuentra actualmente a cargo de Claudia Zaldívar, quien también cumple el rol de representante legal de la FAS.

En relación a la organización propia del museo, las labores se distribuyen por áreas donde existe, a excepción de las asesorías, una persona que se encarga de la coordinación de cada área, éstas últimas se componen por entre dos a siete personas que cumplen distintas funciones, sumando un total de 24 trabajadores del museo. El esquema presentado a continuación busca ilustrar de manera general las áreas existentes dentro de la organización además de destacar el programa de Vinculación con el territorio, que para efectos del presente proyecto cobra gran relevancia (Fig. 22).



Figura 22.

Esquema organigrama del museo

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la página oficial del museo.

Por otra parte, se consideró relevante contrastar la información previa a la pandemia respecto de la actual, comprendiendo que las organizaciones, como se ha podido observar en el capítulo impactos de la pandemia han tenido que generar cambios, en algunos casos bastante drásticos en cuanto a su organización interna sobretodo los relacionados a despidos por falta de ingresos. En ese sentido, para contrastar ambos escenarios, se recurrió a los últimos documentos publicados por el museo que abordan la estructura de la organización previo a la pandemia, siendo el más reciente pre-pandemia, el documento Convenio de colaboración mutua y transferencia de recursos entre la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM) y la Fundación Arte y Solidaridad (FAS) aprobado el 27 de Enero de 2017, ahora bien, en cuanto al escenario más actual, se construyó a partir de la información disponible en la página web institucional del museo, específicamente en la sección Quienes Somos y el documento Informe Anual 2020.

A partir de la información recopilada y contrastada, se ha llegado a la siguiente síntesis. Por una parte se identificó la necesidad de incorporar puestos de trabajo cuyas labores se enfocaran en mantener actualizada y activa la imagen del museo en la virtualidad, en ese aspecto y bajo un proceso de digitalización de actividades, se incorporaron los servicios tanto permanentes como esporádicos dependiendo del caso, de periodismo, apoyo de diseño gráfico, audiovisual, fotografía y desarrollo web.

FLUJO DE RECURSOS

El financiamiento que percibe el museo se compone de tres fuentes, por una parte los recursos que transfiere el Servicio Nacional de Patrimonio Cultural (SNPC) para el cuidado y difusión de la colección del museo, debido a que aquella colección actualmente es de propiedad del estado de Chile, por otra parte se obtienen recursos a través de un comodato vigente desde el año 2011 entre el museo y el Senado de la República, donde el museo entrega un grupo de obras que se exhiben en el edificio del Congreso en Valparaíso y a cambio el senado entrega un monto destinado a la restauración y conservación de la colección del museo; en otra línea, el museo obtiene recursos a partir de la postulación a fondos concursables tanto nacionales como internacionales; y en una menor medida, se perciben ingresos a través de la venta de entradas a las exposiciones del museo.

En relación a la primera fuente de financiamiento, el museo recibió durante el año 2021, la suma de 515.523.000 pesos chilenos según lo estipulado en la Ley N° 21.289 correspondiente al presupuesto anual para el sector público referido específicamente a transferencias al sector privado, este presupuesto se distribuye en la planificación anual de actividades de cada área del museo y debe cumplir con ciertas obligaciones referidas a la transparencia en cuanto a la utilización de los recursos asignados para la fundación, en relación a ese aspecto, se establece que el museo debe cumplir con la totalidad de las actividades planificadas, en tanto las que sean modificadas deben pasar previamente por la aprobación del SNPC, por otro lado, en caso de ser canceladas la fundación debe restituir el dinero correspondiente a aquellas actividades, precisando todo esto a través de una rendición de cuentas de periodicidad mensual y un informe de actividades que detalle las actividades desarrolladas, las que no fueron ejecutadas y la planificación para el siguiente año.

En el caso de los fondos concursables, la asignación monetaria varía dependiendo de la cantidad de fondos que han logrado adjudicarse y el monto destinado a cada uno, donde cabe señalar que cada área del museo es quien debe encargarse de gestionar la postulación a los fondos y no así el museo. Para el año 2020 son cuatro los proyectos con financiamiento adjudicados y que se encuentran en desarrollo con una suma aproximada de 260 millones de pesos chilenos en su totalidad, por otro lado para el año 2021, los proyectos a desarrollarse son un total de siete con una suma que asciende los 290 millones de pesos, por último los proyectos en espera de resultado son tres. En general los proyectos que postulan a fondos provienen principalmente de las áreas de Archivo y Programación y su origen mantiene igual proporción en cuanto a si son fondos nacionales o extranjeros.

Por último, el financiamiento obtenido a partir de la venta de entradas, según el Informe estadístico de Julio de 2020 del SNPC que es el más reciente publicado por el museo, indica que de una totalidad de 486 usuarios, tan solo 200 adquirieron una entrada completa, en tanto los restantes accedieron a una entrada liberada. En ese sentido, se hace necesario visibilizar que si bien el museo establece una entrada completa, la cual tiene un valor de \$1.000 pesos chilenos para público general, durante la

pandemia han liberado las entradas para todo público con una caja de donaciones disponible en la entrada, no obstante, en un contexto habitual sin las condiciones sanitarias que se afrontan en la actualidad, la entrada liberada estaba destinada a estudiantes, tercera edad, vecinos del Barrio República, personas en situación de discapacidad, miembros del Comité internacional para museos y colecciones de arte moderno (CIMAM) y para el público general los días domingo; por otra parte, los recorridos guiados grupales de carácter privado tenían un valor de \$10.000 pesos.⁹

Resulta complejo determinar un monto percibido por la venta de entradas, ya que no se explicita en ningún documento publicado por el museo, sin embargo, a partir del último balance general de la fundación que data del año 2019, se ha podido identificar un monto que asciende los 5 millones el cual está asociado al concepto de venta y corresponde al 19% de los ingresos del museo para ese año.

ESTUDIO DE PÚBLICO Y VIRTUALIDAD DEL MUSEO

De manera general, el público al cual llega el museo se divide entre el público presencial y el virtual, en cuanto a este último a partir del año 2018 se comienza a abordar con mayor detalle, en tanto se analizan los públicos bajo parámetros de seguidores y no de interacciones como se realizaba anteriormente, en la misma línea hacia el año 2020 se agregan nuevos medios de análisis tales como las suscripciones de Youtube, suscriptores del Newsletter y asistentes a las exposiciones internacionales.

A partir del análisis de las memorias del museo del año 2018 al 2020, ha sido posible observar la evolución en cuanto a la cantidad de público a la cual han llegado, en ese sentido se observa un aumento de un 27,4% entre el público presencial del año 2018 al 2019, en tanto el aumento del público virtual fue de un 21% para el mismo periodo, en lo que respecta al año 2020 es necesario aclarar que por una parte, la inclusión del análisis de las exposiciones internacionales detonó una variación significativa en las cifras, donde se observa un aumento del 285% del público presencial respecto al año 2018 y de un 125% en el público virtual; la pandemia se posicionó como un factor determinante en relación a la cantidad de público, en ese sentido, al excluir la variable de las exposiciones internacionales a fin de comparar las cifras por año bajo parámetros similares, se obtiene que hubo una disminución de un 61% en cuanto al público presencial en comparación del año 2018 y un aumento de apenas un 16% en cuanto al público virtual, en este último aspecto es posible observar que existe una concordancia entre la pandemia y la disminución del público presencial que visitó el museo, posiblemente debido a las cuarentenas y medidas sanitarias, sin embargo, en cuanto al reducido aumento de público virtual respecto a años anteriores, es posible inferir que a comparación de otros museos que potenciaron su oferta virtual a raíz de la pandemia, este proceso en el MSSA no promovió de manera suficiente la captación de nuevos públicos virtuales.

9. En la actualidad se están realizando recorridos grupales sin costo para organizaciones del barrio.

Desde otra perspectiva, es interesante conocer las áreas del museo desde donde procede la mayor cantidad de público presencial, en ese sentido, las visitas independientes a las exposiciones del museo han percibido una disminución pasando de 46% de captación de visitas en el año 2018, a un 34% en 2019 hasta una brusca caída de un 1,4% durante el año 2020, en contraste de las exposiciones internacionales que sumaron un 90% de captación durante el año 2020, siendo la principal fuente de captación públicos para aquel año; otra área que destaca en este sentido es el área de Vinculación con el Territorio, la cual ha ido en aumento durante los últimos 3 años pasando de un 24% en 2018 a un 46% en 2020.

Respecto al público virtual no es posible especificar el área del museo desde donde se ha captado, sin embargo la procedencia en cuanto a los medios de ingreso si pueden ser identificados, en ese sentido, se agregan a las visitas a la página web institucional y las redes sociales tradicionales (Facebook, Twitter e Instagram), las suscripciones a Youtube y Newsletter y las visitas a las exposiciones internacionales. Si bien las visitas a la página web institucional han sido las con mayor predominancia a lo largo de estos últimos años, han percibido una disminución pasando de un 75% en 2018 a un 50% en 2020, en contraste de lo ocurrido con la plataforma de Instagram, que ha sido la que ha percibido un mayor aumento de alrededor de un 102% entre el año 2018 al 2020.

A partir de lo mencionado previamente se vuelve pertinente abordar brevemente el sistema de manejo virtual que ha establecido el museo y las estadísticas que señalan en sus memorias anuales, donde por una parte indican un 18% de crecimiento promedio de los seguidores de sus principales redes sociales en las cuales no se ha pagado por campañas publicitarias pero se ha establecido una periodicidad de publicaciones de 1 diaria en días laborales tanto en Facebook como en Instagram. Por otra parte, en cuanto a la página web institucional es posible obtener información más detallada a partir de los datos expuestos por Google Analytics y referenciados en la memoria anual de 2020, en ese sentido se observa que las visitas son relativamente breves con una duración promedio de 2 minutos y que si bien se establece que un 87% de las visitas son visitas nuevas, se ha percibido una disminución de estas de un 10% en ese año.

LA CASONA Y EL BARRIO

La casona que hasta el día de hoy alberga al Museo de la Solidaridad Salvador Allende al igual que las casas aledañas destaca por su trayectoria histórica, particularmente este inmueble es construido por los arquitectos Fernando Valdivieso y Fernando de la Cruz hacia 1927 a pedido del empresario Amadeo Heiremans; tras su muerte la familia vende la casa a la embajada de España, estableciéndose allí la cancillería y la casa del embajador hasta 1968, que es cuando la Universidad de Chile la adquiere a fin de instalar el Instituto de Estudios Humanísticos el cual logró sobrevivir tres años durante la dictadura, hasta que en 1976 la CNI (Central Nacional de Inteligencia) tomará posesión de ella para utilizarla como cuartel general. Tras el cese de la dictadura la casona es heredada por la DINE (Dirección de Inteligencia del Ejército) y no es hasta 2001 cuando se llega a un acuerdo para hacer la transferencia del inmueble al Ministerio de Bienes Nacionales, donde el SERVIU (Servicio de Vivienda y Urbanización) lo pone en venta hasta que la Fundación Salvador Allende la compra en el margen de la ejecución de un plan de la Municipalidad de Santiago que busca revertir el estado de degradación de las casonas producto del daño causado por el terremoto de 1985 y como una manera de otorgar una nueva imagen en reemplazo al sombrío pasado que cargaba el barrio luego de su ocupación por parte de la Junta Militar. (Saavedra, 2019)

Los trabajos de remodelación en el barrio se remontan a 1990, enfocándose inicialmente en la Avenida República, arteria que atraviesa la extensión del barrio que lleva su mismo nombre, y paralelamente en Plaza Manuel Rodríguez, que corresponde a uno de los pocos lugares de esparcimiento con áreas verdes del barrio, sin embargo es a raíz de la declaración de zona típica emitida en 1992 que la preocupación por el estado de los inmuebles se convierte en un tema relevante dentro del plan de remodelación, posteriormente y como consecuencia de la adquisición de las casonas por parte de diversas instituciones que tienen como misión el ocuparlas y rehabilitarlas, hacia 2003 el sector se consagra como un Barrio Universitario, entregando nuevos aires donde colindan arquitecturas históricas, instituciones educativas, culturales y sociales, y un interesante contraste de memorias y vivencias. Lawner (2020) aborda este contraste desde una

perspectiva histórica y arquitectónica, relatando los hallazgos a raíz de su participación en los trabajos de restauración y habilitación de la casona que dan lugar al actual MSSA, tarea que ejecutó en compañía del también arquitecto Marco Vidal alrededor del año 2005 y concluyó en Julio de 2006 con la inauguración del museo.

EL INICIO DEL VÍNCULO CON LA COMUNIDAD

Los esfuerzos del equipo del museo por replantear su acción social en línea a sus principios fundacionales de solidaridad y servicio al pueblo se vislumbran en acciones concretas que se evidencian a partir de 2017 cuando, por una parte, retomando una infructuosa iniciativa impulsada por la Municipalidad de Santiago en 2016, varias organizaciones tales como, la Junta de Vecinos del barrio, la corporación cultural Arteduca, la Fundación de Superación de la Pobreza, el Comité de Patrimonio del barrio y el Museo de la Solidaridad Salvador Allende, entre otras, reactivan la Mesa de cultura del Barrio República.

Por otra parte, como menciona Saavedra (2019), desde una línea experimental - investigativa, durante el mismo año, se gesta el proyecto Mirada de Barrio, que con un claro enfoque social y artístico, busca recomponer las relaciones y vinculaciones entre la comunidad y el barrio y establecer nuevos y cercanos vínculos entre el museo y la comunidad, co-creando alternativas de convivencia en el Barrio República. El proyecto contó con el financiamiento de Fondart 2017 y fue liderado por un equipo interdisciplinar compuesto por el área de Programas Públicos del museo y sociólogos, artistas y diseñadores externos al museo con experiencia en proyectos con enfoque participativo orientado a la educación y el territorio.

Inicialmente uno de los principales objetivos del proyecto fue generar una curaduría participativa a partir de la colección del museo, sin embargo a medida que el proyecto se desarrollaba, se hacía cada vez más patente la disonancia existente entre los propósitos del museo y la experiencia al trabajar junto con la comunidad, a raíz de esta reflexión es que el equipo decide redefinir su objetivo y enfocarse en generar una exposición acerca del Barrio República, lo cual arrojó resultados trascendentales para las posteriores líneas de acción entre el museo y el barrio.

El proyecto se desarrolló a través de entrevistas, mapeos colectivos y encuentros, donde se aplicaron estrategias pedagógicas y metodológicas de mediación con enfoque en la creación experimental. En la misma línea, inicialmente se crearon los talleres de cocreación en técnicas de escritura y publicación experimental, textil comunitario, intervención fotográfica y arte postal para la niñez, donde el interés, los oficios y prácticas de la comunidad se enmarcaron como los factores principales para la definición de los talleres, los cuales siendo facilitados por profesionales lograron congregarse a diversas profesiones y generaciones de vecinos que con experiencia o aficionados a las artes participaron activamente de ellos.

Desde esta modalidad que complementa la conversación y la escucha con un enfoque más activo desde el hacer es que se comenzó a gestar la exposición Haciendo Barrio, que por primera vez en el museo consideraba un comité curatorial mixto entre integrantes del área de Programas Públicos del museo, el área de Programación y vecinos que actuaron como delegados de cada taller; la exposición se constituyó a partir de las piezas producidas en los talleres (Fig. 23), los mapeos colectivos junto a un dispositivo móvil desarrollado por los Iconoclasistas para el desarrollo de mapeos colaborativos en la vía pública, un documental, una sala de experiencias que dispuso el espacio y materiales para experimentar diferentes técnicas y posibilidades, y finalmente una sala donde se expusieron los distintos procesos y metodologías que resonaron en el museo y la comunidad a raíz del proyecto representados tanto por un diagrama llamado MSSA en transformación como por otros archivos.

La exposición tuvo como tópico la creación colectiva, desde su génesis con la elección del guión, el uso de los colores y el montaje, hasta la elección del nombre, siendo inherente la aparición de debates, opiniones disparejas y votaciones, que posteriormente se desarrollaron en consensos y acuerdos denotando la flexibilidad requerida para el adecuado desarrollo de los proyectos colectivos, donde se evidencia, tal como menciona Saavedra (2019) que "sin conflicto, comunicación y constancia no existe comunidad."

REFLEXIONES Y REPERCUSIONES MIRADA DE BARRIO

Como se mencionó previamente, durante el desarrollo del proyecto el replanteamiento de objetivos por parte del equipo fue inevitable en tanto se presentaron reflexiones a raíz de los encuentros y las actividades prácticas con la comunidad, en ese sentido, uno de los detonantes que patentaron la necesidad de cambiar aquellos lineamientos iniciales, fue la ejecución de una encuesta que realizó el equipo, la cual visibilizó serias problemáticas en torno a la concepción que tenía la comunidad respecto del museo, por una parte se desconocía el trabajo, la misión y la tipología de museo a la cual corresponde el MSSA y por otro lado, Saavedra (2019) afirma que también pudieron identificar que el inmueble del cual hace uso el museo, por una u otra razón constituye una barrera tanto física como simbólica generando que el acceso fluido e inmediato al museo se vea obstaculizado; como consecuencia a estas reflexiones los objetivos y lineamientos del proyecto se redefinieron en búsqueda de facilitar y promover vínculos entre el museo y la comunidad por sobre el foco en el museo y su colección.

Bajo esa perspectiva y en función de orientar las líneas de acción del museo hacia una vinculación más cercana con la comunidad, es que, luego de un mes de inaugurada la exposición se decidió modificar la programación del proyecto, para ello, el equipo de Programas Públicos convocó a una asamblea extraordinaria a los vecinos, en búsqueda de conocer sus motivaciones y dar la bajada a líneas de acción ejecutables a largo plazo a través del museo, este proceso dio como resultado la programación de una agenda conformada por los grupos de Textileras, Brigada Fotográfica y Huertxescuela, que hasta el día de hoy se mantienen vigentes en un constante trabajo de experimentación, definición, aprendizaje y afianzamiento, tanto en las inmediaciones del museo como fuera de él

PROFUNDIZACIÓN DEL VÍNCULO CON LA COMUNIDAD

El museo ha experimentado una significativa maduración en cuanto a las reflexiones sobre el vínculo que establece con sus comunidades, tanto a raíz de la experiencia adquirida a través del proyecto Mirada de Barrio, como por las repercusiones del contexto sociopolítico y cultural en las decisiones y acciones que ejecuta y ha ejecutado el museo históricamente, al respecto, es posible identificar una clara inclinación desde el museo a convertirse en un actor apreciado por la comunidad, capaz de vincularse cercanamente a ella y aportar al desarrollo de la comunidad barrial. Del mismo modo, se entiende este desarrollo como un proceso continuo e inacabado, en el cual constantemente surgen nuevos cuestionamientos como los que describe Saavedra¹⁰ donde plantea interrogantes respecto a la temporalidad entre los procesos del museo y los de la comunidad, sobre la vigencia y los modos que pueden potenciar aquella simbiosis considerando el dinamismo innato de las comunidades; estas interrogantes y sus amplias dimensiones se posicionan como los desafíos que el equipo del museo pretende abordar a través de sus líneas de acción.



Figura 23.

Textil elaborado en base a proyecto "Mirada de Barrio"
Fuente: Fotografía de Fundación Antenna.

10. En su publicación de 2019 llamada Casa de experimentos: preguntas y transformaciones recientes del Museo de la Solidaridad Salvador Allende y su integración a la comunidad del Barrio República.

3. MARCO METODOLÓGICO



El presente proyecto busca responder a la pregunta de investigación de ¿Cómo promover una vinculación sostenible del Museo de la Solidaridad Salvador Allende (MSSA) con sus comunidades aledañas mediante la reestructuración de sus prácticas? para esto y tomando como base la investigación presentada en el marco teórico, se ha elaborado un proceso basado en la resolución de un objetivo general y tres objetivos específicos que se detallan en el presente capítulo.

EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

CONSIDERACIONES

El presente proyecto se plantea bajo un caso de estudio específico correspondiente al Museo de la Solidaridad Salvador Allende y a la comunidad del barrio República, en ese aspecto, es necesario acotar que se considera como comunidad no tan solo a quienes viven en el territorio, sino también a su población flotante. En concordancia con lo anterior, la investigación y el desarrollo de los objetivos se ha enfocado principalmente en el caso anteriormente mencionado y descrito en profundidad en el capítulo Marco Teórico.

En ese sentido, se considera el trabajo de campo como una metodología presente transversalmente en esta investigación, desde la cualidad de habitante del barrio República por parte de la tesista, hasta la participación en organizaciones comunitarias y territoriales, la realización de la práctica profesional en el MSSA, la participación en sus talleres y algunos trabajos esporádicos en la misma organización.

Por otro lado, se ha tomado como referencia para la formulación de los objetivos y sus etapas de desarrollo, la subdisciplina del diseño de servicios y particularmente la publicación *Creando valor a través del diseño de servicios* publicada en 2017, comprendiendo que, al no tratarse del rediseño de un servicio existente, sino más bien del diseño de un nuevo servicio, se tomarán en consideración sólo los elementos pertinentes a este último caso.

Otro aspecto a precisar es la definición del rol que cumplen los actores implicados en el servicio, al respecto, se ha establecido que las organizaciones, en este caso el museo y otras organizaciones asociadas, corresponderían a los usuarios internos, es decir a los proveedores del servicio y por otra parte, los usuarios del barrio República tomarían el rol de usuarios externos o usuarios finales del servicio.

DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO

Como se anticipó al inicio del capítulo, el plan de trabajo se basó en la postulación de un objetivo general y tres objetivos específicos, que se detallan en el diagrama (Fig. 24), asimismo cada objetivo específico se desglosa en una serie de requerimientos y tareas que serán abordados con detalle en el desarrollo de la metodología.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un servicio basado en la Ecomuseología y las nuevas tecnologías, que promueva la vinculación sostenible del MSSA con sus comunidades aledañas mediante la reestructuración de sus prácticas

- Identificar, seleccionar y caracterizar a los usuarios del servicio
- Elaborar una propuesta experimental del servicio que considere aspectos conceptuales, formales y relacionales.
- Evaluar la eficacia del servicio diseñado.

Figura 24.

Objetivos de la investigación.

Fuente: Elaboración propia.

Por una parte, el primer objetivo específico se plantea desde la necesidad inicial de identificar a los posibles proveedores del servicio en función de acotar el campo de estudio y posteriormente caracterizarlos. En ese sentido gran parte de la ejecución de este objetivo se ha desarrollado previamente en el capítulo Marco Teórico, sin embargo, se profundiza en el desarrollo de este primer objetivo el cual además se enfoca en la identificación de otros posibles proveedores presentes en el emplazamiento, así este objetivo transita entre las etapas de identificación y comprensión de los actores, y la etapa de análisis y problematización, ambos descritos en la publicación *Creando valor a través del diseño de servicios*.

Por otra parte, el segundo objetivo se enfoca en el desarrollo integral de un nuevo sistema de servicios y sus puntos de contacto a través del proceso creativo de diseño.

Finalmente, el tercer objetivo se plantea como una etapa de testeo a la propuesta de diseño para su posterior iteración en función de un mayor desarrollo.

OBJETIVO 1: Identificar, seleccionar y caracterizar a los usuarios del servicio

El presente objetivo se desarrolló a partir de cuatro requerimientos, el primero dice relación con la caracterización del MSSA, el segundo por su parte se vincula a la identificación de las relaciones existentes entre el MSSA y otros actores, el tercer requerimiento se enfocó específicamente en la identificación y clasificación de otros actores del barrio y finalmente el cuarto consistió en la selección final y caracterización de otros posibles usuarios internos (proveedores del servicio) para la conformación de una Red en conjunto con el MSSA.

● 1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MSSA

La ejecución de este requerimiento consideró actividades relacionadas a la investigación sobre la génesis del museo, sus pilares fundacionales, tales como la misión, visión y valores de la organización; asimismo se investigó sobre la organización interna y las transformaciones de esta, los flujos de recursos, sus estudios de público y virtualidad, y finalmente sobre la relación previa que han establecido con el barrio y sus comunidades, aunque este último punto también concierne al segundo requerimiento.

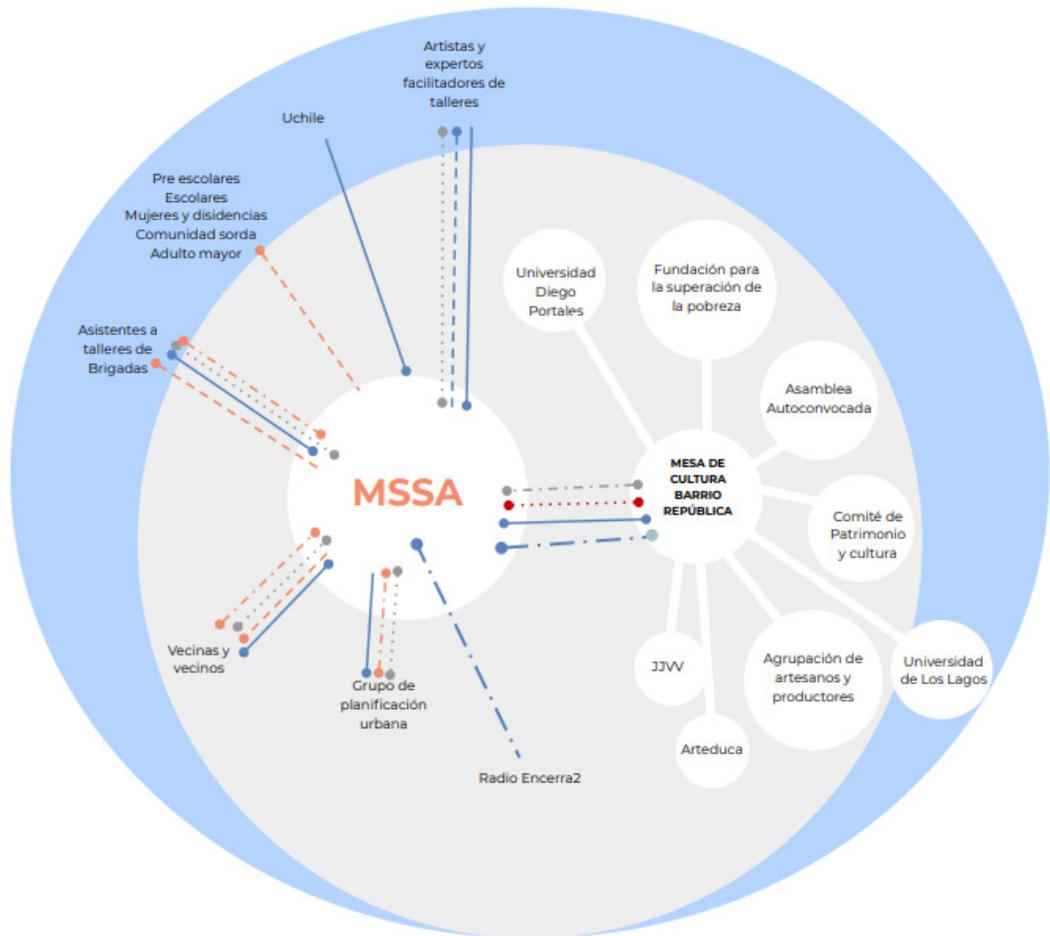
Los métodos utilizados fueron la ejecución de entrevistas, observación a través del trabajo de campo e investigación documental, donde los documentos proporcionados en la sección de transparencia del museo resultaron sumamente útiles para profundizar aquella información.

Se consideró necesario incluir la mayor parte de la información recopilada y organizada, en el capítulo Marco Teórico, ya que se establece como una de las bases necesarias de conocimiento previo para la posterior presentación del proyecto y su plan de trabajo.

● 1.2 ANÁLISIS DEL ESTADO PREVIO DE VINCULACIÓN DEL MSSA

Con el propósito de esclarecer la vinculación existente entre el museo y las diferentes organizaciones presentes en el barrio, inicialmente se representa gráficamente un panorama general de los tipos de vinculaciones que ha establecido el museo con distintos actores¹¹ reflejado en los siguientes diagramas (Fig. 25 y Fig. 26) que buscan reflejar la división de los actores entre actores internos, mixtos y externos, distinguiendo como externos a quienes no tienen relación directa con el Barrio República, los mixtos como quienes si bien tienen una relación no es necesariamente directa, sino que sus líneas de acción se enfocan en un emplazamiento mucho más general, y finalmente a los actores internos quienes están primordialmente enfocados en el trabajo territorial o se encuentran emplazados sólo en el territorio mencionado sin contar con sedes en otros territorios, asimismo se distinguió la tipología de vínculo y el emisor o receptor de la relación.

11. Los diagramas se han elaborados en base a la recopilación de datos obtenidos a través de las "Memorias anuales de los años 2018, 2019 y 2020", el "Convenio de colaboración y transferencia de recursos entre servicio nacional del patrimonio cultural y Fundación arte y solidaridad 2021" y otras fuentes digitales disponibles en la sección Bibliografía.



SIMBOLOGÍA

- - - - - Dinero
- Préstamo de obras
- Recurso humano
- Difusión
- · - · - Información
- Donación de obras
- - - - - Públicos y beneficiarios
- Acuerdo legal
- Gestión conjunta

* Las terminaciones en punto de cada línea indican al receptor de cada tipo de vínculo

Figura 25. Diagrama vínculo con actores internos y mixtos
Fuente: Elaboración propia.

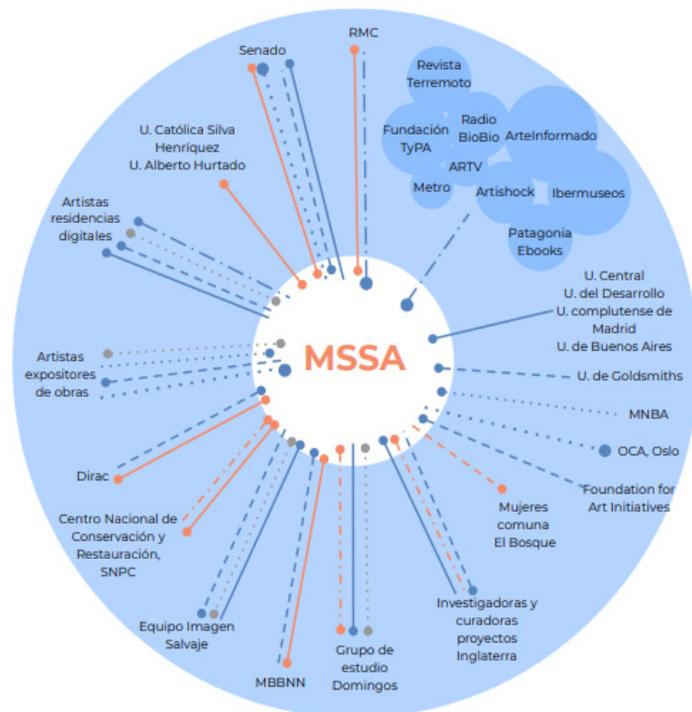


Figura 26. Diagrama vínculo con actores externos
Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente a aquella distinción en base a la procedencia de las diversas organizaciones con las que se ha relacionado últimamente el museo, se realizaron nuevas clasificaciones en torno al tipo de actor (organización privada, pública, grupos de la sociedad civil e individuos independientes) y a los actores que se enfocan principalmente en la actividad artística, para observar aquellos diagramas en detalle se recomienda dirigirse a la sección Anexos - Diagrama vinculación MSSA y actores.

A partir de los datos que han sido graficados y sistematizados, se ha podido concluir que el MSSA últimamente, se ha relacionado en mayor medida con organizaciones de carácter privado, externas al barrio y que no sitúan a la actividad artística como su foco principal. Por otro lado, en cuanto a los tipos de vínculo que ha establecido, entre los actores internos y mixtos, los predominantes en orden descendente son el intercambio de recurso humano, la gestión conjunta y el intercambio de información; mientras que los vínculos con los actores externos tienden mayoritariamente a la difusión, al intercambio de recurso humano y al flujo de dinero. Por otro lado, los vínculos presentes en menor medida de manera general corresponden a la donación y el préstamo de obras, y a los acuerdos legales.

Cabe precisar que en el caso de los actores identificados como individuos independientes, se han incluido miembros de diversas comunidades que no pueden considerarse como agrupaciones, principalmente debido a lo dinámico del flujo de su composición, dificultando así la conformación de agrupaciones estables en cuanto a sus miembros. Respecto a esto, es necesario destacar que la medición cuantitativa de este tipo de vínculos resulta inexacta.

En base a lo analizado anteriormente y considerando los postulados del modelo ecomuseológico, se ha tomado la decisión de que, a fin de equilibrar las vinculaciones que establece el museo con las diversas comunidades, el presente proyecto debiese enfocarse en priorizar a los actores internos del barrio, asimismo, en búsqueda de explorar nuevas alternativas, se pretende trabajar primordialmente con actores que últimamente no hayan tenido vínculos sostenidos en el tiempo con el museo. Por otro lado, se hace presente la necesidad de centrarse en actores que presenten un cierto nivel de organización interna, ya que si bien el universo de los actores

que podrían ser posibles usuarios del servicio propuesto es diverso y numeroso, al trabajar con individuos independientes, se intensifican las labores de gestión y aumenta el trabajo destinado a convocar, organizar y coordinar a un grupo humano desde cero. Por las razones recién expuestas es que se decide acotar la muestra de posibles usuarios internos (proveedores) a organizaciones internas del barrio que no hayan vinculado sostenidamente en los últimos 4 años con el MSSA.

● 1.3 IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL BARRIO REPÚBLICA.

Inicialmente se requirió generar un catastro de las organizaciones presentes en el Barrio República para, posteriormente, clasificarlas y por medio de la elección y priorización de ciertos criterios, finalmente seleccionar a los actores del emplazamiento que podrían ser potenciales proveedores del servicio a diseñar.

Catastro de organizaciones.

La elaboración de un listado de las organizaciones presentes en el emplazamiento fue posible a través del trabajo de campo de la tesista y la recopilación de información obtenida a través de mapeos elaborados por el colectivo "Iconoclastas" y documentos elaborados por la agrupación "Plataforma Comunitaria República" que pueden profundizarse en la sección Bibliografía.

En base a lo anterior, fue posible identificar una totalidad de 75 organizaciones presentes en el emplazamiento, sobre las cuales debe considerarse el factor dinamismo y mutación inherente de las agrupaciones humanas, por lo que es posible que esta cifra haya sufrido variaciones no significantes durante el transcurso de la investigación.

A partir de la identificación fue posible observar alrededor de 10 categorías de organizaciones las cuales se mencionan a continuación en la Fig. 27, por otra parte, si se desea observar en profundidad el detalle de los actores presentes en cada una de las categorías puede ser consultado en la sección Anexos - Listado de organizaciones del barrio.

CATEGORÍAS DE ORGANIZACIONES DEL BARRIO

- Instituciones educacionales (según niveles y modalidades).
- Organizaciones religiosas.
- Instituciones gubernamentales y corporaciones.
- Fundaciones y ONGS.
- Organizaciones culturales.
- Asociaciones gremiales.
- Organizaciones sociales.
- Grupos deportivos.
- Grupos comunicacionales.
- Asociaciones de organización territorial.

Figura 27.

Categorías de organizaciones del barrio
Fuente: Elaboración propia.

Además se consideró relevante identificar, desde una perspectiva general, las tipologías de comercios existentes en la zona. Para ello, se utilizó la herramienta Google maps, la observación etnográfica de la tesista y el mapeo elaborado por los Iconoclasistas, donde los vecinos y la población flotante del barrio resaltaron algunos comercios significativos para ellos.

Los comercios registrados suman alrededor de 30 tipos, resultando una oferta variada, y pudiendo clasificarse en dos grandes grupos, los comercios que permiten la estancia del cliente y los comercios de paso, entre los de tipología de estancia es posible encontrar restaurantes, pubs y estudios de tatuajes, entre otros. Por otro lado en los comercios de paso se detectaron principalmente comercios dedicados a la venta de insumos y suministros como almacenes, botillerías, ferreterías y comercio ambulante, entre otros.

Asimismo, si bien no ha sido posible cuantificar a los comerciantes que forman parte de la feria de emprendedores que se ubica en la plaza del barrio, principalmente debido a su continua variación; es relevante mencionar su existencia e indicar que para efectos de esta investigación se catalogarán tanto como comercios de paso como comercios de estancia siendo este último el caso de los vendedores de comida particularmente.

1.4 DETERMINACIÓN DE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS POSIBLES PROVEEDORES.

Para la determinación de criterios, un factor relevante ha sido la priorización de organizaciones que posean cierto grado de complejidad en cuanto a su organización interna, esto contempla tanto la cantidad de personas que componen la organización, como la definición de sus roles y que el flujo de éstas sea relativamente estable a fin de garantizar que exista recurso humano disponible para una gestión sostenible. Asimismo, en busca de facilitar los procesos administrativos y de coordinación entre el museo y los usuarios del servicio, se vuelve favorable que las organizaciones sitúen a la actividad artística dentro de sus líneas de acción y trabajen bajo la vocación del servicio público en línea con los principios y valores que establece el MSSA en su misión, visión y enfoque.

Selección de los actores

En base a estos criterios y a los indicados al final del subcapítulo 1.1 "Análisis del estado previo de vinculación del MSSA", la muestra de 75 organizaciones presentes en el emplazamiento se redujo a 17, que corresponden a potenciales proveedores del servicio, estas organizaciones se ordenaron según las categorías de: **asociación gremial, organización cultural, comercio y grupos de la sociedad civil, esta última agrupó a organizaciones sociales y grupos deportivos.**

Asimismo, se les otorgaron puntuaciones desde el número 0 al 5 a fin de evaluar cuantitativamente cada criterio **complejidad media de su organización interna, enfoque en actividades artísticas, estabilidad en el flujo de personas que componen el grupo motor de la organización, vinculación inexistente o pasiva con el museo y vocación de servicio público**, donde 0 corresponde a la puntuación más baja y 5 a la más alta, resultando así el Sindicato Nacional de Músicos y Artistas Chilenos (SINAMUARCHI), el Centro Cultural Gran Circo Teatro, el Banco de tiempo y los estudios de tatuajes, como las 4 organizaciones con mayor puntaje de su categoría y por consecuencia, las seleccionadas para posibles proveedores del servicio, aunque cabe destacar que esas organizaciones seleccionadas variaron a lo largo de la investigación, aquello se detalla en el subcapítulo siguiente.

1.5 CARACTERIZACIÓN DE LOS PROVEEDORES.

Con motivo de caracterizar a los posibles proveedores del servicio ya seleccionados en el subcapítulo anterior, inicialmente se desarrolló un breve estudio de las Redes sociales y las páginas web de las organizaciones, a fin de denotar lo que se observa cuando se realiza un primer acercamiento a ellas desde la vía digital, a partir de aquello se desprende una breve reseña de las organizaciones, su funcionamiento interno, prácticas y hábitos recientes, además de la obtención de datos relacionados al nivel de actividad que establecen en sus redes sociales y las reacciones y visitas que perciben. Posteriormente se entrevistó a miembros que conforman los grupos motores de cada organización en función de obtener información más detallada en relación a la vinculación que establecen actualmente y que han establecido tanto con el barrio y sus organizaciones, como con otras organizaciones externas, del mismo modo se buscó identificar las necesidades, anhelos y expectativas que presentan estas organizaciones con el emplazamiento y sus comunidades. Para la síntesis de las entrevistas, se sistematizaron las respuestas de los entrevistados, dividiéndolas inicialmente en anhelos, necesidades y expectativas, posteriormente se establecieron 12 conceptos que categorizan las respuestas, para ser cuantificadas en base al número de veces que se repiten en el discurso y así obtener una panorámica más específica sobre las temáticas que se abordan con mayor frecuencia. Los 12 conceptos que dan paso a la categorización, son detallados a continuación, algunos de ellos con una breve aclaración.

- **Infraestructura:** Física y digital
- **Difusión**
- **Rol social:** Desde una perspectiva más macro, no tan territorial
- **Diálogo y reflexión**
- **Espacio público**
- **Eventos**
- **RRHH:** Recurso Humano
- **Financiamiento**
- **Presencialidad**
- **Vinculación:** Con comunidades, organizaciones e instituciones del barrio o de afuera.
- **Comunidad:** Fortalecimiento del sentido de comunidad en el barrio.
- **Funcionamiento interno:** Modalidades y metodologías del grupo motor.

Cambios en la selección de los posibles proveedores

Es necesario mencionar que a raíz del proceso de síntesis de las entrevistas realizadas, la selección inicial de organizaciones que podrían cumplir el rol de posibles proveedores sufrió modificaciones, resultando en la exclusión del Gran Circo Teatro debido a que sus intereses, anhelos y expectativas difirieron significativamente de los lineamientos del museo y el modelo ecomuseológico que se busca potenciar. Al ser categorizada como una organización cultural, se prescindió de reemplazarla, ya que el MSSA al pertenecer a la misma tipología de organización, puede asumir aquel rol; del mismo modo se decidió dejar fuera al estudio de tatuajes, ya que no mantenía actividad en sus redes sociales y no hubo respuesta afirmativa a la realización de una entrevista, aunque en este caso, se reemplazó por el segundo tipo de comercio que le seguía por puntaje, resultando como elegido el comercio de los pubs, donde el restobar “Casa Toesca” se posicionó como un posible usuario debido al interés que ha demostrado en sus redes sociales por incluir a artistas locales en sus servicios y el valor patrimonial de su inmueble.

Bajo esa premisa se identifica el proceso de diálogo y entrevista con las organizaciones, como un proceso sumamente fundamental para la decisión sobre las organizaciones con las cuales se trabajará principalmente en lo que respecta a aspectos de disposición y concordancia con los objetivos que se buscan para el proyecto, en ese sentido si bien se busca variar las vinculaciones que se han establecido previamente en función de abrir las posibilidades a nuevas relaciones, estas deben encontrarse relativamente alineadas a los valores fundamentales, las visiones y misiones del proyecto y de los otros proveedores, facilitando así los procesos de gestión y toma de decisiones.

Datos obtenidos de cada organización

A continuación se presenta un detalle de los aspectos relevantes resultantes del estudio de cada organización, desglosándose dos secciones, la primera destinada a la información obtenida a través del estudio de redes sociales y las páginas web de las organizaciones, y la segunda enfocada en las necesidades, anhelos, expectativas, prácticas y hábitos que se desprenden a partir de las entrevistas realizadas.

● Sindicato Nacional de Músicos y Artistas Chilenos (SINAMUARCHI)

Presencia digital:

Corresponde a un sindicato fundado en 2013 que tiene su sede en Barrio República y es administrado por la directiva compuesta por un presidente, un secretario, un vocero y otras personas con otros roles asignados, la directiva es escogida a través de la votación de los miembros afiliados y se va renovando periódicamente. En cuanto a los servicios que ofrecen, además de las asesorías y apoyo inherentes al funcionamiento de un sindicato, arriendan un estudio de grabación que construyeron dentro de la sede, mantienen una radio con 8 programas radiales y realizan talleres y clases de música. Por otro lado las últimas prácticas que registran son la constante difusión de artistas en sus redes sociales, el acondicionamiento del estudio de grabación al margen de las medidas sanitarias actuales, la emisión radial, un reciente convenio con una distribuidora de derechos digitales y la realización de la campaña “Los músicos ayudan a los músicos” que buscaba apoyar económicamente a artistas que han sido perjudicados por la pandemia.

El sindicato posee cuentas en Facebook, Instagram y Twitter, siendo Facebook la con mayor data y Twitter la cuenta creada más recientemente. En la misma línea, su cuenta de Facebook es la que registra más seguidores e interacciones (5.802 seguidores, 5.369 likes y una puntuación de 4,5 de 5 en opiniones), sin embargo la actividad más reciente detectada se produce en Instagram, donde mantienen alrededor de 800 seguidores. Cabe destacar que en el caso de Twitter, se percibe una situación de posible confusión, en tanto se observa que mantienen 2 cuentas activas en la misma plataforma, produciendo poca claridad en relación a cuál es la cuenta oficial o vigente.

Conclusiones de la entrevista:

La entrevista fue realizada a Hector Molina, actual vocero del sindicato.

Los **anhelos** expresados se centran principalmente en mejorar la infraestructura de la casa, generar mayor vinculación con otros actores con intereses afines y la generación de una red, en la misma línea se percibe que las expectativas que tienen apuntan a sumar gente, sobretodo gente joven para trabajar colaborativamente y generar alianzas, por otro lado en lo que respecta al trabajo

sindical, las expectativas se enfocan en continuar la lucha por condiciones laborales dignas para los artistas. En concordancia con lo anterior, sus **necesidades** se basan en el requerimiento de recurso humano, el levantamiento de alianzas estratégicas y el fortalecimiento de la unión con otras organizaciones y actores.

En relación a las **prácticas** que declaran, los trabajos se han enfocado en nuevas implementaciones y el acondicionamiento de la infraestructura de la sede, en reactivar los canales comunicaciones actuales y abrir otros nuevos, en la ejecución de la campaña solidaria “Los músicos ayudan a los músicos” y la vinculación con algunas organizaciones no pertenecientes al barrio. En ese sentido, las organizaciones con las que se han **vinculado** son la Comunidad Electroacústica de Chile (CECH), la Junta de vecinos del barrio, la Escuela itinerante Mostacho, la Sociedad de Autores de Chile y la Coalición por la Diversidad Cultural, en tanto indican que **les gustaría** vincularse con museos, la radio barrial Encerra2 y la cámara de comercio en función de fomentar un atractivo comercial y turístico del barrio. Es relevante mencionar que el sindicato se encuentra en un proceso de conformación de un museo dentro de su sede, lo cual les beneficiaría en relación a la protección del inmueble, a raíz de esta planificación, consideran significativa el poder vincularse con otros museos.

● Banco de tiempo

Presencia digital:

Consiste en una iniciativa que cuenta con una plataforma web, donde los usuarios ofrecen servicios que son valorizados en unidades de tiempo, evitando el intercambio de dinero y la lógica mercantilista habitual, su creación es bastante reciente, cumpliendo alrededor de 1 año desde que lanzaron la plataforma, la cual es administrada por una comisión de trabajo que toma turnos éticos y que surgió a partir de la Asamblea autoconvocada del Barrio República. Dentro de los servicios que desarrollan se encuentran mantener la buena convivencia dentro de la plataforma, administrar solicitudes, consultas y denuncias y calificar a los vecinos en base a quienes solo pueden recibir servicios y quienes pueden ofrecer y recibir, a partir de esa clasificación también deben redistribuir los bonos de tiempo que simulan las monedas con las que se realiza el intercambio.

Profundizando en el servicio y la plataforma, están orientados a personas mayores de 18 años que mantengan una relación con el Barrio República, ya sea que estudien, vivan o trabajen en el sector, cuentan con 20 categorías de servicios donde los más solicitados son de las categorías de negocios, emprendimientos y finanzas, y la categoría de deporte y actividad física; en promedio se publican alrededor de 3 avisos mensualmente y cuentan con un poco más de 100 usuarios y cerca de 53 publicaciones de servicios activos.

En lo que respecta a sus redes sociales, en concordancia con su corta antigüedad, las cuentas que mantiene activas en sus redes sociales son bastante recientes (2020), la periodicidad en cuanto a su actividad se mantiene pareja en ambas redes, sin embargo en Instagram perciben una mayor cantidad de seguidores y visualizaciones, mientras en Facebook registran 65 seguidores y 133 reproducciones a su última publicación, en Instagram estas cifras ascienden a 589 y 1.621 respectivamente.

Conclusiones de la entrevista:

La entrevista fue realizada a Tatiana Alicera, miembro del grupo que administra la plataforma desde que se creó la iniciativa y vecina del Barrio República.

En base a las respuestas de la entrevista, se esclareció que el grupo que administra la plataforma es relativamente pequeño, de cerca de 5 miembros que realizan reuniones de coordinación semanal o quincenalmente dependiendo de su calendario de actividades, los miembros en su mayoría pertenecen al Barrio República, pero también hay miembros pertenecientes al programa de Aprendizaje y Ciudadanía de la Universidad Diego Portales.

Las **prácticas** que han desarrollado consisten en la divulgación de la iniciativa a través de la radio barrial Radio Encerra2 y otras organizaciones e instancias surgidas en el barrio, también la creación y ejecución de la "Feria del trueque de tiempo", una feria que realizaron en la Plaza Manuel Rodríguez emplazada en el barrio, la cual contó con un punto de información, otro de apoyo y asistencia a la inscripción en la plataforma, un tendedero de se busca y se ofrece, para comprender mejor las necesidades de servicios que requieren los vecinos y por último un punto en que se realizó un taller de

podcast orientado a niños y adolescentes; en tanto sus prácticas recientes se han enfocado en el desarrollo de una aplicación y la búsqueda de vinculación con las organizaciones del barrio.

Los **anhelos** del grupo se centran en fomentar esta vinculación incorporando a organizaciones e instituciones del barrio en la plataforma, así como fomentar la creación de nuevas interacciones y vínculos entre los vecinos, de ese modo, las **expectativas** que tienen del servicio apuntan a que sea posible establecer relaciones de cercanía y respeto entre vecinos, pero también de reciprocidad con las organizaciones e instituciones; en cuanto a las **necesidades** percibidas están estrechamente ligadas a las prácticas recientes de creación de una aplicación móvil y perfeccionar la plataforma existente con la incorporación de un perfil destinado a las organizaciones.

Las organizaciones con las que se han **vinculado** son principalmente CITIAPS, que es un centro de investigación, desarrollo e innovación de la Universidad de Santiago (USACH) que crea productos de software orientados a mejorar la calidad de vida de las personas con aplicaciones sociales, el Departamento de Psicología de la Universidad Diego Portales que ha facilitado algunos talleres para la comunidad a través de la plataforma del Banco de tiempo y la asamblea autoconvocada, en tanto declaran que apuntan a vincularse con el Comedor Margarita Ancacoy, con la cooperativa de abastecimiento Troquiñ y con la Universidad de los Lagos.

● **Restobar Casa Toesca**

Presencia digital:

El restobar chileno abre sus puertas durante junio de 2018 en el Barrio República, inicialmente se desempeñó sólo como cafetería, funcionando durante el día, pero posteriormente en Noviembre de 2019 junto con la tramitación de la patente de alcoholes, transforman su servicio convirtiéndose en restobar, modificando así su carta, horario y público objetivo. En cuanto a su emplazamiento, se ubica cerca de la plaza Manuel Rodríguez, específicamente en calle Toesca 2164, en el sector central del Barrio República, por otro lado, su inmueble corresponde a una casa patrimonial construida en 1913 que albergó a la familia Lippi, creadores de la marca deportiva que lleva el mismo nombre.

Si bien sus cuentas activas en Facebook e Instagram datan de fechas cercanas, se observa que, al igual que el Banco de tiempo, es en Instagram donde obtienen mayor visualización e interacciones, mientras en Facebook sus estadísticas de seguidores, visitas y likes se mantiene alrededor de los 400, en Instagram, por ejemplo, se duplican las visualizaciones de la última publicación y los seguidores de la cuenta ascienden a 1.079. Cabe destacar que al igual que sucede con el Banco de tiempo, las cuentas de estas organizaciones siguen a mayor cantidad de personas que los seguidores que tienen, lo cual podría indicar que se mantienen en constante búsqueda de seguidores, otro hecho destacable es que recientemente Casa Toesca publicó en las redes sociales del barrio una iniciativa de apoyo mutuo en la cual hizo un llamado a que se contactaran artistas locales para abrir nuevos espacios de exposición cultural dentro del restobar.

Conclusiones de la entrevista:

La entrevista fue realizada a Daniel, administrador del restobar, uno de los principales hallazgos obtenidos a partir de la entrevista fue que el restobar ya mantenía una relación comercial con el MSSA.

En general se percibe gran coherencia entre los anhelos, expectativas, necesidades y prácticas que expresa el administrador, en lo que respecta a los **anhelos y expectativas**, persiguen el profundizar las vinculaciones con organizaciones como el MSSA, mostrándose abiertos a la vinculación con otras organizaciones, asimismo trabajan constantemente la relación con el barrio y siguen demostrando el interés por potenciar este vínculo, pretendiendo establecerse como un espacio de encuentro para la comunidad local y fomentar un trabajo recíproco con los artistas locales.

En cuanto a las **prácticas** que desarrollan, a raíz de la pandemia debieron enfocar sus esfuerzos en reinventarse y modificar ciertos aspectos organizacionales, en la misma línea se volcaron a desarrollar y fortalecer sus estrategias comunicacionales por redes sociales y más recientemente han trabajado para retomar y potenciar los vínculos con las organizaciones y la comunidad local y por otro lado han levantado el llamado a los artistas locales, en ese sentido, la única **necesidad** que indican es la de facilitar el nexo entre los artistas locales y el restobar.

Conclusiones generales

"La Nueva Sociedad está hecha de redes. Los mercados globales financieros han sido contruidos con redes que procesan las transacciones financieras en tiempo real. Internet es una red de redes de ordenadores. El hipertexto electrónico que enlaza diferentes medios en conexiones globales y locales está hecho de redes de comunicación, de estudios de producción (...) y los más dinámicos movimientos sociales están conectados vía internet, a través de la ciudad, el país y el mundo." (Castells, 2000)

La conformación de redes estratégicas además de presentarse como un elemento inexorable en el futuro de la sociedad, se presenta como un modo de organización con potencialidades presentes en diversos aspectos tales como los comerciales, sociales, organizacionales, productivos, entre otros. En ese sentido se hace hincapié en la necesidad de conformación de una red que incorpore organizaciones de diversas tipologías y con enfoque en variadas temáticas a fin de ampliar y profundizar nuevas e innovadoras relaciones.

Al respecto, la conformación de una red que incluya a los posibles proveedores del servicio, por una parte al MSSA y por otra al Sindicato Nacional de Músicos y Artistas Chilenos (SINAMUARCHI), al Banco de Tiempo y al Restobar Casa Toesca, a pesar de que este último ya se había relacionado anteriormente con el MSSA, primando su misión, visión y prácticas enfocadas en el ámbito artístico y las comunidades locales; podría significar una base de apoyo entre las organizaciones, que intrínsecamente comparten anhelos e intereses en torno a potenciar la vinculación y puntos de encuentro entre organizaciones y comunidades, así como también la reciprocidad, unión y el trabajo colaborativo tienden a ser una tónica en sus perspectivas futuras y en sus líneas de acción actuales, en ese sentido la afinidad de ideas y proyecciones entre las organizaciones se posiciona como un factor clave para la propuesta de conformación de esta red de posibles proveedores que de ahora en adelante se mencionará como red de organizaciones.

Si se desea ver en detalle la escala de priorización de las organizaciones, se recomienda revisar la sección Anexos - Priorización organizaciones del barrio.

OBJETIVO 2:

Elaborar una propuesta experimental del servicio que considere aspectos conceptuales, formales y relacionales.

El desarrollo del segundo objetivo se caracterizó primordialmente por los procesos creativos de diseño, sin embargo inicialmente respondió a requerimientos asociados a la investigación y definición de ciertos aspectos esenciales para la posterior proyección de propuestas creativas.

En ese sentido, la primera etapa consistió en la definición de los requerimientos del servicio y sus pilares fundamentales, posteriormente, el segundo requerimiento se relacionó con la revisión y análisis de referentes en torno a redes y alianzas, por su parte, el tercer requerimiento consistió en la formulación y clasificación de ideas base para la conformación de una propuesta final en el quinta etapa que consideró aspectos relacionales, en la sexta etapa se prototipó en base a su función formal y la séptima etapa consistió en la elaboración de la logística involucrada y su presupuesto

● 2.1 DEFINICIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS Y PILARES FUNDAMENTALES DEL SERVICIO.

Los pilares del servicio se determinaron a partir de la definición de puntos en común entre los pilares y características de la ecomuseología, en contraposición con los pilares y fundamentos que expresa el MSSA. A raíz de la identificación de estos elementos en común, es que se establecieron los lineamientos fundamentales que deben guiar al servicio para que se ubique en un punto medio respondiendo tanto a la corriente ecomuseológica, como a la orientación del museo, entendiendo que existen ámbitos donde probablemente se deba ser más flexible sobre otros, estos lineamientos se han clasificado en torno a las cualidades que los engloban y se detallan a continuación.

● Comprometido con el contexto local

- Fomentar la participación activa de los actores locales, articulando espacios, actores y generando alianzas.
- Dar relevancia a las decisiones y opiniones de la comunidad local
- Priorizar el desarrollo y bienestar local ante el financiero

- Dar relevancia al valor que otorga la comunidad a su patrimonio, fomentando su observación de manera creativa y flexible
- Reforzar las identidades locales a través del turismo responsable

● Transparente y autocrítico

- Dejar en claro los derechos y deberes que establecerá el servicio y sus usuarios en relación con el patrimonio.
- Autoevaluarse en aspectos culturales, medioambientales y económicos constantemente con apoyo externo.

● Dinámico

- Considerar los cambios en el contexto y los efectos que traen interna y externamente en una perspectiva a futuro.
- Analizar el pasado para proyectar posibles futuros de manera conjunta con la comunidad
- Establecer prácticas contemporáneas de cara a la innovación

Por otra parte el proceso para determinar los requerimientos, siguió una metodología similar en el sentido de que se buscó identificar una correlación, en ese sentido, las relaciones identificadas apuntaron a determinar el modo en que la ecomuseología responde a los lineamientos fundacionales del servicio, estableciéndose como requerimientos para este.

En base a lo anterior, los requerimientos definidos apuntan a la conformación de un servicio **vinculante** que genere instancias y puntos de contacto que relacionen a las organizaciones asociadas espacial y virtualmente entre ellas y con la comunidad, en la misma línea, un servicio **estratégico** aportaría potenciando la oferta de las organizaciones asociadas, sin embargo, es necesario que el servicio tenga la capacidad de ser **replicable** sirviendo como una especie de guía que facilite los procesos sin involucrarse particularmente en cada contexto y organización, a su vez la **autonomía** del servicio contribuiría a la coordinación entre las organizaciones asociadas a la red en tanto se reducen al mínimo los esfuerzos de actualización y procesamiento de la información para priorizar la gestión. Por otro lado, considerando que las comunidades

son un actor sumamente relevante en el proyecto, es necesario que el servicio adopte la cualidad de **colaborativo** permitiendo que las comunidades e individuos alimenten la base de datos incorporando aspectos cuantitativos y cualitativos, para este fin, el servicio debe ser **llamativo**, logrando captar la atención tanto de las comunidades locales y la población flotante, como de otras organizaciones que podrían asociarse al servicio, para ello es inherente la noción de un servicio **fragmentado** que esté presente en lo virtual y lo tangible, en las redes sociales y las sedes físicas asumiendo un rol ligado a la ubicuidad de la actualidad, en la misma línea, el **dinamismo** es esencial considerando el ritmo al que se mueve el presente, en ese sentido, la interfaz debe poder ser ágil, sencilla e intuitiva y el servicio debe ser capaz de fomentar el desarrollo de las organizaciones asociadas a la red a partir de las retroalimentaciones de las comunidades.

● 2.2 ESTADO DEL ARTE DE REDES Y ALIANZAS.

A fin de obtener una panorámica en torno a redes conformadas por organizaciones, su modo de funcionamiento y elementos asociados, se analizaron seis referentes pertenecientes a redes de museos, redes pertenecientes al barrio y redes aledañas. A continuación se detalla cada una de las redes y los elementos que se consideraron de interés para una futura materialización de la red anteriormente mencionada.

● Nuestros museos

Corresponde a una marca común que agrupa y comunica el trabajo común de una red conformada por 16 museos adscritos a la Dirección General de Bellas Artes de la Subdirección General de Museos Estatales del Ministerio de Cultura y Deporte del Gobierno de España.

- Se encuentran presentes en las redes sociales de Twitter y Facebook
- Sus estrategias de comunicación se basan en cuatro ejes:
 - Participación conjunta en proyectos más amplios
 - Intercambio de públicos
 - Visibilización de los lazos entre las colecciones o piezas de distintos museos (historia, arquitectura, etc) a través de hilos de Twitter o citas entre museos.

● Plataforma arquitectura

Con un trabajo que data desde 2008 nace como un sitio web para investigar y revisar información actualizada sobre proyectos y productos arquitectónicos, sin embargo en la actualidad se describen como "una compañía de tecnología que distribuye herramientas, inspiración y conocimiento" y reúnen perfiles de arquitectos y organizaciones de renombre como Harvard University, Sherwin Williams, Autodesk, entre otras.

- Obtienen la información sobre proyectos, noticias, sugerencias y recomendaciones a través de la alimentación de la base de datos que aportan sus investigadores, algunas organizaciones y varios arquitectos al enviarles información.
- Referencian la información a través de innovación en Inteligencia artificial que vincula la publicidad según intereses y hábitos de navegación del usuario, elaborando también estadísticas sobre la exposición de productos.

- Son considerados el sitio web de arquitectura más visitado del mundo y sus cifras ascienden a los 3,4 millones de fans en Facebook, 220 millones de páginas vistas mensuales, visitas provenientes de 230 países y regiones y 14 millones de visitas mensuales.

● Plataforma ecommers Falabella

Esta red se ha conformado recientemente, en el año 2021 y reúne a cuatro grandes retailers y marketplace: Falabella, Sodimac, Tottus y Linio, compilando más de 8 millones de productos en una sola plataforma.

- Falabella cambió la imagen y estética de su plataforma web, adoptando un color anaranjado el cual describen como un color que proyecta la personalidad moderna, enérgica y activa de esta marca, además de entregar una experiencia única basada en la conveniencia, simplicidad, cercanía y conectividad.
- Se presentan como una oportunidad de mayor visibilización de los productos de pequeñas y medianas empresas, donde las facilidades de financiamiento, diversas formas de pago y una robusta logística podrán hacer crecer aquellos negocios.

● Uber

En tanto la plataforma original reúne a socios conductores con usuarios que necesitan un viaje, la plataforma Uber eats con posterior desarrollo, reúne a restaurantes asociados, socios repartidores y usuarios que buscan comprar comida. La empresa que se define como una empresa de tecnología y que se encuentra presente desde 2014 en Chile ya se encuentra en 310 ciudades alrededor del mundo.

- Enfocada en una escala local y georreferenciada
- Utilizan tecnología de geolocalización (GPS)
- Permite diversos medios de pago

● Mesa de cultura del Barrio República

Es una red conformada por siete instituciones locales, el MSSA, la Junta de Vecinos del Barrio República, el Comité de Patrimonio y Cultura del Barrio República, Arteduca, la Agrupación de artesanos y productores Barrio República, la Universidad Diego Portales y la Universidad de los Lagos.

- Trabajan conjuntamente para 2 hitos anuales: el día del patrimonio y el ejercicio de la memoria (11 septiembre)

● Comedor popular Margarita Ancacoy

Si bien no se encuentra oficialmente conformada, esta organización podría considerarse como un trabajo en red.

- Trabaja en conjunto con la Universidad de los Lagos, quien cedió un espacio de su sede para la creación de una huerta autogestionada para abastecer el comedor.
- Se asocia con algunos comercios minoristas del barrio para la colocación de puntos de recepción de donaciones.
- Realizan campañas y difusión por redes sociales

Cabe recalcar que inicialmente en la investigación se consideró a la Asamblea Autoconvocada del Barrio República como una red que reunía varias comisiones de trabajo surgidas a partir de la Revuelta Social de 2019, sin embargo aquella cesó su funcionamiento recientemente y declaró la autonomía de los grupos y comisiones que la conformaban.

Conclusiones generales

A modo de síntesis es posible determinar ciertos aspectos de interés, en cuanto a los elementos asociados se identifica una presencia virtual importante donde las plataformas virtuales (web y apps) adquieren gran relevancia al igual que la difusión y manejo de redes sociales, por otra parte en el caso de Uber al asociarse directamente con el emplazamiento depende directamente de un sistema de geolocalización.

En relación al modo de funcionamiento varía dependiendo del tipo de red y su finalidad, sin embargo dentro de los aspectos que se consideraron de interés se destacan las estrategias comunicacionales que Nuestros Museos utiliza para dar visibilidad a los museos que componen la red y sus vinculaciones, de Plataforma Arquitectura la noción de una base de datos que se alimenta colaborativamente siguiendo una línea de Crowdsourcing y la referenciación de contenido según los hábitos e intereses, por otra parte en cuanto a Falabella, destaca el hecho de poner la logística a disposición de las organizaciones y sus asociados facilitando así las gestiones organizacionales, respecto a Uber la escala local adquiere relevancia en tanto es una plataforma a la cual cualquier comercio minorista puede incorporarse sin necesidad de ser una gran empresa, sobre la Mesa de Cultura del Barrio República, los hitos anuales se instalan como una práctica potencial para la difusión y profundización de la red y finalmente el Comedor Margarita Ancacoy ha logrado potenciar la noción de espacios flexibles en cuanto a la utilización de un espacio en la Universidad de Los Lagos y la relación de colaboración con los comercios minoristas como puntos de difusión y acopio de donaciones.

Por otra parte, es posible evidenciar que para la conformación y el funcionamiento de las redes es necesario contar con Workspaces o lugares destinados a la administración de proyectos, recepción y procesamiento de información; y coordinación de trabajo en equipo, que en vista de lo expuesto en el estado del arte y respondiendo al requerimiento de fragmentación del servicio, sumado a la gestión y el procesamiento de datos, es sensato proyectar como una plataforma de carácter virtual, identificándose como el primer punto de contacto al menos entre las organizaciones que conforman la red.

2.3 DEFINICIÓN DEL FLUJO GENERAL DE FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO

Los autores de la publicación Creando valor a través del diseño de servicios definen el concepto de "narrativo", como una cualidad dentro de los cinco pilares del diseño de servicios. Al respecto se refieren a la generación de procesos dinámicos que ocurren en un periodo de tiempo, pero también en un espacio determinado.

Respecto a la primera noción en torno a la temporalidad se distinguen tres etapas, la etapa inicial o **pre-servicio** el cual corresponde al primer acercamiento al servicio donde se generan las expectativas, por otra parte el **servicio** que corresponde al climax y es cuando ocurre la experiencia de transformación de la realidad; y finalmente, el **post-servicio** o desenlace que corresponde a la etapa donde el usuario final evalúa su experiencia y decide si fidelizarse o no con la organización.

Por otra parte, en cuanto a la espacialidad, se establecen dos niveles, **el segundo** es el nivel evidente al usuario final, correspondiente a lo que el espectador ve a través de la materialización de los denominados "puntos de contacto" que son las evidencias físicas que generan el encuentro entre los proveedores del servicio y los usuarios finales. Por consiguiente, el **primer nivel**, se refiere a los procesos internos que se realizan por parte de los proveedores para la ejecución del servicio, esta fase se asemeja a un tras bambalinas, ya que el usuario final sólo los percibe indirectamente a través del servicio y sus puntos de contacto.

Ambos niveles deben ser desarrollados y diseñados para mantener una sincronía a lo largo de todas las etapas del servicio (pre-servicio, servicio, post-servicio) lo cual plantea la necesidad de definir de manera general el funcionamiento idóneo a fin de responder paralelamente a la vinculación entre las organizaciones que componen la red y la vinculación que ellas establecen con la comunidad incorporando las variables de temporalidad y espacialidad.

Respecto a lo anterior se desarrollan esquemas generales del funcionamiento del servicio (Fig. 28 y Fig. 29), cuya elaboración se ha basado en los pilares y requerimientos definidos previamente, en conjunto con los hallazgos identificados a partir del estado del arte de redes de organizaciones.



Figura 28.
Esquema primer nivel etapa 1
Fuente: Elaboración propia.

En una primera etapa se ejecuta la conformación de la red a través de la asesoría proporcionada por la plataforma, además se desarrolla un proceso de coordinación entre las organizaciones, donde se familiarizan con la plataforma y colectivamente la alimentan con la información y configuraciones iniciales que han consensuado a través de un proceso de diálogo.



Figura 29.
Esquema primer nivel etapas 3 y 4
Fuente: Elaboración propia.

8. Este punto de contacto se desarrolla extensamente a lo largo del capítulo, sin embargo, por el momento, al tratarse de un esquema de funcionamiento desde una perspectiva general, esta etapa no se expone detalladamente.

La segunda etapa hace alusión a un punto de contacto esencial entre el usuario final y el servicio, caracterizada por la incorporación de información del usuario final a la plataforma.¹² En ese sentido, se refuerza la idea de autonomía del servicio, en el sentido de recibir información de los usuarios finales y procesarla automáticamente a través de la plataforma, reduciendo así significativamente la carga destinada a la red de organizaciones en función de que se enfoquen en otros procesos vinculados a la difusión y análisis de la información recopilada.

Este último punto conlleva a la tercera y última etapa del servicio, el post-servicio, que es donde la plataforma pone a disposición de la red de organizaciones la información incorporada por los usuarios finales, a fin de que sea analizada en función de, inicialmente detectar problemáticas, potencialidades e iniciativas surgidas en el barrio, y posteriormente la ejecución de nuevas acciones de transformación en el barrio e iteraciones en la plataforma que puedan profundizar ciertos análisis.

Esta etapa se encuentra estrechamente ligada a la misión del modelo ecomuseológico en el sentido de vinculación con la realidad del territorio, sus necesidades, anhelos e iniciativas, asimismo, busca ser la etapa clave en la cual las organizaciones puedan responder a sus necesidades de vinculación siendo reconocidas como organizaciones con relevancia dentro del emplazamiento a través del impacto territorial positivo que pueden generar.

Sin embargo, es necesario reconocer la enorme responsabilidad que conlleva el manejo de datos, sobretodo considerando la reducida escala de aplicación del servicio, donde la procedencia de la información incluida en la plataforma, lejos de mantenerse en el anonimato, puede ser fácilmente reconocida por el resto de la comunidad. Sin lugar a dudas, este aspecto fue uno de los más complejos de abordar, lo cual se expone en detalle a través de las especificaciones de la propuesta final.

Este subcapítulo aborda desde una perspectiva general el flujo de funcionamiento del servicio, buscando identificar tanto espacial como temporalmente los principales puntos de contacto entre los usuarios finales y los usuarios internos (proveedores). En los subcapítulos siguientes se retoma este flujo, primero, desde una perspectiva más específica, buscando dar solución a la interacción ocurrida en la etapa 2 (servicio) y posteriormente se aborda desde una perspectiva no general, sino que integral, a través de la formulación de propuestas y en particular de la propuesta final que busca dar solución a las tres etapas del servicio.

2.4 FORMULACIÓN DE IDEAS Y PROPUESTAS BASE

Para la formulación de ideas se utilizaron como recurso las metodologías de Brainstorming y de Asociación forzosa, dando como resultado un total de 88 ideas. Cabe acotar que se observaron ideas desarrolladas en mayor profundidad respecto a otras, al igual que ideas que resultaron con una gran semejanza entre ellas, las cuales fueron filtradas gradualmente, en ese sentido se establecieron los siguientes factores como los criterios de descarte inicial:

Repetición o semejanza estrecha entre ideas.

Vulneración de la privacidad.

Necesidad de establecer contacto físico con el mobiliario u otros elementos públicos para la utilización de la plataforma.¹³

Necesidad de adquirir un elemento a través de un intercambio monetario únicamente para la utilización de la plataforma.

Las 73 ideas resultantes se clasificaron a partir de las funciones a las que apuntaban satisfacer y que se detallan a continuación: **interacción con el intermediario, visualización de la información, incorporación de información, contenido de la información incorporada, interacción posterior a la incorporación de información.** Posteriormente estas ideas fueron clasificadas a partir de una matriz de clasificación de ideas compuesta de 4 cuadrantes bajo las variables de factibilidad y originalidad dispuesta como recurso en la publicación Creando valor a través del diseño de servicios (Fig. 30).

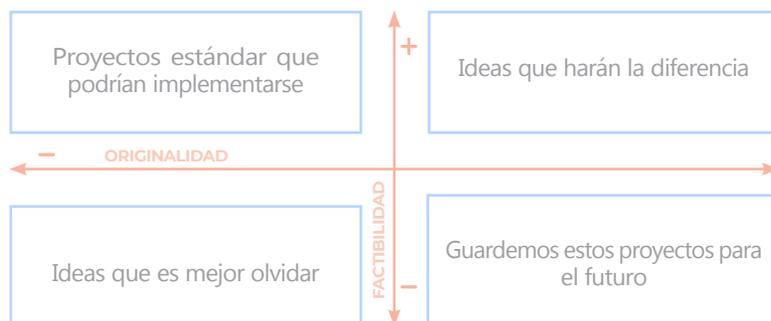


Figura 30.

Matriz de clasificación de ideas

Fuente: Elaboración propia en base a recurso dispuesto en Creando Valor a través del diseño de servicios

13. Debido a las medidas sanitarias vigentes y a la desconfianza generalizada en torno al contacto físico con elementos de uso público.

En base a esta matriz, el universo de ideas se redujo a las que mantenían una relación de alta originalidad y factibilidad (cuadrante superior derecho), incorporando también las ideas que si bien no eran tan originales si tenían un alto grado de factibilidad (cuadrante superior izquierdo), estas últimas se incorporaron a modo de mantener la tónica de los elementos presentes en la actualidad, otorgando una sensación de familiaridad.

Como resultado de este proceso se obtuvieron un total de 26 ideas, las cuales se organizaron y agruparon según los aspectos que se consideraron potenciales para el desarrollo del proyecto tales como el relacionarse espacialmente con el entorno, apuntar a lo lúdico, la variedad de formatos de respuesta y la cualidad de propositivo, entre otras cosas. Para ver aquellas ideas agrupadas se recomienda dirigirse a la sección Anexos - Ideas base propuestas.

Elaboración y desarrollo de propuestas

Posteriormente, se comienza la elaboración de propuestas, las cuales se diferencian de las ideas en base a su nivel de desarrollo, en ese sentido, las propuestas se conforman de más de una idea vinculada a través de un flujo organizacional y temporal, a diferencia de las ideas, que buscan dar soluciones específicas a ciertas funciones.

Se elaboraron 3 propuestas que sirvieron de base para la elaboración de la propuesta final, aunque previamente formaron parte de un proceso de evaluación basado en los parámetros de **logística involucrada para la ejecución de cada propuesta, aspectos positivos y negativos de cada propuesta, aspectos potenciales, y nivel de satisfacción de los pilares y requerimientos establecidos previamente.**

Si se desea revisar las 3 propuestas base y el proceso de evaluación de cada una de ellas se recomienda dirigirse a la sección Anexos - Propuestas base y evaluación.

En general se observó un equilibrio entre las propuestas, en tanto destacaron en algunos aspectos pero se mantuvieron al margen en otros, asimismo surgieron ciertas inquietudes que incentivaron la reflexión en función de la creación de una propuesta integral. A partir de esta reflexión es que se desarrolla la propuesta final que buscó recopilar:

- Elementos potenciales y positivos de las propuestas iniciales
- Resolver aspectos negativos e inquietudes surgidas
- Elevar nivel de satisfacción de los requerimientos y pilares
- Incorporar, ordenar y detallar todas las etapas del servicio.
- Reducir la complejidad en la logística involucrada

2.5 PROPUESTA FINAL

Tal como se anticipó, la propuesta final busca dar una solución integral a todas las etapas del servicio, en ese sentido, es inherente cierta complejidad relacionada a las distintas etapas y niveles del servicio, en ese sentido, la propuesta final se presenta inicialmente desde su génesis, dando cuenta de los principios y nociones fundamentales para su formulación, posteriormente se abarca desde el segundo nivel perteneciente a lo evidente al usuario final, a modo de especificar la manera en que se desarrolla la interacción; luego se presenta desde la perspectiva del primer nivel, visibilizando las acciones presentes tras bambalinas y el rol que cumplen los proveedores del servicio para que puedan llevarse a cabo las acciones que el usuario final observa y finalmente, se identifican todos los puntos de contacto presentes en el servicio, determinando cuáles serán diseñados en mayor profundidad, proceso que da paso al siguiente subcapítulo denominado Diseño de intermediarios.

Bases cimentales de la propuesta

Las ideas principales que dan forma a la propuesta final, se basan en las nociones de la interpretación y difusión del patrimonio desde la perspectiva de las comunidades locales, el promover la participación mediante la entrega de recompensas, la difusión del patrimonio a través de formatos variados y dinámicos, la cooperación colectiva como pilar fundamental para el cumplimiento de tareas, la participación a través de enunciados y tareas poco convencionales que evidencian la relación entre el patrimonio y las actividades habituales que desarrolla el usuario en el territorio, el uso del smartphone como herramienta de uso generalizado en la actualidad que ofrece diversas y potenciales funciones; y finalmente, la geolocalización como herramienta para el levantamiento de información sobre el territorio.

Este último punto se profundiza a través del modelo de Crowdsourcing, en torno al fomento de la participación de una gran cantidad de personas en función de la resolución de una tarea; y particularmente, el Crowdsensing que considera la variable del sensado de la localización, por medio de los teléfonos móviles, donde los usuarios añaden información sobre el contexto semi-inconscientemente.

Interacciones en el segundo nivel

Se propone una interacción entre el usuario final y la plataforma basada en la resolución de ciertas misiones asociadas a rutas temáticas en función del cumplimiento de metas colectivas que, posteriormente, otorgan recompensas a los participantes. Esta relación se señala en el esquema presentado a continuación en el cual se detallan las acciones a ejecutar por el usuario y algunos procesos que ocurren en la plataforma para hacer posible la ejecución de aquellas acciones (Fig. 31).

Anteriormente se planteaba el servicio desde una perspectiva general, en la cual se incluían las tres etapas del servicio pero no se detallaban específicamente, lo cual se reflejaba en la inexistencia del usuario final en la etapa del pre-servicio, sin embargo, al plantear el servicio desde una mirada integral, aparece no tan solo la presencia del usuario final en la etapa de pre-servicio, sino que también nuevos procesos correspondientes al servicio y un punto de contacto en particular

asociado a un post-servicio, que es cuando se canjea el beneficio. En contraste, desaparecen los procesos asociados a la conformación y coordinación de la red de organizaciones, ya que corresponden a procesos del nivel 1, asimismo ocurre con los procesos asociados a la etapa 3, relacionados al análisis de datos y levantamiento de acciones e iniciativas, respecto a esto último, si bien el usuario final podría verse involucrado en el levantamiento de acciones e iniciativas, incluso esa participación es una de las principales que busca el desarrollo del servicio, no es estrictamente necesaria para el flujo del servicio desde la perspectiva del usuario, donde el servicio culmina con el canje de sus beneficios.



Figura 31.
Diagrama de flujo nivel 1 (usuario)
Fuente: Elaboración propia.

Interacciones en el primer nivel

Profundizando la cualidad de inseparabilidad de los servicios, donde siempre está presente el usuario final y el proveedor, es que se hace necesario definir concretamente el rol que deben asumir los usuarios internos (red de organizaciones) en cada etapa del servicio a fin de sincronizar ambos niveles generando una concordancia entre lo que el usuario final ve, lo que ocurre internamente y los puntos de contacto.

Para aquello, se presenta un listado (Fig. 32) en el cual se detallan las acciones a ejecutar por parte de la red de organizaciones en concordancia con las tres etapas del servicio anteriormente definidas y las acciones que ejecutan los usuarios finales desde la perspectiva del segundo nivel, adicionalmente se añaden otras acciones que se retoman desde el esquema de funcionamiento general presentado inicialmente y que resultan fundamentales para la ejecución de cada una de las etapas.

PRE-SERVICIO



Para la conformación de la red

- Identificar y seleccionar organizaciones potenciales en el territorio*.
- Reunirse con las organizaciones.
- Firmar estatutos consensuando deberes, derechos y objetivos generales del servicio en beneficio de la comunidad.



Para el funcionamiento inicial del servicio.

- Registrarse y crear perfiles para cada organización en la App
- Familiarizarse con la App y sus funciones
- Planificar y definir tareas y fechas en que se ejecutarán.



Para lograr que el usuario final descargue la App.

- Hacer difusión y promover el uso del servicio y la App.
- Generar instancias de inducción al uso de la App.

* En caso de replicar el servicio en otro territorio y con otras organizaciones, para este caso ya se realizó previamente esta acción

SERVICIO



Para disponer de rutas y misiones asociadas.

- Inscribir rutas, misiones y sus parámetros en función de la información que desean levantar.
- Actualizar rutas, misiones y sus parámetros en función de las iteraciones que se van ejecutando posterior al análisis de data.



Para ofrecer beneficios canjeables.

- Inscribir beneficios y asignarles rango.
- Asignar los beneficios colectivos para cada ruta.



Para asegurar el buen funcionamiento del servicio.

- Reunirse periódicamente entre las organizaciones de la red.
- Revisar notificaciones y denuncias dentro de la App resguardando la buena convivencia entre usuarios.
- Autoevaluarse revisando la concreción de tareas y redefiniendo acciones a seguir.

POST-SERVICIO



Para el canje de los beneficios

- Organizar la logística necesaria para ejecutar los beneficios



Para la ejecución de iniciativas transformadoras en el barrio

- Analizar conjuntamente la data registrada
- Planificar, organizar y ejecutar acciones



= Acciones añadidas

Figura 32.

Listado flujo nivel 2 (proveedor)
Fuente: Elaboración propia.

A partir de los dos esquemas presentados (segundo y primer nivel) es posible concluir ciertas cualidades que identifican a cada etapa según la injerencia que tienen los usuarios del servicio en cada una de ellas, en ese sentido, a modo de sistematizar esa información, se presenta a continuación un detalle de cada etapa en el cual además se especifican los puntos de contacto entre proveedores y usuarios finales.

Pre-servicio

Caracterizado por un gran nivel de participación de los proveedores del servicio en concordancia con las inducciones que se observan en la mayoría de los servicios cuando están comenzando. En ese sentido, los esfuerzos de los proveedores se centran en la coordinación inicial e instancias de difusión y aprendizaje del servicio y la App, por otra parte el rol del usuario final se centra en la recepción de la difusión y la decisión de descargar la App y aprender sobre su uso.

- Se identifican los puntos de contacto de difusión y aprendizaje sobre el uso de la App y el servicio.

Servicio

Esta etapa presenta una mayor complejidad, en tanto, desde la perspectiva del segundo nivel, se vincula a la acción misma de utilizar la plataforma escogiendo y ejecutando las distintas misiones y rutas, interactuando con otros usuarios, subiendo contenido y obteniendo puntos y beneficios canjeables. Por otro lado, desde la perspectiva de los proveedores del servicio, el rol que ejecutan en torno a la inscripción de las misiones, rutas y beneficios, cada uno con sus parámetros, no alcanza a categorizarse como pre-servicio, ya que dice relación con un proceso más profundo que el primer acercamiento al servicio, es en este caso, parte de la experiencia misma pero también requisito para la ejecución del rol del usuario final en esta etapa.

Paralelamente al servicio mismo, ya habiendo cumplido con el rol anterior, los proveedores deben asegurar el buen funcionamiento de la plataforma, donde las acciones consisten en reuniones periódicas de coordinación y vinculación con las otras organizaciones pertenecientes a la red, la autoevaluación mediante el cumplimiento de tareas y la revisión de notificaciones, mensajes y denuncias, aunque en el caso de estas últimas es posible derivar aquella acción a un trabajador remunerado a medida que el servicio se haga más escalable y el presupuesto pueda aumentar.

Del mismo modo, la acción de actualizar las misiones, rutas y beneficios de la plataforma corresponde a un trabajo paralelo al funcionamiento en la etapa de servicio, sin embargo también se ve vinculada con el levantamiento de acciones perteneciente a la última etapa del servicio, donde las conclusiones obtenidas a partir de la data, pueden indicar la necesidad de profundizar ciertos temas y en consecuencia actualizar algunas misiones o rutas.

- La etapa se presenta en sí misma como un punto de contacto a través del intermediario de la aplicación, donde existe una relación constante entre lo que ejecutan los proveedores y a lo que reaccionan los usuarios finales.

Post- servicio

La etapa del post servicio se ve marcada por dos grandes hitos, el primero es cuando el usuario final canjea su beneficio, para lo cual debe dirigirse a la organización donde lo canjeará ya sea física o virtualmente dependiendo de la naturaleza de este; debe presentar un código QR o un N° identificador que se le asigna a fin de asegurar la veracidad del canje y posteriormente debe recibir el beneficio (la lista de beneficios posibles se detalla más adelante), estas acciones a ejecutar y la experiencia que obtenga el usuario final de aquellas, podría incidir en la decisión de fidelizarse o no con la organización que provee el beneficio, por lo que el rol del proveedor es esencial en tanto debe disponer de la logística necesaria para que el beneficio pueda ser canjeado a través de una experiencia gratificante.

El otro hito consiste en lo mencionado anteriormente, el análisis de datos y el posterior levantamiento de acciones e iniciativas, respecto a este hito, el usuario final tiene casi nula injerencia, reduciéndose su participación a instancias de difusión de acciones o la participación directa en ellas. En cuanto al rol de los proveedores consiste en el análisis, el diálogo y el levantamiento de acciones, donde se incluyen procesos de difusión para asegurar la participación tanto en el levantamiento de acciones como en su ejecución. Este hito podría ser un aspecto que considere el usuario final sobre si fidelizarse o no dependiendo de las acciones que levante la red de organizaciones.

- Los puntos de contacto identificados radican en la instancia de canje, la recepción de difusión de los procesos participativos de iniciativas y la participación misma en aquella instancia.

2.6 DISEÑO DE INTERMEDIARIO

Con los puntos de contacto ya claramente identificados y esclarecida la manera en que la relación entre ambos tipos de usuario se establece a través de ellos, es posible determinar el tipo de intermediario involucrado, dejando entrever cuál de ellos requiere de mayor esfuerzos en diseño y desarrollo y cuales, por otro lado, pueden plantearse desde una perspectiva más superficial, apelando al uso de elementos ya existentes.

En ese sentido, es evidente que el punto de contacto asociado a la etapa 2, donde ya se anticipaba el uso de una plataforma virtual y más específicamente el desarrollo de una aplicación móvil a partir de la premisa del uso de smartphones o teléfonos inteligentes, es el que requiere un mayor esfuerzo de diseño y desarrollo, ya que se consolida como un elemento esencial del servicio y abarca, además, la mayor parte de la vinculación entre usuarios finales y proveedores.

Por otro lado, puntos de contacto como la experiencia de canje, difusión y participación en actividades colectivas de levantamiento de iniciativas y aprendizaje, pueden ser planteadas como intermediarios mas bien intangibles que requieren de iniciativas estratégicas y no tan fuertemente de un diseño formal y conceptual.

Bajo esa premisa, se ha decidido prototipar el intermediario correspondiente al punto de contacto de la segunda etapa del servicio¹⁴ la aplicación para teléfono móvil que comparte aspectos similares a las redes sociales presentes en el mercado.

El proceso de diseño y prototipado de la aplicación móvil se planteó siguiendo una línea mas bien deductiva en el sentido de que se comenzó de lo general hacia lo particular, en ese sentido, se establecieron nociones generales tales como los conceptos base, las tipografías, las gamas de color a utilizar y la búsqueda de referentes en torno a las aplicaciones móviles más utilizadas a nivel mundial, posteriormente se comenzó a especificar hacia referentes más directos y específicamente relacionados a la presente propuesta de funcionamiento de la aplicación. Sucesivamente, el desarrollo de la aplicación se fue centrando en nociones más específicas buscando resolver puntos en particular, dando como resultado no tan solo un prototipo de cómo debe verse la aplicación, sino también sobre cómo debe funcionar internamente su sistema para lograr las distintas funciones que se proponen.

14. Igualmente se considera necesario abordar aunque sea de manera breve la manera en que se proyectan los otros puntos de contacto aquí descritos, por lo que al final del subcapítulo será posible observar algunas proyecciones en relación a aquello.

El diseño conceptual

El diseño conceptual se basó en dos parámetros, por una parte, la imagen de marca que era necesario generar para que los usuarios se sintieran atraídos y cómodos al utilizar la plataforma, y por otra parte, lo conceptos base que rigen la propuesta reflejando sus pilares ideológicos.

El primer parámetro se ejecutó definiendo las principales funciones que debe ejecutar el servicio y la sensación que debe otorgar este para que aquella experiencia sea grata para los usuarios, a raíz de aquello se desprenden los conceptos que se indican a continuación y que luego son utilizados tanto para la imagen de marca como para los colores a utilizar en la aplicación móvil.

- Carisma
- Dinamismo
- Confiabilidad
- Vanguardismo
- Ligereza

Los conceptos se definen en base a que el servicio debe generar, por una parte, la sensación de carisma para atraer la participación de la gente y fomentar la inclusión de contenido, aludiendo también a la entrega de beneficios. Por otra parte, debe mostrarse dinámica y ligera, en base a no producir sensación de agobio o tedio producto de la cantidad de contenido y su densidad, debe representar a su vez un servicio vanguardista y demostrando su capacidad de adaptación al contexto actual, y finalmente, uno de los aspectos más relevantes es que debe generar la sensación de seguridad, principalmente por el hecho de que manejará información delicada de los usuarios tales como la ubicación geográfica y los recorridos que realizan.

El segundo parámetro, se desarrolló a partir de frases y palabras que reflejan tanto el modo de funcionamiento general del servicio, como sus pilares ideológicos, recopilando así elementos provenientes desde el marco teórico hasta los hallazgos y conclusiones que ha sido posible determinar a lo largo del marco metodológico, agrupándolos y simplificándolos a modo de obtener frases concisas que reflejen aquellas nociones y posteriormente palabras-concepto que las resumieran. El resultado de dicho proceso se presenta en el esquema (Fig. 33) y es utilizado para la definición de las formas predominantes en la identidad visual de la plataforma.



Figura 33.
Asociación conceptos y frases
Fuente: Elaboración propia.

La función estética - forma

Para la definición de las formas predominantes en la App. se ejecutó un moodboard en torno a los conceptos previamente definidos, donde cabe destacar, la atención se centró en los elementos formales y no en la gama de colores que se presenta, a raíz de ese recurso fue posible identificar la tendencia de formas predominantes los cuales se muestran en detalle a continuación (Fig. 34) y (fig. 35)



Figura 34.
Moodboard de forma
Fuente: Elaboración propia.



Figura 35.
Detalle moodboard forma
Fuente: Elaboración propia.

Los elementos gráficos que se ven presentes en el esquema anterior reflejan, por una parte, la presencia de circunferencias, las cuales indican una noción de retorno, aludiendo a un ciclo continuo, en menor medida se presentan las curvas que evocan figuras orgánicas; por otro lado, los elementos concéntricos, y las expansiones fuera de los perímetros determinados reflejan la noción del efecto de una acción sobre otra, las repercusiones sobre un otro en un determinado lugar, los límites difusos por su parte, siguen una línea similar, en el sentido de no saber exactamente donde termina una acción y hasta donde repercute, asimismo, se relaciona con la noción del espacio común que se vincula a las superposiciones translúcidas, donde un elemento no prima sobre el otro, sino que da espacio para la creación de un nuevo elemento común a través de la unión de dos elementos independientes; a su vez las líneas de intersección buscan el mismo cometido apuntando a lugares en los cuales dos elementos se encuentran, esta idea se profundiza con los nodos como puntos que unen dos o más elementos que confluyen en el mismo lugar.

La función estética - color

Con la finalidad de definir la paleta de colores a utilizar en la aplicación móvil, se buscó asociar los conceptos definidos previamente para la imagen de marca con ciertas tonalidades de color según su longitud de onda en relación a los estudios existentes sobre la psicología del color.

Para el análisis se recurrió a la tesis de magister Marketing del color: ¿Cómo influye el color del logotipo en la personalidad de una marca? de la autora Nathaly Segura, quien hace un repaso en cuanto a la bibliografía en torno a la misma temática y además elabora un estudio para profundizar y contrastar por una parte, la literatura, y por otro, el caso práctico de la percepción de personalidad de marca en Chile.

Teniendo como base los conceptos de carisma, dinamismo, confiabilidad, vanguardismo y ligereza determinados previamente, se hizo posible establecer ciertas relaciones con las longitudes de onda de los colores y la percepción que se tiene de ellos.

En ese sentido se observa que los tonos con longitud de onda más larga tales como los rojos, amarillos y anaranjados que corresponden a tonos cálidos, se asocian a variables relacionadas con conceptos como alegre, divertido, joven, vivo e intenso, entre otros similares que se caracterizan por transmitir energía, emoción, fuerza, actitud y calor; respondiendo así a los conceptos definidos de carisma y dinamismo.

Por otra parte, la confiabilidad y el modernismo podrían asociarse a una gama de colores más cercana a las tonalidades frías, con una longitud de onda más corta, donde los colores gris, blanco, verde, violeta y particularmente el azul se vinculan a conceptos como confianza, sinceridad, realismo, consideración y liderazgo, asimismo, se asocian también a variables como elegancia, glamour y modernidad. Finalmente, dentro de la misma gama, la ligereza se encuentra asociada a tonos poco vibrantes o intensos que evocan sensaciones de simplicidad y eficiencia tales como el blanco y el gris (Segura, 2016).

Bajo esta premisa, se elaboraron un total de nueve paletas de colores compuestas por tres muestras respectivamente (Fig. 36), donde se buscó generar diferencias entre ellas en algunos casos más evidentes que en otros, repitiendo

algunas tonalidades pero siempre variando la composición total. En todos los casos primó la presencia de los tonos de longitud corta (azules, verdes, violetas) a la cual se le asignaron dos muestras por paleta, a diferencia de los tonos anaranjados y amarillos a los cuales se les asignó solo una muestra por cada paleta, esta decisión se basa principalmente en la cualidad de estas últimas tonalidades para provocar excitación, por lo que se considera pertinente utilizarlas para destacar o provocar alerta a ciertos aspectos más que utilizarlos como tonos de base. Posteriormente a este proceso, se asignó una letra a cada paleta de colores con la finalidad de someterlas a una encuesta de percepción, a continuación se presentan las nueve paletas de colores con sus respectivas letras asignadas de manera idéntica a las presentadas en la encuesta (Fig. 37)



Figura 36.
Composición paletas de colores
Fuente: Elaboración propia.



Figura 37.
Paletas presentadas en la encuesta
Fuente: Elaboración propia.



Figura 37. **D**
Paleta de color seleccionada.
Fuente: Elaboración propia.

La encuesta se ejecutó en una modalidad online y se compuso de cuatro preguntas, asociadas a los cuatro conceptos definidos en la imagen de marca donde el encuestado debió indicar la paleta de colores que sentía tuviera mayor relación con cada concepto. Para la selección de la muestra se definió como universo a la población total del barrio universitario correspondiente a 14.698¹⁵ personas. En ese sentido, la muestra se compuso de personas de entre 19 a 75 años que habitan actualmente el barrio universitario; la encuesta fue respondida por un total de 75 personas, arrojando una confiabilidad de sobre un 90% a razón de un error muestral del 10% (Donoso, 2018).

Resultados de la encuesta

En general la encuesta arrojó una tendencia hacia dos paletas de colores, la "paleta A" y la "paleta D", ambas con diferencias significativas en la totalidad de sus muestras, por lo que no fue posible identificar una relación de similitud entre ambas a modo de establecer un consenso, en ese sentido se optó por determinar un criterio de selección basado en la exclusión de una de las muestras para la priorización de la otra.

Para llevar a cabo este procedimiento, inicialmente se analizó el porcentaje de menciones de cada paleta respectivamente, donde se sumó cada porcentaje de cada pregunta asociada a la paleta de color analizada, arrojando como resultado un porcentaje de mención de un 93,3% para la "paleta A" y un 65,4% para la "paleta D". Si bien este resultado denota una clara inclinación hacia la "paleta A", es necesario destacar que el porcentaje de menciones obtenido se concentra principalmente en las preguntas asociadas a los conceptos de carisma y dinamismo, sin embargo al analizar las otras variables conceptuales, es posible observar que la "paleta A" no presenta un gran porcentaje de menciones, incluso no se posiciona dentro de las tres paletas con mayor porcentaje de menciones, a partir de este análisis es posible inferir que la "paleta A" evoca profundas percepciones relacionadas a conceptos de carisma y dinamismo, más su desempeño es bajo en cuanto a la percepción de confiabilidad y modernidad, conceptos claves en la imagen de marca que se quiere establecer.

A modo de conclusión, considerando lo anterior, se decide seleccionar la "paleta D" (Fig. 37) como la paleta de colores a utilizar, ya que si bien no mantuvo el mayor índice de menciones en la totalidad de la encuesta, su presencia dentro de las cuatro categorías como perteneciente a las tres paletas con mayores menciones la posiciona como una paleta que evoca las percepciones requeridas manteniendo un equilibrio integral y respondiendo a cada concepto con distinción. Para revisar el detalle de la encuesta se recomienda revisar el Anexo - Encuesta paleta de colores.

15. Según el informe elaborado en 2021 por STGO Observatorio en alianza con la fundación Konrad Adenauer Stiftung.

La función estética - tipografías

Para la elección de la tipografía a utilizar en la aplicación móvil, se consideró principalmente la legibilidad, en ese sentido, varios autores indican que el uso de tipografías Sans serif sería ideal para los soportes digitales, ya que, permite una mayor legibilidad sobretodo en tiempo extensos de lectura (García, 2018).

Al respecto, se consideró pertinente la utilización de la tipografía Open Sans (Fig. 38) debido a la versatilidad que ofrece a través de su diversidad de pesos, además de ser catalogada como la sexta tipografía más utilizada en diseño web a partir de un estudio realizado por el científico de datos Michael Li (Fleck, 2021).

Open Sans

Open Sans

Open Sans

Figura 38.

Tipografía utilizada

Fuente: Elaboración propia.

Es necesario considerar que este ámbito se encuentra mayormente vinculado al diseño gráfico, por ende, si bien no es el área de expertis de la tesista, debe abordarse desde una perspectiva al menos general en el diseño de la aplicación móvil. Sin embargo, idealmente la noción estética de la aplicación debe ser desarrollada posteriormente por algún profesional en la temática siguiendo los lineamientos base aquí establecidos.

La definición del nombre

Ciertamente, el estudio de naming compone una parte esencial para la imagen que se tendrá del servicio y la aplicación, la cual debe buscar una relación entre las bases conceptuales, la funcionalidad que cumple y la dimensión publicitaria.

Tras una lluvia de ideas buscando establecer relaciones entre las nociones antes descritas, se seleccionó el nombre "Acervoz" el cual hace alusión, por una parte, al término **acervo** definido como el conjunto de valores o bienes culturales acumulados por tradición o herencia, el término también es definido como el haber que pertenece en común a varias personas (Real Academia Española, 2021).

Por otra parte, alude a la acción de **hacer voz** en base a adquirir un rol de difusión activa, en la cual no tan sólo se difunde, sino que también se crea contenido, se apunta a la oratoria y al pronunciarse sobre una temática.

Fue relevante en la elección del nombre de la aplicación móvil, el no caer en anglicismos, definiendo así un enfoque en el idioma local predominante.

En concordancia, el origen de la palabra acervo procede del latín (lengua que da origen al castellano) y su etimología surge del acervus o "montón", que apunta a la acumulación de cosas.

En síntesis, la noción de hacer voz de los acervos, habla por una parte, del valor patrimonial del territorio, considerado este como un elemento colectivo que traspasa generaciones, perdurando en las memorias, por otra parte se refiere al hecho de divulgar, difundir y crear este mismo, concibiéndolo como un elemento de participación que más que estático es dinámico y que se conforma a través de perspectivas variadas, asumiendo el hecho de que no existe una voz de veracidad absoluta.

El diseño del imagotipo

El Imagotipo (Fig. 39) busca reflejar nociones como la difusión y el diálogo, a través de un ícono representativo¹⁶ en la misma línea ha sido modificado a manera de reflejar en sí, la expansión y divulgación a través de una circunferencia expansiva que se une al ícono en uno de sus bordes haciendo alusión a las intersecciones y los puntos en común. De manera indirecta este elemento también podría relacionarse gráficamente a nociones vinculadas con la geolocalización (Fig. 40).



Figura 39.
Imagotipo
Fuente: Elaboración propia.



Figura 40.
Alusión a georreferencia
Fuente: Elaboración propia.

A su vez, se buscó incluir un elemento que hiciera referencia al nombre en función de que el Isologo pueda ser también utilizado independientemente de su Logotipo, en ese sentido, se utilizó una letra "A" con terminaciones irregulares en función de disminuir la connotación academicista de la palabra acervo, intentando generar una imagen gráfica poco estructurada e informal. En base a lo mismo y buscando hacer un guiño al equilibrio gráfico que se compone a partir de la unión de las letras AV se modificó la letra "A" añadiéndole una pequeña línea que a modo de serifa, entrega dinamismo y permite entrever la letra "V".

Por otro lado, en cuanto al texto se utilizó la fuente Open Sans, misma tipografía utilizada para el diseño de la aplicación, a esta se le redondearon las puntas en función de suavizarla y hacer referencia a la línea estética del proyecto, además se utilizaron distintos pesos que evidencian aún más el juego de palabras; asimismo, buscando que este elemento pudiera funcionar independientemente y que se mantuviera una relación gráfica, se modificó la letra V para que quedará similar a la de la imagen.

¹⁶. Haciendo alusión también al nombre de la aplicación en su versión Hacer voz.

2.7 PROTOTIPADO DE LA INTERFAZ

En este subcapítulo, se presentan algunas consideraciones iniciales, posteriormente un análisis de referentes y luego, la resolución de los aspectos generales y específicos que dan forma a la aplicación móvil, culminando con los diagramas de flujo necesarios para entender las relaciones que se establecen entre cada componente de la aplicación.

A medida que se va avanzando en cada aspecto es posible observar prototipos enfocados, en ese sentido, para el prototipado de la aplicación, se recurrió inicialmente a la elaboración de sketch como primeros bocetos en papel que ilustran estáticamente los elementos esenciales de la aplicación, posteriormente se desarrollaron algunos wireframes que buscan dar cuenta de la estructura y jerarquía entre los elementos, sucesivamente se desarrollaron mockups en función de representar de manera estática el cómo debe verse más específicamente la aplicación, y finalmente, la ejecución de un prototipo navegable que busca evaluar la interacción y el comportamiento de la aplicación frente a las distintas acciones que ejecuta el usuario, el cual será presentado en una instancia posterior a esta memoria.

Consideraciones previas

Tal como se anticipó en la definición del flujo general del servicio y los puntos de contacto identificados en los niveles 1 y 2 respectivamente, es necesario contar con dos plataformas que se vinculen pero se distingan en ciertos aspectos en función de responder, por una parte, a los procesos de administración y coordinación de la red de organizaciones y por otro, a lo que concierne a la interacción del usuario final con las funcionalidades del servicio tales como, la ejecución de misiones y el canje de beneficios.

Al respecto, la aplicación móvil se prototipa distinguiendo dos tipos de sesión, una correspondiente al usuario final y otra, a los proveedores del servicio (usuario interno), ambas diferenciándose tanto en aspectos estéticos, como en las funciones que incluyen.

Análisis de referentes

En búsqueda de determinar aspectos como la distribución del contenido, la ubicación y funciones presentes en los menús principales y el diseño de navegación, entre otras cosas, se realizó un análisis de referentes enfocado inicialmente en las tres aplicaciones móviles más descargadas durante el año 2021 que según el estudio realizado por SensorTower en Julio del mismo año corresponderían a Tik Tok, Facebook e Instagram sucesivamente, por otro lado, se analizaron aplicaciones asociadas a sistemas de recompensas, tales como Kwai y Ecoheroes, lo cual resultó como una buena fuente de inspiración y facilitó la identificación de funciones y elementos claves a considerar para el diseño de la aplicación.

A continuación se presentan los hallazgos recopilados a partir del análisis realizado, en caso de desear ver el análisis de cada una de las aplicaciones móviles y sus descripciones se recomienda dirigirse a la sección Anexos - Análisis aplicaciones móviles.

Hallazgos y conclusiones

En torno a la estética es posible observar una tendencia a la utilización de fondos de color claro a excepción de Tik Tok y Kwai que siguen una línea estética muy similar entre ellas, donde el fondo está compuesto por el contenido mismo (videos que suben los usuarios) en la pantalla de inicio, sin embargo en otras pantallas de la aplicación mantienen la misma lógica de fondo claro. En ese sentido, se establece un diseño de fondo claro para evitar distracciones y permitir la legibilidad.

Las paletas de colores utilizadas, varían entre tres a cuatro muestras de color, en ocasiones cada muestra varía significativamente, sin embargo, en otras, como es el caso de Instagram, las muestras varían principalmente respecto a su matiz, aquello confirma entonces, la utilización de la paleta de colores seleccionada previamente la cual se compone de tres muestras que denotan una variación en el matiz de los tonos azulados, pero también presentan una variación significativa en el uso del tono anaranjado que se proyecta como un color que podría utilizarse para resaltar ciertos elementos.

Respecto al dinamismo, es posible observar la idea de collage de contenido dinámico, donde se presentan videos y fotografías distribuidas en una retícula, lo cual permite observar una cantidad considerable de contenido diverso en una sola sección, esta idea ya se planteaba anteriormente en el proceso de diseño de ideas base, por lo cual resulta pertinente considerarla para el diseño de la aplicación.

Otra tendencia observada fue el diseño de navegación, donde predominan patrones de navegación asociados al deslizamiento hacia arriba en función de observar más contenido, por otra parte, Instagram particularmente ofrece en su sección de historias, un diseño de navegación basado en el deslizamiento lateral, lo que resulta conveniente para algunos tipos de contenido, en base a esto, se propone la utilización de ambos patrones pero con una mayor predominancia del deslizamiento hacia arriba.

Respecto a los menús se decide en base a que la totalidad de los casos presenta 5 elementos en el menú principal y tan sólo en el caso de Facebook este se ubica en la zona superior, en contraste con el resto de los casos, donde el menú principal tiene su ubicación en la zona inferior. Al respecto, Clark (2012) indica que la ubicación de botones y controladores en la zona inferior de la pantalla, responde no solo a la comodidad, sino que también evita que sean tapados por la mano al momento del desplazamiento, respondiendo a la Ley del pulgar definida por algunos autores y utilizada para la jerarquización de la información (Fig. 41)

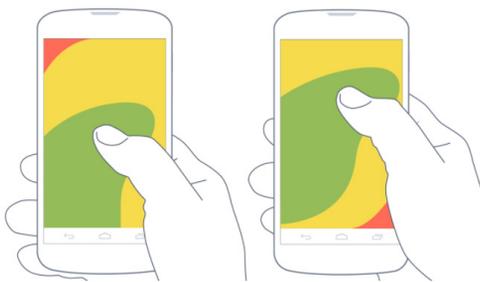


Figura 41.
Patrón de navegación y Ley del pulgar
Fuente: App Design Book

Se evidencia también la necesidad de profundización ya sea del contenido, como de la aplicación misma, en las aplicaciones analizadas se observa la existencia de botones de configuración e información, lo cual debe ser implementado en el diseño de la aplicación, así como también la necesidad de incluir elementos de profundización respecto al contenido subido por los usuarios, en la misma línea con la presencia de un perfil personal y la posibilidad de acceder a la visualización de perfiles de otros usuarios. En ese sentido, una tónica generalizada es la posibilidad de generar diversas interacciones con otros usuarios por medio de botones y otros elementos, este aspecto sin dudas debe considerarse en el diseño de la aplicación a modo de permitir la interacción entre los usuarios.

Un aspecto que destaca en algunas de las aplicaciones es la utilización de la zona superior derecha para la colocación de elementos que tal como el menú inferior, no varían al migrar a otras pantallas dentro de la aplicación, en ese sentido, se considera pertinente ubicar en ese sector un menú desplegable que permita acceder a la profundización de configuraciones e información antes mencionada, además de las notificaciones y mensajes.

Respecto a esto último se considera útil la manera en que Instagram presenta las notificaciones y mensajes, aunándolos en una sola sección, ya que apunta al minimalismo reduciendo la cantidad de botones.

Así, otro elemento a considerar es la utilización de íconos, que sintetizan la información a comunicar y pertenecen a un lenguaje generalizado en las aplicaciones analizadas.

Finalmente, se tomaron en cuenta algunas pantallas relevantes a incorporar en la aplicación y a las cuales se debe poder acceder desde el menú inferior, en ese sentido, la frecuencia en que se incluyen en este menú varía dependiendo de las principales funciones de la aplicación, sin embargo las que se presentan con mayor frecuencia y resultan fundamentales son la pantalla de inicio y el perfil personal, por lo que se define, deben ser incluidas en el menú de la aplicación.

Desglose según tipo de sesión.

Tal como se mencionó anteriormente, si bien existen pantallas que son transversales para la sesión del usuario final y la de las organizaciones pertenecientes a la red (proveedores), tales como el inicio y el perfil personal, a su vez, se distinguen ciertas funciones enfocadas al rol que cumple cada usuario en relación al servicio, por lo tanto, a continuación y por medio de los siguientes esquema (Fig. 42 y Fig.43) se mencionan las pantallas principales a las cuales se puede acceder en cada sesión (color naranja), a su lado es posible observar las pestañas que permiten acceder a otros contenidos en torno a la misma temática de la pantallas principal (color azul) y finalmente se presentan las ventanas que responden a profundizaciones y funciones asociadas ya sea a las pantallas iniciales o a las pestañas (color negro), del mismo modo, se indica la presencia de los tres menús y las ventanas que incluyen, considerando el menú desplegable como parte del menú superior.

Posterior a los esquemas se presenta el desarrollo en detalle de las pantallas, pestañas y ventanas que cada sesión presenta.



Figura 42. Esquema arquitectura de la información sesión usuario
Fuente: Elaboración propia



Figura 42. Esquema arquitectura de la información sesión proveedor
Fuente: Elaboración propia

Sesión usuario final.

Antes de comenzar con el desarrollo, se considera relevante acotar que la presente propuesta busca desligarse de aspectos vinculados a las redes sociales a través de los cuales se fomenta la competitividad y la necesidad de aprobación externa, en ese sentido, se ha decidido reducir las interacciones a comentarios y la opción de destacar contenido, esta última función se presenta como una forma de poder visualizar con mayor frecuencia y al instante, el contenido que suba una persona, sin embargo, esta información no se le hace llegar a tal, sino que mas bien es una herramienta de uso personal y no social.

Profundizando en el desarrollo del prototipado, este se enfocó primordialmente en el diseño formal y funcional, de aspectos y planteamientos que difieren de las aplicaciones móviles de tipo red social presentes en el mercado, en ese sentido, es innegable mencionar que existen bastantes cualidades en común, por lo mismo, no se pretendió innovar en aquellos aspectos, sino mas bien potenciar los que son más novedosos, desarrollándolos en mayor profundidad.

La etapa de registro, por ejemplo, se sitúa en las secciones que perfectamente podrían seguir un patron convencional, al respecto se establece como una instancia donde el usuario tendrá la opción de registrarse a través de su cuenta de gmail, Facebook o Instagram, siguiendo la lógica de otras aplicaciones móviles, por otro lado, también se le presenta al usuario la opción de crear una cuenta nueva en caso de no desear vincular la sesión de los medios antes mencionados.

Por otra parte, al registrarse en la aplicación, esta derivará al usuario hacia la pantalla principal o Inicio, sin embargo, antes de ahondar el diseño de aquella pantalla, se presenta la distribución y jerarquización de los menús y elementos base que permanecen estáticos a lo largo de la navegación por las diferentes pantallas, ventanas y pestañas, presentándose a continuación, un wireframe que lo detalla (Fig. 44)

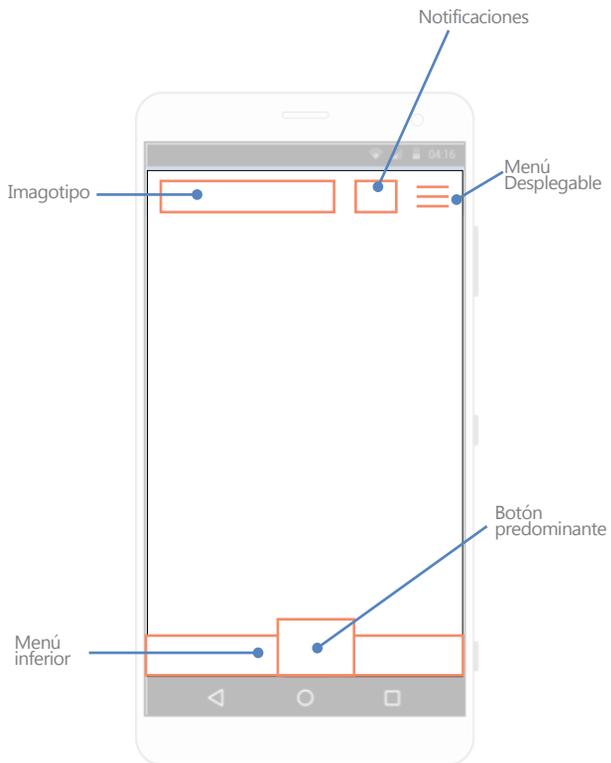


Figura 44.
Wireframe elementos permanentes
Fuente: Elaboración propia.

El menú inferior (Fig. 45) es uno de los que tiene mayor relevancia, ya que presenta al usuario las pantallas principales de la aplicación, como se mencionó previamente en el diagrama (Fig. 42) esto incluye la Pantalla de Inicio, el Mapa, el Perfil Personal y los Canjes, además se añade un botón con mayor jerarquía que invita al usuario final a comenzar una nueva ruta, derivándolo a la pantalla Rutas y misiones; se utilizaron íconos para ilustrar las pantallas y se recurrió al recurso de la opacidad y transparencia del ícono para diferenciar en qué pantalla se encuentra el usuario, asimismo se añadió un punto naranja abajo de cada uno para reforzar aquella idea.



Figura 45.
Íconos menú inferior
Fuente: Elaboración propia.

Inicio

Corresponde a la pantalla que será mas visitada debido a que es la primera que se muestra desde el ingreso a la aplicación, por lo que es muy relevante el contenido que exhibirá, en ese sentido, se establece como contenido principal, los distintos elementos que publican los usuarios para el cumplimiento de cada misión.

Primero, se realizaron sketches (Fig. 46) en función de explorar la estética formal que organizará el contenido publicado en esta pantalla de inicio, de esa manera, luego de varias propuestas se escogió la definitiva (Fig. 47) que se basa principalmente en la noción de dinamismo, donde además, la conformación de una retícula irregular pero que permite el calce de los distintos contenidos en dos a tres columnas, alude a la noción de límites difusos otorgando el tamaño suficiente para la visualización del contenido. Por otro lado, no se recurrió a marcos circulares debido a que suponen una complejidad en torno a los formatos que suelen ser rectangulares o cuadrados, además debido a la densidad y cantidad de contenido, esa opción se consideró muy densa para la vista, optando así por una estética de rectángulos con bordes redondeados.

Luego, se definieron las interacciones que deben generarse en la sección y los elementos necesarios para aquello, de esa manera se incorporan pestañas que permiten navegar por las **novedades** y los **socios**, además se incorpora a la pantalla de inicio, una barra de búsqueda destinada a que el usuario pueda buscar a otros usuarios por su nombre a través de ella y se dispone también de un botón de filtro donde el usuario pueda seleccionar el contenido que quiere ver según la temática de la ruta.

Adicionalmente, el usuario puede clicar sobre el ícono de profundización (Fig. 48) para acceder a más interacciones, donde se visibiliza la opción de comentar el contenido y ver los comentarios, ver la descripción añadida, , ver la ubicación en el mapa, ver el ícono de la ruta a la cual pertenece la misión, acceder al perfil de quien publicó, notificar y mostrar como prioridad el contenido que suba aquel usuario, compartirlo en otras redes sociales y denunciarlo en caso de considerarlo inapropiado (Fig. 49).

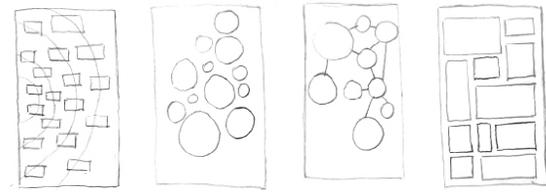


Figura 46.
Sketchs exploratorios de forma
Fuente: Elaboración propia.

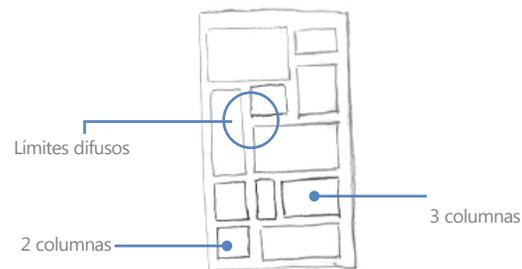


Figura 47.
Sketch escogido
Fuente: Elaboración propia.



Figura 48.
Ícono profundización
Fuente: Elaboración propia.



Figura 49.
Íconos e interacciones en profundización de contenido
Fuente: Elaboración propia.



Figura 50.
Estética pestañas inicio
Fuente: Elaboración propia



Figura 51.
Pantalla de inicio
Fuente: Elaboración propia



Figura 52.
Botón de destacar contenido
en estado inactivo y activo
Fuente: Elaboración propia

Teniendo una noción general de las interacciones, sus elementos asociados y la posición donde se ubican, fue posible definir ciertos aspectos estéticos, en ese sentido, es posible observar detalles que aluden a elementos semitranslúcidos, de aristas redondeadas como las pestañas de novedades - socios - actividades (Fig. 50) o elementos directamente redondos y concéntricos tales como el botón de profundización del contenido (Fig. 48).

Para la pantalla de inicio (Fig. 51) se recurrió a un fondo en tono gris claro a fin de no sobresaturar, el color anaranjado para destacar ciertos elementos como el botón de profundización y la opción de destacar el contenido cuando se encuentra activada (Fig. 52).

Por otra parte, al clickear en la profundización de contenido, se observan las interacciones antes descritas, presentándose dos tipos de formato, uno para los contenidos en horizontal (Fig. 53) que abarca gran parte de la pantalla y ubica las interacciones sobre él en tono blanco a modo de generar contraste del contenido y por otra parte se genera un fondo en tono azul para la descripción. El segundo formato, para contenidos verticales (Fig. 54) se compone de un elemento tipo marco azul semitranslúcido que enfoca la atención en el contenido en detalle y no en la pantalla de inicio.

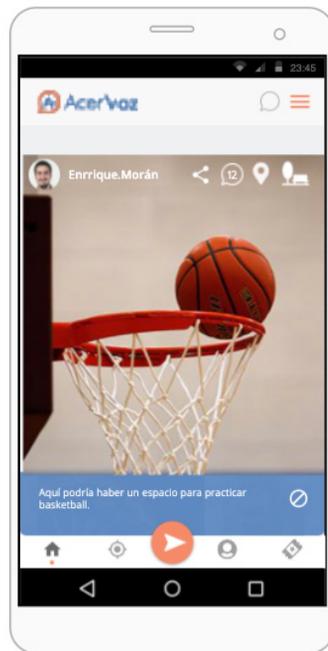


Figura 53.
Profundización horizontal
Fuente: Elaboración propia

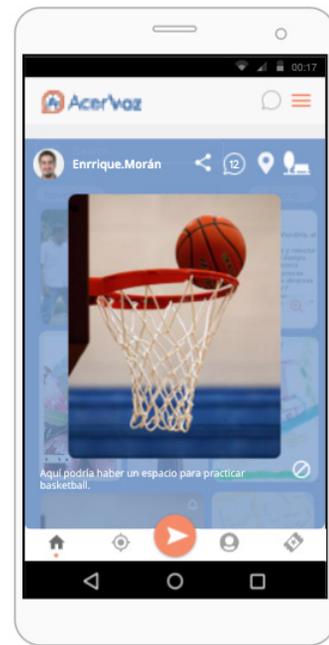


Figura 54.
Profundización vertical
Fuente: Elaboración propia

Las ventanas que se desprenden de la pantalla de inicio, son por una parte, las novedades, por otra, los socios y finalmente, los perfiles de otros usuarios.

Novedades

En cuanto a las novedades se plantea como una ventana a través de la cual se puede informar acerca de actividades o noticias del territorio que se dividen en las categorías temáticas de cada ruta¹⁷ si bien, inicialmente se proyectaba con mayor libertad para añadir contenido, se recurrió a ciertas restricciones como el establecer reglas y el no añadir una categoría de "otro", a fin de evitar publicidad de venta de productos y servicios u otro contenido que traspase los propósitos del servicio, sobretodo considerando que inicialmente la aplicación deberá ser monitoreada por la red de organizaciones, donde inicialmente se propone una dinámica de autorregulación mediante la denuncia del contenido que será profundizada en la sesión de los proveedores.

El patrón de navegación de esta pestaña se rige por el desplazamiento lateral (derecha - izquierda y viceversa) permitiendo revisar el contenido agregado recientemente primero. Sin embargo también considera un patrón de desplazamiento hacia arriba a fin de explorar otras categorías.

Las interacciones que permite esta pestaña consisten en añadir contenido y profundizar la información donde se detalla la descripción de la noticia, la fecha en que se publicó y el usuario que la publicó (Fig. 55). De manera similar a la pantalla de inicio, permite interacciones de comentar, ver comentarios, denunciar, compartir en redes sociales e ir al perfil de quien publicó.

Socios

En relación a la pestaña de socios esta busca visibilizar a las organizaciones que conforman la red, presentando una previsualización de sus perfiles, cabe destacar que se proyecta un servicio escalable, donde otras organizaciones fuera de las pertenecientes a la red puedan participar ofreciendo beneficios pero sin las responsabilidades de administración y coordinación de los proveedores, dando paso así a un nuevo tipo de sesión que se detalla en el capítulo Proyecciones.

En ese sentido, el que las organizaciones estén presentes en esta pestaña, les proporcionará no tan solo visibilización a través de una descripción breve y un link a sus perfiles, sino que también una distinción como organizaciones comprometidas con el rol social en el territorio.



Figura 55. Pestaña novedades y profundización
Fuente: Elaboración propia

¹⁷. Las cuales se detallan más adelante.

Otros perfiles

Como se mencionó previamente, la pantalla de inicio permite acceder al perfil de otros usuarios mediante cuatro vías, la barra de búsqueda, el detalle del contenido subido, el detalle de las novedades y de manera particular, a través del perfil de las organizaciones en la pestaña de Socios.

En cuanto a los perfiles de otros usuarios, estos siguen una estética similar al perfil personal (que se detalla más adelante), sin embargo, no posee las derivación de Progreso personal. Pudiendo observar el contenido que el usuario ha subido, su foto, nombre, apodo y redes sociales vinculadas, accediendo a su vez, a las mismas interacciones de profundización del contenido y a la opción destacar. (Fig. 56)

Perfil personal

El perfil personal por su parte, se compone de los elementos anteriormente mencionados en los perfiles de otros usuarios, sin embargo al tratarse del perfil propio, se hace posible acceder a la edición del perfil para vincular las redes sociales, cambiar la fotografía el nombre y apodo.

En relación a la estética no se buscó innovar, sino mas bien mantener la estética de otras redes sociales, sin embargo se hacen presentes elementos relacionados a la estética formal de elementos concéntricos, bordes redondeados y nodos. Dentro de los sketch realizados se escogió el tercero (Fig. 57) dando forma así al mockup del Perfil personal (Fig. 58).

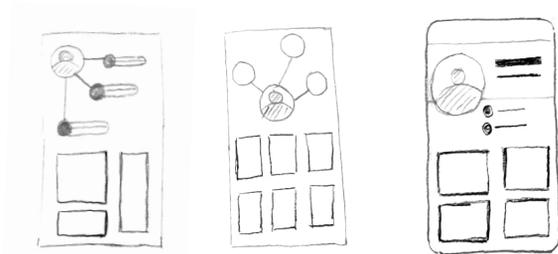


Figura 57.

Sketchs perfil personal

Fuente: Elaboración propia

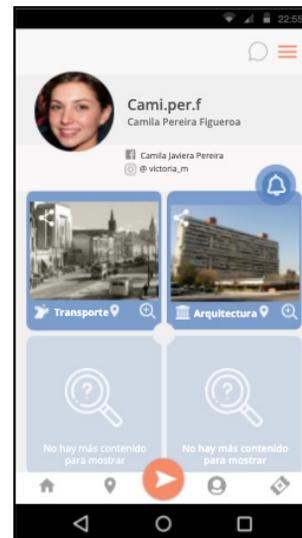


Figura 56.

Perfil otros usuarios

Fuente: Elaboración propia

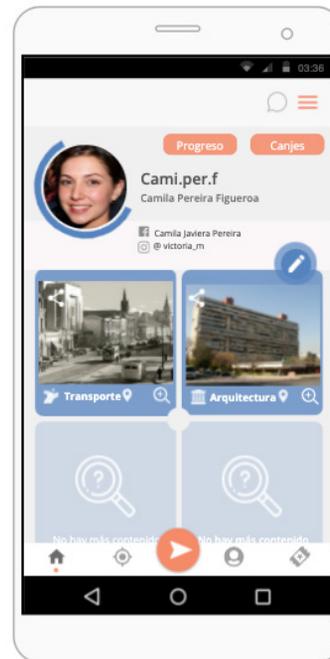


Figura 58.

Mockup perfil personal

Fuente: Elaboración propia

Progreso personal

En contraste al perfil de otros usuarios, se añade la pestaña de Progreso personal la cual se observa resumidamente en el Perfil personal (Fig. 59) pero se profundiza en la pestaña; esta da cuenta de las rutas que el usuario ha ejecutado o se encuentra ejecutando, además de una serie de logros predeterminados que se van desbloqueando a medida que el usuario logra ciertas metas tales como el primer canje, la primera ruta terminada o alcanzar cierta cantidad de puntos entre otras cosas, el diseño se planificó inicialmente a partir de un wireframe que refleja los patrones de navegación y los elementos presentes (Fig. 60), luego se ejecutó el mockup que refleja con mayor especificidad cada concepto (Fig. 61).

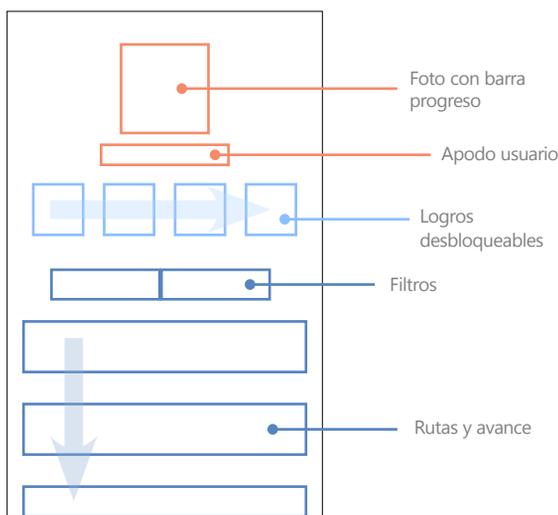


Figura 60.
Wireframe Progreso personal
Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, este apartado permite dirigirse al detalle de las misiones pendientes en las rutas inconclusas (ventana que se abordará en detalle posteriormente), además dispone de notificaciones que indican las rutas con misiones próximas a cerrarse con la finalidad de que el usuario pueda ejecutarlos dentro del tiempo correspondiente y no los pierda (Fig. 62), el detalle del funcionamiento de Rutas y misiones se profundiza posteriormente en la pantalla que lleva su nombre.



Figura 59.
Detalle Progreso en perfil
Fuente: Elaboración propia

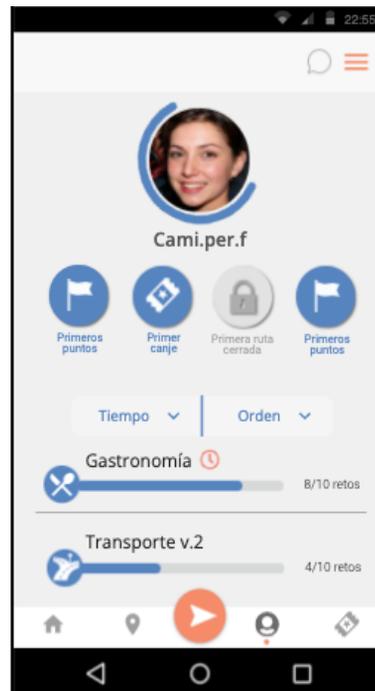


Figura 61.
Mockup Progreso personal
Fuente: Elaboración propia

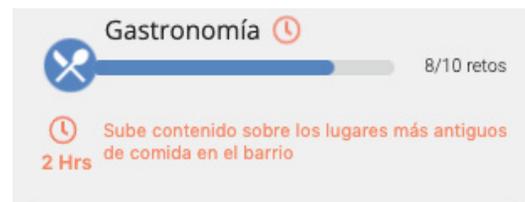


Figura 62.
Notificación misión próxima a cerrarse
Fuente: Elaboración propia

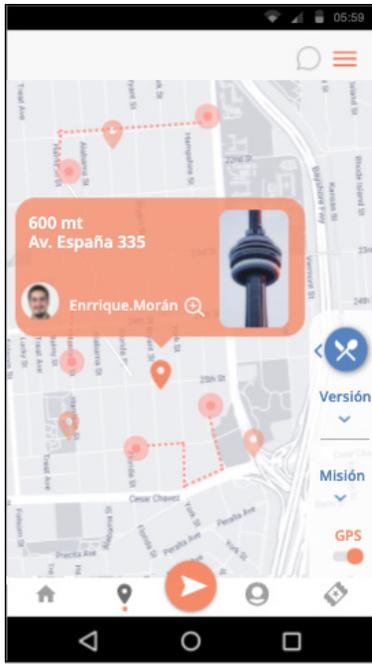


Figura 63.
Mockup pantalla Mapa
Fuente: Elaboración propia

Mapa

La pantalla Mapa (Fig. 63) tiene como finalidad profundizar el contenido que publican los usuarios y ubicarlo en una determinado punto geográfico dentro del territorio, de esa manera, si al usuario le interesa conocer la ubicación exacta donde se registró algún contenido puede dirigirse a esta sección a través de las derivaciones ubicadas en los distintos contenidos.

Del mismo modo, en caso de registrarse un recorrido y no un punto exacto, aquel también puede ser visualizado, permitiendo así que los usuarios compartan información sobre, por ejemplo, los mejores recorridos para andar en bicicleta o los recorridos de las calles con los edificios patrimoniales más antiguos.

La pantalla cuenta con 3 filtros, uno en referencia a la versión de la ruta¹⁸ otro en relación a la temática de la ruta y el último en relación a la misión.¹⁹ Adicionalmente el usuario puede activar su localización¹⁹, en ese caso la pestaña desplegable le indicará a cuánta distancia está el punto en relación a su ubicación actual, por otra parte, si el usuario no activa esta opción, el menú le indicará la calle y número donde se registró el contenido.

En cuanto a la estética, se diseñó en base a otras aplicaciones de geolocalización pero con algunas adaptaciones. En ese sentido, la manera en que se marcan los puntos es a través del ícono utilizado por otras aplicaciones para indicar la localización exacta (Fig. 64), pero se añade la variable de recorridos, los cuales se indican a través de su punto de inicio y de término por medio de círculos con translucidez y el recorrido, a través de líneas punteadas (Fig. 65).

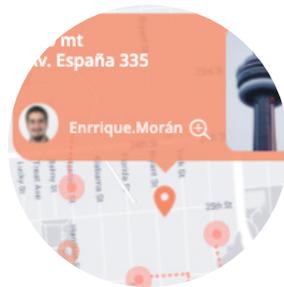


Figura 64.
Detalle punto exacto
Fuente: Elaboración propia



Figura 65.
Detalle recorrido
Fuente: Elaboración propia

18. Se abordará de manera posterior en la pantalla Rutas y misiones.

19. Sin dudas la temática de privacidad debe ser considerada en el capítulo Proyecciones.

En caso de que el usuario se interese sobre un punto o ruta en particular debe clickearla (en el ícono para los puntos exactos y en los círculos de inicio o término en el caso de los recorridos), al hacerlo se despliega una pestaña en la cual se muestra el contenido añadido, el perfil del usuario que agregó el contenido y la posibilidad de dirigirse a la profundización.

Rutas y misiones

Sin duda, esta es una de las pantallas más relevantes de la aplicación móvil, ya que, además de ser la que la distingue de otras similares del mercado, se consagra como la pantalla que da vida al funcionamiento esencial del servicio.

Asimismo, se caracteriza por ser bastante dinámica, ya que influye en gran medida sobre ella, la interacción que establecen ambos tipos de usuario. Por lo mismo, esta sección debe abordarse no tan solo desde su dimensión estética y de diseño de interfaz, sino también desde su logística interna.

En ese sentido, la pantalla se presenta a través de un listado de posibles rutas temáticas a las cuales el usuario final puede incorporarse; entre ellas se encuentran las artes, el transporte, la arquitectura, y la gastronomía, entre otras que pueden observarse en detalle en la (Fig. 66). Estas tipologías, han sido definidas a partir de dos parámetros, el primero dice relación con las organizaciones seleccionadas para la conformación de la red, como es el caso del MSSA y la ruta de las artes, o el Restobar Casa Toesca y la ruta gastronómica, en ese sentido, las rutas se proponen como una herramienta que podría utilizarse para levantar contenido e información específica sobre los temas que le conciernen a aquellas organizaciones. El otro parámetro se relaciona con las temáticas que inquietan o son temas de relevancia para la comunidad del barrio, ya que, como es posible recordar, el servicio propuesto es enfático en poder buscar soluciones o iniciativas generando acciones transformadoras y positivas para la calidad de vida de las comunidades locales. Para este parámetro, se recurrió a un catastro efectuado por la organización emergente "Plataforma comunitaria República" (Anexo - Catastro Barrio República) en el cual se detallan distintas temáticas e iniciativas surgidas a partir de una encuesta ejecutada a 100 personas del barrio; esta información fue nuevamente sistematizada y categorizada en tipologías nuevas²⁰ y existentes, dando como resultado un panorama más enfocado en la necesidad de definición de temáticas del servicio propuesto y surgiendo por consiguiente, rutas de convivencia, ecología y transporte, entre otras.

A su vez, es posible identificar en algunos casos, una nomenclatura (Fig. 67), aquella pretende reflejar la cantidad de iteraciones por las que ha pasado una ruta, entendiendo esas modificaciones como procesos de mejora y profundización de ciertas temáticas, dando cuenta de un proceso continuo y circular.



Figura 67.

Detalle versiones

Fuente: Elaboración propia

- Artes
- Gastronomía
- Ecología²¹
- Convivencia
- Espacio público
- Transporte
- Educación
- Arquitectura

● Surgidas en base al Parámetro 1 (organizaciones)

● Surgidas en base al Parámetro 2 (catastro)

● Nuevas categorías surgidas en base a propósitos del servicio + catastro

Figura 66.

Mockup pantalla Mapa

Fuente: Elaboración propia

20. Como es el caso de la categoría de educación, que se refleja a través de iniciativas de educación comunitaria presente en otras categorías diferentes de manera transversal y que por el hecho de tratarse de un barrio universitario se consideró pertinente incluir.

21. Sin dudas la temática de privacidad debe ser considerada en el capítulo Proyecciones.

Cada ruta se compone de un compilado de misiones asociadas, aquellas buscan de forma creativa y poco convencional, promover la observación e interpretación del patrimonio barrial, reforzando la idea de identidades y memorias a través de enunciados que invitan al usuario final a añadir y publicar contenido de variados formatos para compartir con otros usuarios.

En ese sentido, las misiones varían desde añadir fotografías hasta hacer un dibujo o añadir una canción, pudiendo también observarse misiones que flexibilizan sus requerimientos de formato a más de un tipo posible, sin embargo, para la ejecución de cada misión es necesario activar la geolocalización, ya que, como se plantea a lo largo de la metodología, este servicio pretende crear referencias in situ sobre la situación del territorio y su patrimonio.

Por su parte, las misiones pueden apuntar a distintos objetivos específicos, por ejemplo, en el caso de solicitar una fotografía antigua de algún lugar del barrio, buscando obtener registro y contenido patrimonial para la ejecución de alguna exposición museal, o por otro lado, en el caso de solicitar indicar la peor ruta para andar en bicicleta, en función de solicitar mejoras estructurales a las ciclovías durante alguna reunión con la municipalidad, entre otras posibilidades.

En esta variedad de posibilidades en torno a los objetivos específicos que se persiguen, se enmarca la idea de iterar las rutas, buscando profundizar ciertas nociones, añadir misiones relacionadas a nuevos objetivos específicos, o eliminar y modificar otras que no han logrado su cometido según lo esperado. Cabe destacar que el proceso de iteración queda en manos de las organizaciones pertenecientes a la red, ya que son quienes proveerán el servicio y obtendrán información más detallada sobre las rutas y misiones, sin embargo, igualmente se plantea la propuesta de que los usuarios finales puedan proponer a través de un apartado de sugerencias que se presenta en la ventana de Ayuda, modificaciones a los compilados de misiones.

Para efectos de la propuesta enfocada en el caso de estudio, se formularon rutas y compilados de misiones que podrían ser de utilidad para las necesidades y anhelos que expresa cada organización en el subcapítulo 1.4 "Caracterización de los proveedores".

Los compilados mencionados pueden ser revisados en detalle en el Anexo - Compilado rutas y misiones, asimismo a continuación se presenta uno de ellos a modo de ejemplo (Fig. 68).

Ruta gastronómica

- Rutea los mejores lugares para ir a comer
- Sube una foto sobre los lugares icónicos de comida en el barrio y comenta
- Sube un video sobre los lugares más antiguos de comida en el barrio
- Sube un video y un comentario de lugares de comida del barrio que desaparecieron
- Indica en el mapa donde te gustaría que se hiciera una feria gastronómica del barrio
- ¿Conoces organizaciones relacionadas a trabajo comunitario y alimento en el barrio? indicalas en el mapa y comenta
- Comenta anécdotas positivas o interesantes sobre lugares de comida del barrio
- ¿Has participado en las actividades de comida colectiva, por ejemplo cena navideña u once barrial? Comenta y sube una fotografía o video.
- Mapea un lugar donde te gustaría hacer un picnic en el barrio
- Haz un picnic en algún lugar del barrio y sácate una foto.
- Conoces algún plato típico del barrio, sacale una foto y comenta

Figura 68.
Ejemplo ruta y sus misiones
Fuente: Elaboración propia

Cabe acotar, que al igual que en el caso de las rutas, esta propuesta de compilados de misiones se conforma a modo de ejemplo y como base preliminar para el inicial funcionamiento de la aplicación móvil en este territorio en particular, no obstante, la opción de configurar y cambiar tanto rutas como misiones, se encuentra siempre presente pudiendo adaptarse a las especificidades y objetivos de cada territorio. Aquella configuración será detallada en la sesión de proveedores.

En cuanto al diseño de interfaz de esta pantalla, la propuesta estética apuntó a una jerarquización de la ruta que se determinó en base a los siguientes wireframes correspondientes a la vista general de las rutas (Fig. 69) y a la vista de la ruta con las misiones que de aquella se desglosan (Fig. 70).

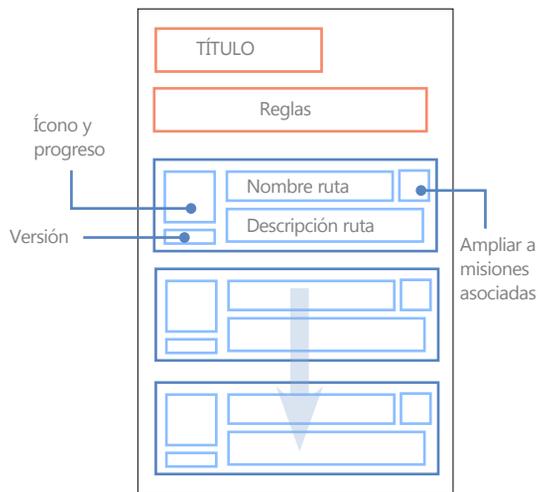


Figura 69.
Wireframe vista general de la ruta
Fuente: Elaboración propia

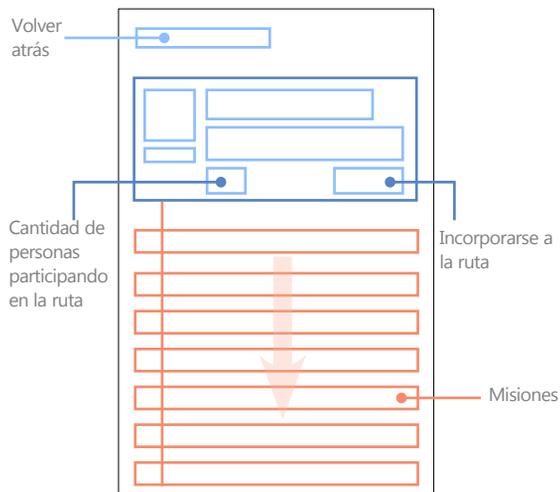


Figura 70.
Wireframe vista de la ruta y su desglose de misiones
Fuente: Elaboración propia

Se recurrió al recurso de círculos unidos por líneas para generar una relación entre las misiones y la ruta en tanto se alude a la estética de nodos y redes, asimismo se utilizaron elementos circulares para el marco de los íconos de cada ruta, rodeados por un elemento concéntrico que da cuenta del progreso de la ruta, de manera similar al elemento presente en el Progreso del Perfil personal. De esa manera se presenta una vista preliminar de la pantalla (Fig. 71).



Figura 71.
Mockup pantalla Rutas y misiones
Fuente: Elaboración propia

Al ingresar a una de las rutas, es posible observar el listado de misiones que incluye, además de un botón a través del cual el usuario puede sumarse a participar, en caso de sumarse a la ruta, la visualización de las misiones cambiará, recurriendo así al uso de tonos grises para indicar las misiones a las cuales no se puede acceder debido a que ya han sido ejecutadas y el color naranja para las que aún se encuentran disponibles y que pueden ser seleccionadas a través de un click para su ejecución (Fig. 72).

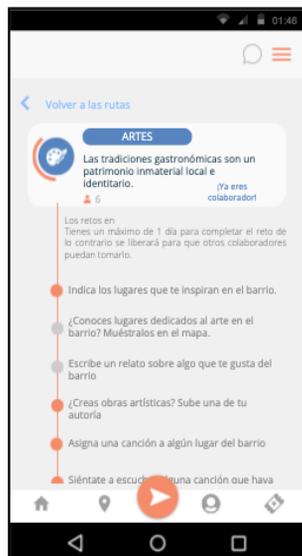
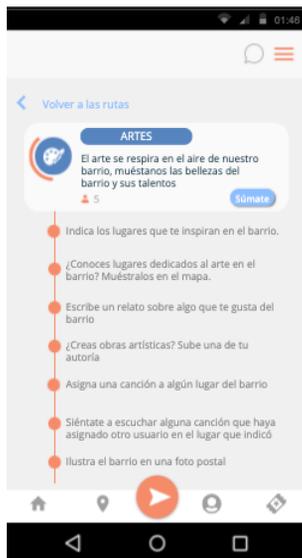
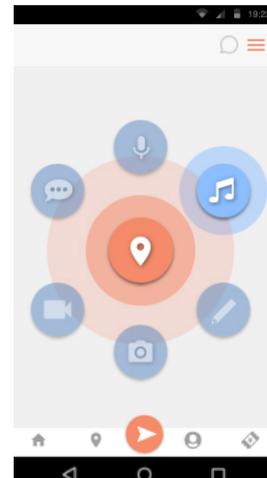


Figura 72.
Mockup ventana misiones y su estado
Fuente: Elaboración propia

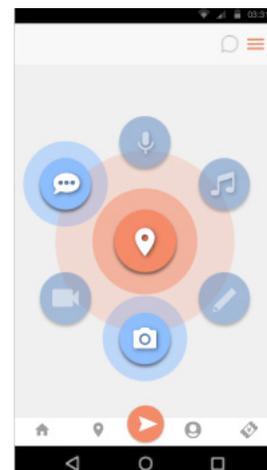
Al clickear sobre una de las misiones, la aplicación deriva al usuario a la ventana de Añadir contenido, donde la visualización de esta variará en torno a las funciones que se le hayan asignado a cada misión para su formato de respuesta. A modo de ejemplo se presentan los siguientes mockups (Fig. 73 y Fig. 74) que buscan ilustrar esa noción y que se detallan en la página siguiente.



Ruta de las Artes.

Asigna una canción a algún lugar del barrio.

Figura 73.
Activación de funciones caso 1
Fuente: Elaboración propia



Ruta Gastronómica.

Sube una foto sobre los lugares icónicos de comida en el barrio y comenta.

Figura 74.
Activación de funciones caso 2
Fuente: Elaboración propia

En el primer caso es posible observar la activación del ícono de música, a través del cual se puede agregar un archivo .mp3, en contraste del segundo caso, donde se activa la opción de cámara y de comentarios, por otra parte, se observa, en ambos casos, la activación del ícono de localización, haciendo alusión a una función que se mantiene permanentemente activada durante todas las misiones.

En cuanto a la estética de esta ventana, hace uso de elementos concéntricos e intersecciones a través de superposiciones de elementos translúcidos, buscando reflejar los puntos en común entre los elementos, además utiliza todos los colores de la paleta definida, algunos con cierto porcentaje de transparencia.

Las interacciones de esta ventana son variadas, pudiendo acceder a cajas de comentarios, cajas de trazados a mano alzada, cámara, micrófono y finalmente una derivación a la plataforma de Spotify para añadir formatos de música.

Canjes pendientes

Una de las bases de la propuesta consiste en la entrega de recompensas o beneficios, aquello consiste en un sistema, a través del cual el usuario final acumula puntaje mediante la ejecución de las misiones para posteriormente poder canjearlos en las organizaciones pertenecientes a la red. En ese sentido, se le otorgan distintos valores a cada misión dependiendo de su complejidad, por lo que el puntaje obtenido por cada misión varía, en síntesis, lo que el usuario final observa es la cantidad de puntaje que ha acumulado por la ejecución de distintas misiones. Al momento de alcanzar un rango determinado, por ejemplo, 100 puntos, se le desbloquean una serie de beneficios a los cuales puede acceder, en esa instancia el usuario final puede decidir si canjear los puntos por alguno de los beneficios, o por el contrario, ahorrarlos para conseguir mejores beneficios en el rango de los 200 puntos²³

Por otro lado, existen dos opciones para poder canjear los puntos, una es a través de un código QR (Fig. 75) que se presenta en la organización y la otra, consiste en un N° Identificador (Fig. 76) explicado en el mensaje de la (Fig. 77). Aquella opción está pensada en caso de querer obsequiar el canje o en caso de no poder utilizar el teléfono móvil para validarlo, sobretodo considerando a las personas de edad avanzada o infantes. De esa manera el usuario final indica el N° Identificador en la organización sin necesidad de sacar su teléfono, sin embargo cabe destacar que ambas opciones tienen validez sólo para un uso.

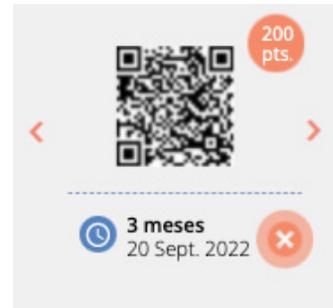


Figura 75.
Canje por código QR
Fuente: Elaboración propia

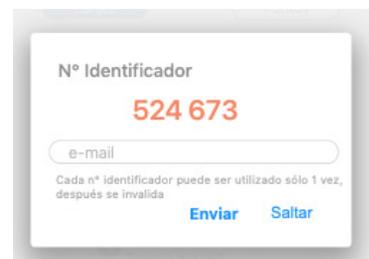


Figura 76.
Canje por N° Identificador
Fuente: Elaboración propia

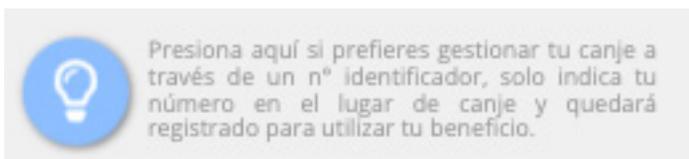


Figura 77.
Mensaje explicativo N° Identificador
Fuente: Elaboración propia

22. Este sistema y sus parámetros se detallan en la sesión de Proveedores.

A continuación se presenta la pantalla Canjes que ilustra por una parte, los códigos ya canjeados (Fig. 78) y por otra, los pendientes de canjear (Fig. 79) aquellos se diferencian por sus íconos y la información que detallan, en ese sentido, en el caso de los códigos ya canjeados, se muestra un ícono en color azul y la información del lugar y fecha donde se canjeó, por otra parte, en el caso del código pendiente, se muestra una equis en color naranja y la fecha de caducidad para canjear aquel beneficio.



Figura 78.
Beneficio canjeado
Fuente: Elaboración propia

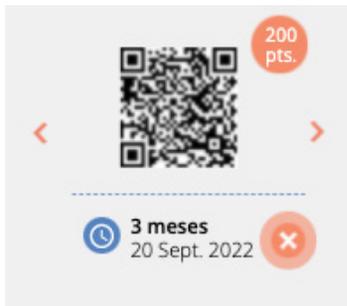


Figura 79.
Detalle de beneficio sin canjear
Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, la pestaña de Puntos ahorrados permite visualizar los puntos que lleva acumulado el usuario final y cuánto le falta para alcanzar el siguiente rango (Fig. 80), también permite observar los beneficios que puede canjear el usuario dependiendo de sus puntos ahorrados (Fig. 81) y finalmente muestra un mensaje con las especificaciones del canje (Fig. 82).



Figura 80.
Puntos acumulados
Fuente: Elaboración propia



Figura 81.
Beneficios disponibles
Fuente: Elaboración propia

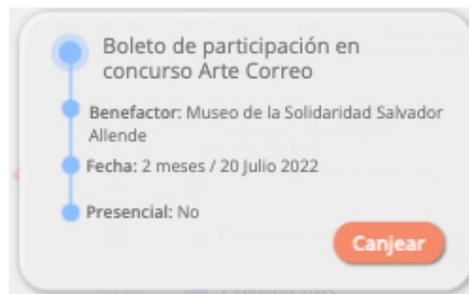


Figura 82.
Detalle beneficio
Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó en un inicio, algunas pantallas, ventanas y pestañas se desarrollaron en mayor profundidad, prescindiéndose de prototipar otras como las notificaciones, la ventana de Ayuda, Configuraciones y Sobre Nosotros, esto con motivo de dar prioridad a las que se diferencian de otras aplicaciones móviles, siendo las secciones no prototipadas, fácilmente desarrolladas en base a otras ya existentes.

Sin embargo cabe destacar que a pesar de desarrollarse en base a secciones ya existentes, se debe mantener una línea estética concordante con la aquí descrita, en ese sentido, los detalles y colores (Fig. 83) cobran especial relevancia y no pueden omitirse, definiendo así el carácter de la aplicación móvil.

En cuanto al contenido del menú desplegable (Fig. 84) que no se ha prototipado, se ha definido que debería contener, por una parte, en la ventana de **Ayuda**, tutoriales explicativos del uso de la aplicación en formato audiovisual, además debe contar con la posibilidad de enviar sugerencias; por otra parte, en la ventana de **Configuraciones**, se deberían implementar preferencias de tamaño de texto, de visibilización de notificaciones push y permisos de acceso a la cámara, micrófono y GPS indicando cuándo se desea que se soliciten dichos permisos. Finalmente, la ventana **Sobre Nosotros** debería incluir información sobre el proyecto, su historia, financiamiento y organizaciones asociadas, entre otras cosas.



Figura 83.
Detalle estética notificación
Fuente: Elaboración propia

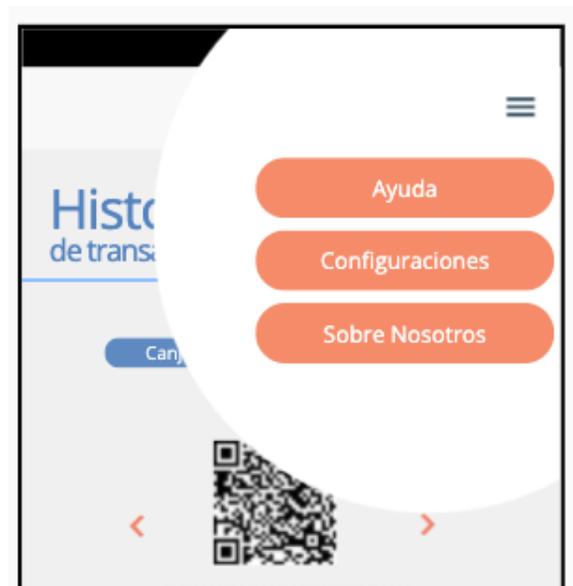


Figura 84.
Estética menú desplegable
Fuente: Elaboración propia

Sesión proveedor.

A continuación se describen las pantallas, ventanas y pestañas pertenecientes a la sesión de organizaciones, donde, para efectos de síntesis, sólo se incluyen las que difieren de las anteriormente presentadas en la sesión de usuario.

En general la estética que se presenta apunta a la sobriedad y organización a fin de evitar distracciones, por lo mismo se utiliza mayormente el color azul, como se puede apreciar en el menú inferior, que a diferencia del menú inferior del usuario final, este reemplaza el mapa por estadísticas, el botón central de Ir a rutas y misiones por uno de Registrar canje e incorpora un ícono de bandera que se relaciona a las rutas y misiones (Fig. 84).

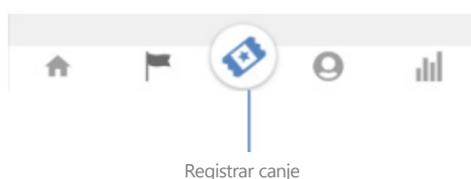


Figura 84.

Detalle botón central

Fuente: Elaboración propia.

Perfil personal

El perfil personal de las organizaciones asociadas a la red es bastante similar al perfil del usuario final, con la excepción de que este incluye una breve descripción de la organización y que el contenido que suben corresponde a los canjes que han proporcionado a distintos usuarios (Fig. 85).

Esto último se relaciona con la imposibilidad de las organizaciones de participar de las rutas y misiones, dicha restricción se basa en la necesidad de neutralidad de las organizaciones respecto al análisis de los contenidos, pudiendo alterar significativamente las conclusiones en caso de que agreguen contenido alusivo a su organización; por ejemplo, si una de las misiones de la ruta gastronómica solicita indicar el lugar de comida del barrio donde más les gusta ir a comer y el Restobar Casa Toesca sube contenido sobre su mismo local, afectaría el posterior análisis.

En base a la acotación anterior, se resuelve que la manera en que la organización sube contenido es a través de los códigos QR o números que se canjean, en ese sentido, cada vez que un usuario final canjee un código, la organización registrará el código QR o N° identificador y la aplicación lo derivará a un mensaje (Fig. 86) en el cual se le consulte al organizador si desea registrar el momento a través de una fotografía, si el usuario final accede, se captura la fotografía y esta se publica en el perfil de la organización.



Figura 85.

Perfil personal proveedor

Fuente: Elaboración propia.

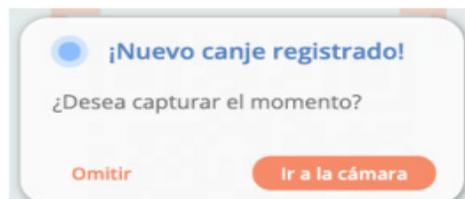


Figura 86.

Mensaje fotografía de canje

Fuente: Elaboración propia.

Historial de canjes

Para acceder a esta ventana se puede hacer desde el Perfil personal a través del botón Canjes, o desde la pantalla Registro de canje.

En la ventana básicamente se pueden observar los canjes por fecha (Fig. 87), al clickearlo se abre un detalle de la transacción que incluye los datos de formato en que se canjeó (QR o N° Identificador), el nombre del usuario que canjeó el beneficio, la hora en que se canjeó, y en la parte inferior hay un ícono de una cámara que se activa en caso de que se haya capturado el momento a través de una fotografía, en caso de existir fotografía, al clickear el ícono este deriva al detalle del canje presentado en la (Fig. 86). Por el contrario, si no se capturó la fotografía el ícono saldrá semitransparente (Fig. 88).

Registro de canje

En relación a la pantalla de Registro de canje, esta sigue una estética sobria y similar a la utilizada en otras aplicaciones móviles, donde se delimita, a través de líneas, el espacio en el cual se debe fijar el código QR para su lectura (Fig. 89), asimismo se dispone de una pestaña para el N° de identificación (Fig. 90)



Figura 89.
Detalle de pantalla Registro de canje
Fuente: Elaboración propia.



Figura 87.
Canje con fotografía
Fuente: Elaboración propia.



Figura 88.
Detalle de canje sin fotografía
Fuente: Elaboración propia.

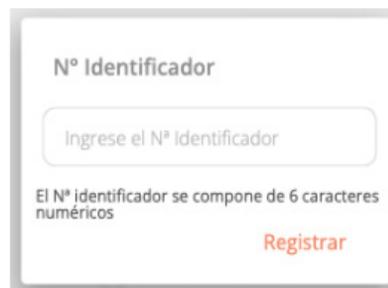


Figura 90.
Detalle de canje por N° Identificador
Fuente: Elaboración propia.

Rutas

En el caso de la sesión de proveedores, las rutas se muestran a través de otro tipo de visualización, de manera que les sea fácil acceder al tipo de ruta para poder editarla.

En ese sentido, inicialmente se planteó una organización del contenido a través de una cuadrícula de 2 columnas con bloques de ruta que tuvieran iconografías, sin embargo al realizar el wireframe (Fig. 91), se presentó la posibilidad de incorporar una tercera columna, permitiendo mostrar más contenido en el mismo espacio, de esa manera, se simplificó el bloque de cada ruta, ya no incorporando íconos, sino que sólo el nombre y la versión, sin embargo se añadió la barra de progreso y los botones de editar o eliminar dentro del mismo bloque, además de filtros de tipo de ruta y versión, un botón de agregar ruta y un botón para dirigirse a los beneficios inscritos, resultando el siguiente mockup (Fig. 92).



Figura 92.

Pantalla rutas con detalle agregar
Fuente: Elaboración propia

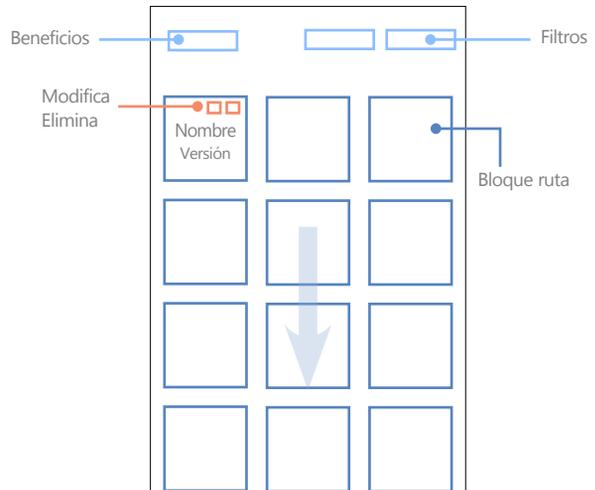


Figura 91.

Wireframe pantalla rutas
Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar que para la modificación o eliminación de una ruta, es necesario que su barra de progreso haya sido completada, en caso de ser una ruta aún en desarrollo, la aplicación no permitirá visualizar las opciones de modificar y eliminar.

Al editar una ruta, la ventana se muestra bastante similar al del usuario final, sin embargo se añaden los íconos de modificar, eliminar y agregar, además de que en vez de la descripción de la ruta, se presentarán los objetivos específicos definidos para esta (Fig. 93)



Figura 93.

Desglose ruta y edición
Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, al editar una misión se despliega otra ventana, en la cual se pueden observar todos los parámetros de la misión. Para abordar este aspecto con claridad primero es necesario explicar el sistema de puntaje de las misiones y rutas.

Puntaje de rutas y misiones

Anteriormente se mencionó que el usuario final acumulaba puntos por la ejecución de cada misión y que aquellos puntos variaban según la complejidad de esta.

Retomando esa noción, a lo largo del desarrollo de la propuesta se presentó una variable relevante y es que no todas las misiones tienen la misma complejidad, evidentemente el esfuerzo que se ejerce para sacar una foto no es el mismo que el necesario para escribir un poema o hacer un recorrido, en ese sentido se evidenció la necesidad de recompensar al usuario en relación a la dificultad de la misión que ejecuta.

Otro parámetro que se consideró para definir la complejidad, fue la cantidad de respuestas necesarias para cerrar la misión, en ocasiones se requerirá de pocas respuestas, sin embargo, cuando se necesita profundizar un tema, probablemente se necesitarán más a fin de obtener una panorámica del asunto.

Finalmente, el último parámetro se basó en la cantidad de formatos en que se debe añadir el contenido para completar la misión, en ese sentido, si la misión requiere tan solo de la utilización de la cámara, el puntaje que sume será menor a alguna misión que requiera usar la cámara y comentar, o escribir y añadir una canción.

Todos estos parámetros se ven reflejados en la ventana **Edición de parámetros misiones**, donde se incorpora el enunciado de la misión, el cual puede ser modificado sin afectar a la puntuación que suma dicha misión (Fig. 94).

Sin embargo, el cómo esto afecta a los beneficios que se le entregan al usuario, tiene relación con los rangos. En tanto se van sumando puntos se van alcanzando ciertos rangos (100, 200, 300 puntos sucesivamente) y aquellos rangos tienen beneficios asociados (Fig. 95), siendo los de más alto rango los "mejores" beneficios o para efectos prácticos, los que significan un mayor costo para la organización que los provee.

"Indica los lugares que te inspiran en el barrio."

- Introduce una nueva descripción de la misión
Máximo 100 caracteres...
- Indica el nivel de dificultad de la misión
- Indica la cantidad de respuestas necesarias para cerrar la misión
- Acciones habilitadas para la misión
[Musical note icon] [Video camera icon] [Microphone icon] [Camera icon] [Pencil icon]
- Puntaje que entrega la misión **73**

Aceptar

Figura 94.

Ventana edición parámetros misiones
Fuente: Elaboración propia

Es entonces, el costo, el criterio que define en qué rango se ubicará el beneficio, cabe mencionar, que el costo se encuentra ligado a parámetros como el recurso humano, el equipamiento, la logística e infraestructura necesarias, siendo todos estos indicadores que deben cuantificarse a modo de tener una noción del valor que le está costando a la organización disponer de aquel beneficio.



Figura 95.
Rangos y beneficios puntaje misiones
Fuente: Elaboración propia

Además, existe otra modalidad en la cual se obtienen beneficios, correspondiente al cierre de la ruta, en ese sentido, al completarse todas las misiones de una ruta, los usuarios que participaron de aquella reciben un beneficio individual el cual es el mismo para todos los participantes. El sistema de cómputo es similar ya que se compone de la suma de todos los puntajes de las misiones que la conforman. (Fig. 96)

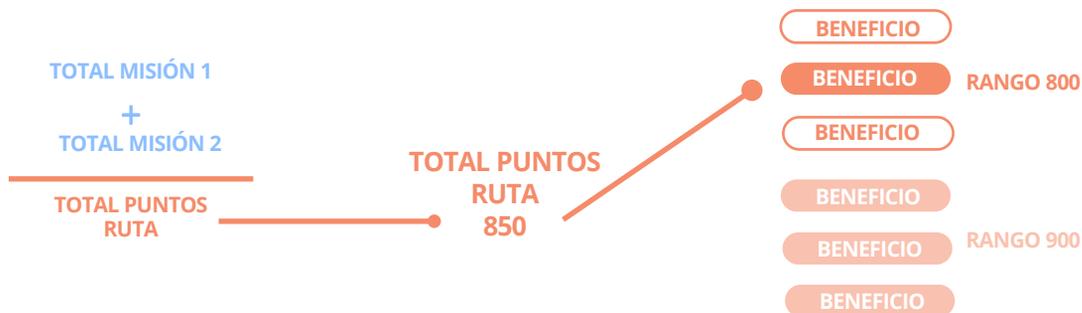


Figura 96.
Rangos y beneficios puntaje ruta
Fuente: Elaboración propia

En consecuencia, el proveedor al dirigirse al botón de Beneficios inscritos inserto en la pantalla de Rutas (Fig. 97), puede acceder a una ventana en la cual se muestran los beneficios que ha inscrito previamente, pudiendo modificarlos, asignarles rango, destino (puntaje del usuario o puntaje de ruta) y fecha de caducidad, así como también activarlos y desactivarlos, sin embargo en cuanto a esta última acción, se debe hacer una distinción, que se ilustra en el mockup de la siguiente página.



Figura 97.
Detalle botón beneficios
Fuente: Elaboración propia

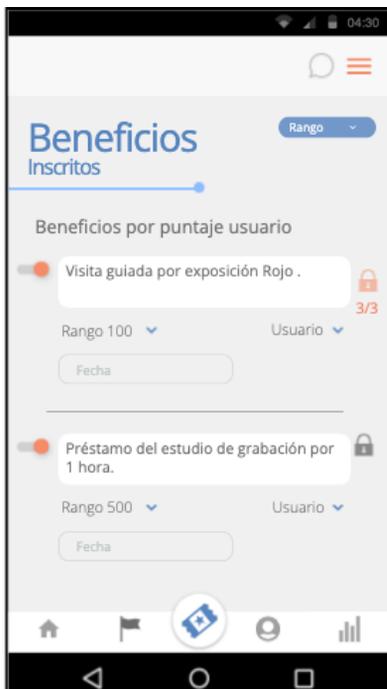


Figura 98.
Beneficio bloqueado 3/3
Fuente: Elaboración propia

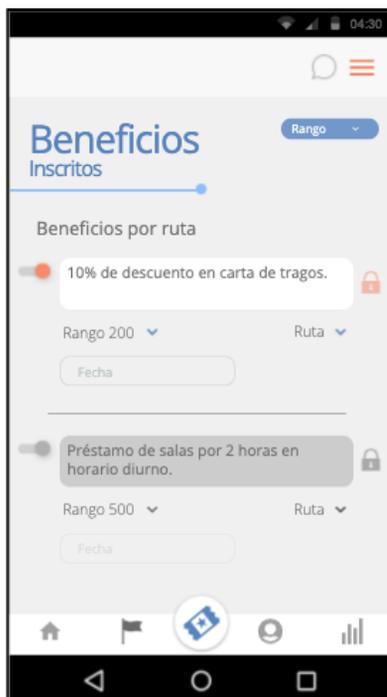


Figura 99.
Beneficio bloqueado por autoría
Fuente: Elaboración propia

Tanto los beneficios por ruta como los beneficios por puntaje de usuario se encuentran condicionados por dos factores, el primero, es la cantidad de beneficios disponibles por rango, en ese sentido se propone disponer de una base de tres beneficios por rango otorgados por la red de organizaciones, para que, en el caso de tener que modificar o desactivar un beneficio, se pueda contar con al menos tres beneficios a los que pueda optar el usuario en función de no perder ninguno.

Este condicionante se explica de manera gráfica en los beneficios por usuario, donde el primer beneficio indica que sólo hay 3/3 beneficios para ese rango, por lo que no puede ser modificado o desactivado, inhabilitándose las acciones a través de un candado (Fig. 98), en ese caso para poder editar o desactivar el beneficio se debe disponer de uno en su reemplazo para sumar 4/3.

El otro factor condicionante es el canje pendiente, en caso de que el proveedor haya dispuesto de un servicio y un usuario lo haya canjeado por un código o n°, el proveedor no puede modificar aquel beneficio, hasta pasada la fecha de caducidad. Este caso se grafica de manera similar, sin embargo sólo se muestra a través del candado y no del indicador 3/3.

En caso de tratarse de una situación de fuerza mayor, la red de organizaciones deberá disponer de otro beneficio para poder reemplazar el beneficio desactivado, a su vez deberán informar a la comunidad en función de que cambien el beneficio por el nuevo o ahorren sus puntos.

El primer condicionante (cantidad de beneficios disponibles por rango) evidencia otra necesidad, la de poder observar cuántos y cuáles beneficios hay por rango, por la misma razón se añade un filtro de rangos a fin de poder ordenarlos según esa categoría. Otro aspecto relevante en ese sentido, es la visualización de beneficios que ha agregado otra organización, en tal caso, el proveedor no podrá modificar aquellos beneficios que no haya inscrito a través de su perfil, mostrándose estos en color gris e inhabilitando las opciones de modificar o desactivar (Fig. 99).

Mapa estadístico

Uno de los aspectos más relevantes de la propuesta es el hecho de que las organizaciones pertenecientes a la red puedan acceder a información detallada sobre las rutas y misiones, en ese sentido, se plantea visibilizar esta información de manera similar a como se realiza en el perfil de usuario final, con la diferencia de que este mapa incluye la opción de revisar estadísticas, añadiendo un ícono con una pestaña desplegable hacia el lado para dicho propósito (Fig. 100 y Fig. 101).

La pestaña inicialmente indica la cantidad de personas que participaron realizando misiones en la ruta, luego, el tiempo total que los participantes tardaron en ejecutar las misiones para completar y cerrar la ruta, asimismo indica qué misión fue la primera en cerrarse y cuál fue la última; también refleja cuánto tiempo se demoró la primera persona en inscribirse a la ruta. Todos estos datos dan cuenta del comportamiento de la ruta, a partir de ello es posible inferir reflexiones en torno al interés de parte de los usuarios finales en torno a la temática de la ruta o a las misiones que allí se presentan; del mismo modo, es posible determinar las misiones o rutas que suponen un mayor obstáculo para ejecutarse.

Por otra parte, al final se presenta el detalle de las posibles coincidencias que se hayan encontrado a través del contenido publicado por los usuarios en torno a ciertas misiones, de esa manera, además de visualizarlo de manera gráfica (lo cual puede provocar omisiones involuntarias) se puede observar a través de este reporte, al igual que con las palabras que se han repetido.

Cabe destacar que, la complejidad de esta información, sobretodo en torno a las palabras, supone también un mayor nivel en la logística interna del sistema, además, otro aspecto a considerar es la necesidad de precisión para encontrar coincidencias, en ese sentido si la palabra se encuentra escrita de otra forma, o el GPS detecta la calle tan solo por cruzar a través de ella, podría influir negativamente en las conclusiones, por lo que se recomienda siempre incluir el factor humano en las instancias de análisis de los datos.

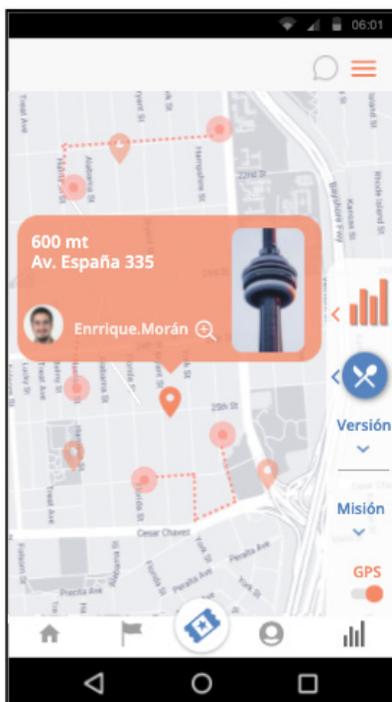


Figura 100.
Pantalla mapa estadístico
Fuente: Elaboración propia



Figura 101.
Pestaña estadísticas
Fuente: Elaboración propia

Al igual que en la sesión del usuario final, las notificaciones, no se prototiparon, la diferencia con la sesión del proveedor radica en que a esa pantalla se le incorpora una nueva función, la de denuncias.

Si bien aquella pantalla no se prototipó en cuanto a forma, si se diseñó su modo de funcionamiento. Como se ha indicado, los usuarios tienen la posibilidad de denunciar un contenido inapropiado, por medio del ícono presente en la pestaña de Novedades y en los contenidos y sus profundizaciones.

En vista de lo anterior y considerando que aún se trata de un servicio y una aplicación que recién se estaría gestando, se propone inicialmente, un sistema de autorregulación, a través del cual los usuarios puedan denunciar el contenido, abriéndose un ventana que indique el motivo, tal como lo hacen otras aplicaciones móviles. Sin embargo, a modo de reducir la carga a las organizaciones pertenecientes a la red, se propone generar un mecanismo en el cual, el usuario al recibir una primera denuncia, se le notifique tanto al denunciado, como a las organizaciones y se borre su contenido temporalmente hasta que las organizaciones resuelvan cómo proceder (bloquear al usuario, enviar una amonestación, eliminar el contenido definitivamente o volver a publicarlo) si la denuncia se repite en una tercera instancia, el usuario se bloquea automáticamente dejando a criterio de las organizaciones si reincorporarlo o no.

Sin perjuicio de lo anterior, se debe considerar que la escalabilidad del servicio podría suponer mayor complejidad logística, requiriéndose de trabajos remunerados para mantener la aplicación móvil y monitorear su correcto funcionamiento.

Otro apartado que no se desarrolló formalmente consiste en la pestaña Ayuda, la cual varía significativamente de la perteneciente a la sesión del usuario final.

En este caso, la pestaña ayuda debe facilitar a los proveedores, todos los elementos que guíen y favorezcan un buen y eficiente desarrollo del servicio, esto incluye tutoriales guía audiovisuales en torno al funcionamiento de la aplicación, promoviendo que la red se familiarice con la aplicación y sus funciones, además debe incluir guías de primeros pasos a seguir, aquellas no se enfocan en la aplicación misma, sino que en el

servicio, buscando guiar a los proveedores en los primeros hitos, tales como la difusión por redes sociales y primeros eventos colectivos, asimismo el hecho de sugerir ciertas páginas en torno a recursos gráficos podría serles de utilidad y por supuesto, abrir canales comunicacionales con las personas a cargo de la plataforma generará una gestión más eficiente.

Con la misma finalidad, se establece la necesidad de contar con un espacio de coordinación y organización entre las organizaciones, bajo esa premisa se plantea una pestaña también derivada del Menú desplegable, en el cual se pueda contar con un calendario de actividades y una lista de tareas pendientes (Fig. 102)

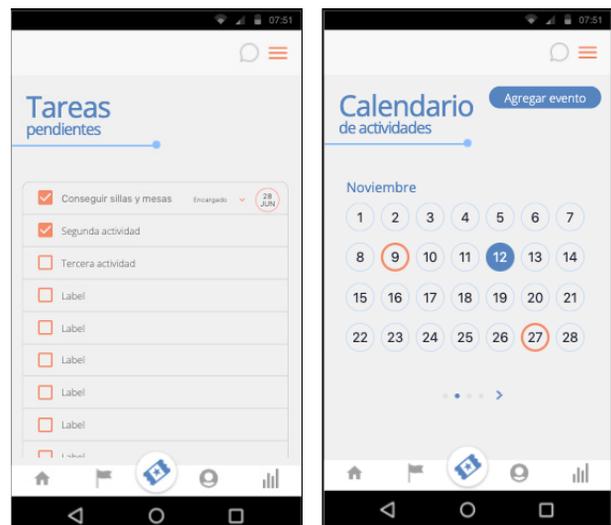


Figura 102.
Pestañas de coordinación
Fuente: Elaboración propia

● 2.8 LOGÍSTICA Y PRESUPUESTO

Ciertamente la dimensión económica es un aspecto fundamental a tener en cuenta para el desarrollo de la propuesta, ya que se posiciona como un factor determinante en la toma de decisiones sobretodo en relación a la posibilidad de implementar dicha propuesta y el cómo esta se implementa.

En vista de lo anterior, se considera relevante levantar un presupuesto del costo aproximado que tendría poner en marcha el proyecto, sin embargo para aquello es necesario determinar la logística involucrada en el desarrollo de la aplicación móvil, por ende este apartado se desglosa, inicialmente en la logística y de manera posterior en el detalle presupuestario.

LOGÍSTICA APP

Es necesario establecer que para el desarrollo de la aplicación, se requerirá de tres elementos clave, el primero es el servidor que corresponde a la nube o el espacio virtual donde se almacena la información, el segundo elemento es el diseño estético de la aplicación o diseño de interfaz del usuario (UI)²⁴ y por último el tercer elemento funciona como un puente entre aquellos dos, relacionando así la información proveniente del servidor con la interfaz gráfica.

Esta relación la establece a través de bases de dato que se encuentran contenidas en el servidor y que funcionan de manera similar al funcionamiento de Excell, a través de variables que se asocian a diferentes acciones, siendo el desarrollador del software quien se encarga de establecer esas relaciones y ponerlas en marcha.

Este proceso forma parte esencial en el desarrollo de la aplicación, ya que definirá que cada interacción que el usuario haga, se refleje en un resultado, por ello, a continuación se grafica la manera en que cada acción ejercida sobre una ventana, pestaña o pantalla, se refleja en otra, además se distinguen las acciones que ejecuta uno como usuario en su sesión (en color verde), y las acciones que ejecutan otros, pero repercuten en la sesión propia (en color amarillo). En ese sentido es necesario recalcar que en ocasiones, las interacciones se vincularán desde una base de datos hacia otra, por ejemplo, desde la base de datos del usuario final a la del proveedor, o viceversa.

Se presentan dos diagramas, el primero corresponde a la sesión de usuario final (Fig. 103) y el segundo a la de proveedor (Fig. 104) por otra parte, los colores que se utilizan reflejan, en concordancia con los esquemas de arquitectura de la información presentados previamente, qué elementos corresponden a pantallas, cuales a ventanas y cuáles a pestañas.

24. El diseño estético de la aplicación comúnmente es desarrollado por diseñadores con experiencia en diseño de interfaz del usuario (UI), sin embargo para efectos de este proyecto, el prototipo presentado anteriormente, sirve de referencia para un posterior desarrollo, por lo que no se considerará dentro de la logística.

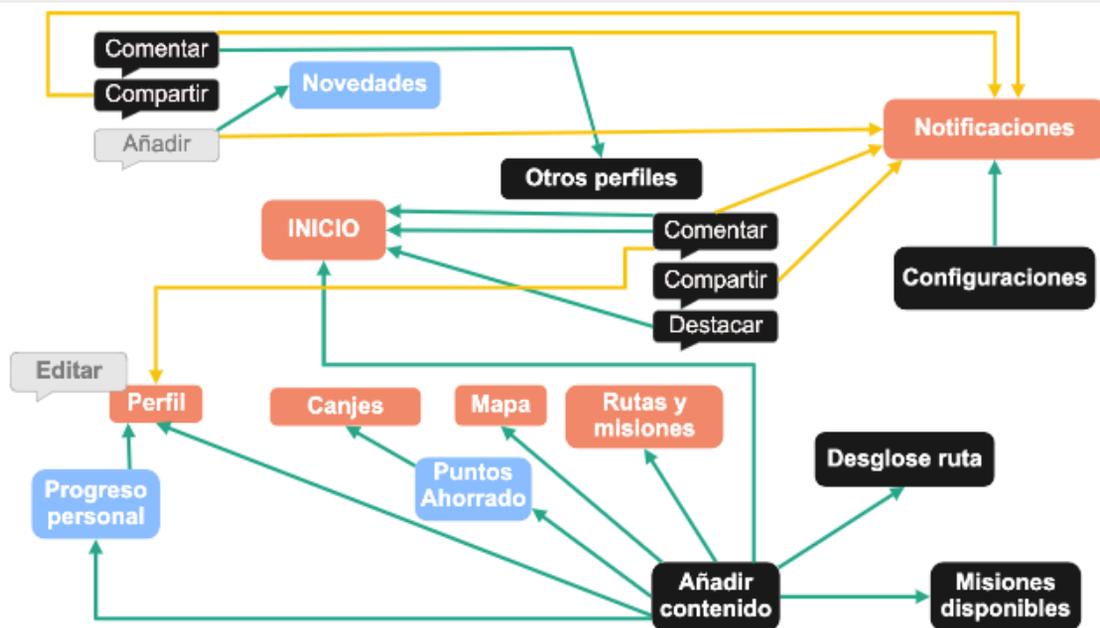


Figura 103.
 Diagrama interacciones usuario final
 Fuente: Elaboración propia

En el primer caso es posible observar que la pestaña Añadir contenido influye en la mayoría de los otros elementos, ya que aquello se refleja en el contenido de la página de inicio, en los puntos ahorrados, el progreso personal, entre otras cosas, a su vez es posible observar que las interacciones como comentar, añadir y destacar se reflejan en su correspondiente pantalla o ventana, por otro lado las funciones asociadas a interacción de otros usuarios se asocia principalmente a las notificaciones y al perfil personal.

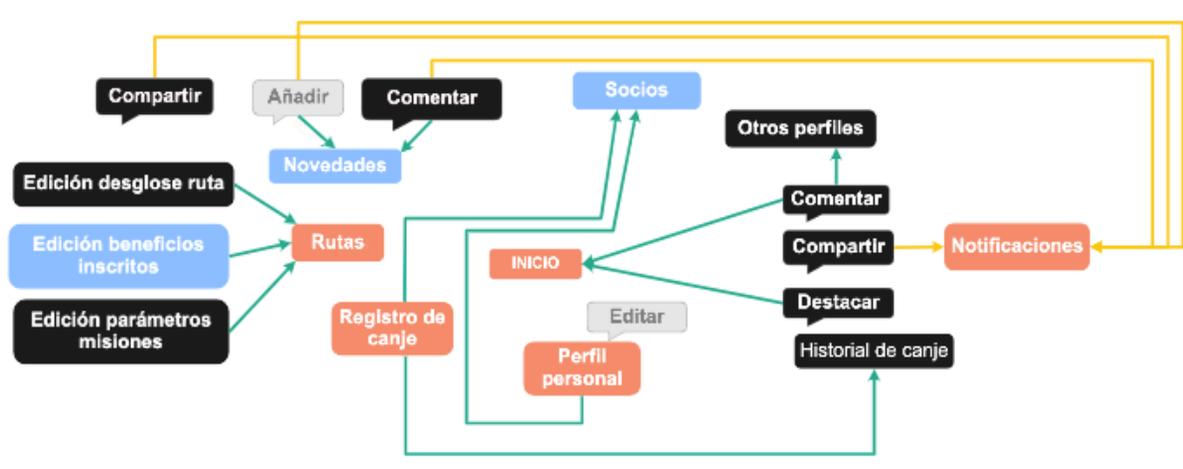


Figura 104.
 Diagrama interacciones proveedor
 Fuente: Elaboración propia

En el segundo caso ocurre de manera similar, es posible observar por ejemplo cómo se refleja la información editada sobre las rutas y misiones en torno a la pantalla de ruta, o cómo el registro se verá reflejado a través de la fotografía en el perfil personal y el historial de canje.

PRESUPUESTO

En base a lo revisado, se ha elaborado un presupuesto que considera por una parte, el desarrollo del software y por otra, costos asociados a la estructura digital necesaria como los servidores, además se incluyen costos relacionados a la publicación de la aplicación para su posterior descarga.

En cuanto al desarrollo del software no se logró tener una aproximación exacta del costo, sin embargo, se cotizó en tres plataformas online en las cuales se ingresan las variables y automáticamente se calcula el costo aproximado de desarrollo de la aplicación.

En ese sentido, las variables consideran si se trata de una aplicación nativa, es decir, para plataformas de android e IOS o por defecto sólo para un tipo, además se consulta sobre el nivel de complejidad de la interfaz, que para efectos de este presupuesto se escogió la versión más compleja, ya que considera bastantes interacciones, además de seleccionarse la tipología personalizada, se selecciona con opción de registro por redes sociales e email. Por otro lado se consulta sobre la creación de perfiles personales, panel de administración, tipo de idioma, a lo cual se escogió la opción bilingüe.

Los resultados arrojaron un presupuesto aproximado de entre 22 a 25 millones de pesos chilenos.

Por otra parte, en cuanto a los otros costos asociados, el costo de publicación en android es de 25 dólares como pago único y el de Apple de 99 dólares anual, el dominio, que correspondería a la dirección o el nombre en la web de la aplicación sería para .cl de \$9.950 pesos anual y .com \$13.499 pesos anual.

Para el servidor, es posible utilizar uno compartido con otros usuarios, donde el costo es significativamente menor a un servidor dedicado, que asciende a cerca de 2 millones de pesos chilenos anual versus \$1.150.000 de un servidor compartido.

En síntesis, el desarrollo de la aplicación móvil estaría tomando un valor de **entre \$23.181.743 pesos chilenos a \$26.249.801 pesos chilenos.**

OBJETIVO 3: Evaluar la eficacia del servicio diseñado.

El último objetivo de la investigación se encuentra relacionado al proceso de evaluación de la propuesta de valor, al respecto, es necesario situar dicha propuesta bajo la categoría de proyecto hipotético, lo cual implica, que existen dimensiones que no podrán ser evaluadas hasta obtener una aproximación más cercana al funcionamiento tal y como se proyecta a través de la propuesta presentada anteriormente.

Al respecto, para evaluar la propuesta adecuadamente se requiere de la participación activa tanto de los usuarios finales como de los usuarios internos (proveedores o red de organizaciones para este caso particular), sin embargo, aquella participación se ve condicionada por el nivel de concreción de la propuesta, es decir, las organizaciones probablemente no estarán dispuestas a invertir tiempo y esfuerzos en un proyecto que no cuenta con elementos concretos para mostrarles, ya sean elementos de carácter tangible o intangible. Al respecto, se establece la necesidad de contar con un proyecto piloto a fin de mostrar de manera concreta pero a la vez de bajo riesgo económico y técnico, el flujo de funcionamiento del servicio y sus cualidades fundamentales.

Profundizando esa noción, se considera necesario destacar que el prototipo presentado en el presente proyecto, no cuenta con las características necesarias para su evaluación de manera integral, ya que, principalmente se ha prototipado en base a su función estética, ahora bien, también se ha desarrollado hipotéticamente su función práctica, a través de la descripción de los aspectos operativos y técnicos, sin embargo, se requiere de un proceso de prototipado al nivel de maqueta, que incluso un prototipo navegable no logra equiparar, ya que, para el servicio propuesto se requiere también de funciones asociadas al teléfono móvil tales como activar la cámara o el micrófono para ejecutar una parte esencial del servicio.

Por tanto, es posible determinar que el prototipo desarrollado no puede ser evaluado a nivel de usabilidad, por ende no se puede evaluar su función práctica y el nivel de satisfacción que esta genera a los usuarios a menos que se desarrolle efectivamente la aplicación móvil.

Asimismo, el evaluar el servicio en cuanto a su función práctica de manera integral y no sólo en torno al punto de contacto prototipado, requeriría de la coordinación de las organizaciones pertenecientes a la red, por lo que, evaluarlo a través de una simulación sin la participación y coordinación de aquellas instituciones resultaría en una evaluación poco fidedigna.

Desde el ámbito de la función hedónica, la situación es similar, ya que para poder evaluar el servicio en torno a la percepción sensorial que evoca, es necesario que los usuarios hagan uso de este.

Por otra parte, la función simbólica si podría ser hipotéticamente evaluada, puesto que, como menciona Bürdek (2001) esta refleja, a través de la teoría comunicativa del producto, los contextos sociales, económicos y culturales del diseño, siendo signos de larga vida trascendiendo incluso de la variabilidad de la estética del producto y el styling. En ese sentido, se requiere evaluar el servicio en conformidad con los significados e interpretaciones que representa para los usuarios en torno a los aspectos que influyen en él socioculturalmente. Para aquello es necesario abordar esta función desde una perspectiva comunicacional, pudiendo evaluarse hipotéticamente a través de los signos que el servicio manifiesta.

Finalmente, la función estética se posiciona como la variable más factible de evaluar, ya que, como se mencionó en un inicio, el punto de contacto se prototipó principalmente respondiendo a esta dimensión.

Comprendiendo entonces, que el servicio no ha podido llegar al nivel de prototipado adecuado para evaluar las distintas funciones en torno a la disciplina del diseño, a continuación se propone una guía de ruta de los métodos que deberían aplicarse para la evaluación del servicio cuando se disponga de aquel proyecto piloto.

Asimismo, se presenta una propuesta en torno a cómo debería funcionar el plan piloto, para lograr evaluar de manera rápida y eficaz el servicio.

Se considera la implementación de un plan piloto que busque reflejar principalmente la dimensión práctica y hedónica del servicio que son las funciones establecidas como las con menores probabilidades de poder ser testeadas a partir del proyecto hipotético.

Para la ejecución del plan piloto es necesario considerar en todo momento los objetivos perseguidos durante el testeo, en ese sentido, se establece la necesidad, por parte de las funciones práctica y hedónica, de evaluar los siguientes procesos:

- Planificación y definición de tareas y objetivos comunes entre los proveedores.
- Inscripción de rutas, misiones y beneficios.
- Selección y ejecución de las misiones por parte de los usuarios finales.
- Análisis de la data obtenida a partir de la concreción de misiones.
- Planificación de acciones en base a la data.
- Canje de beneficios.

Se considera necesario no evaluar cada proceso a través de instancias específicas para cada función, sino más bien plantear instancias donde ambas funciones puedan ser evaluadas en su conjunto, de la misma manera, generar instancias en las cuales se puedan evaluar varios procesos.

En ese sentido, más que especificar planificaciones detalladas de cómo podría evaluarse cada proceso y función, este capítulo busca presentar mecanismos, metodologías y técnicas que podrían ser de utilidad para evaluar los distintos aspectos, enfocándose en seleccionar cuál de ellas es la más adecuada para cada proceso y parámetro a evaluar. Por otra parte, se pretenden definir parámetros que necesitan ser evaluados y preguntas que podrían guiar la discusión o respuestas, hacia una panorámica más clara en cuanto a la evaluación del servicio.

Bajo esta premisa, el plan piloto se conformará de instancias de evaluación en torno a un hito

principal que sería la simulación de todo el flujo del servicio pero aplicado a una pequeña escala, en ese sentido, se propone la ejecución de una actividad tipo focus group en la cual se seleccione a una muestra de entre 5 a 10 usuarios del barrio (habitantes o no) para que hagan uso de la aplicación en su calidad de usuarios finales, se considera necesario también la existencia de un mediador con profundo conocimiento del servicio que pueda guiar el proceso durante todo el transcurso, eventualmente se podría contar con un profesional en ciencias sociales que apoyara el proceso.

Para la ejecución de este hito, se plantea un trabajo previo que serviría como instancia de evaluación del pre-servicio, asociado a la planificación y definición de tareas y objetivos comunes entre los proveedores, profundizando esta noción, se define como requerimiento la realización de al menos 3 instancias previas a la ejecución del hito.

La primera instancia consistiría en una primera reunión entre los proveedores, para esto es necesario que se haya desarrollado un trabajo previo en torno a la conformación de la red, donde todas las organizaciones seleccionadas estén dispuestas a adentrarse en el proceso de testeo preliminar y hayan asignado a un representante para la participación de aquel proceso.

Esta primera instancia se enfocaría en el reconocimiento de cada una de las organizaciones, donde se expongan las motivaciones y objetivos de participar del proyecto en calidad de proveedores. Durante este proceso se evaluaría principalmente el nivel de comodidad que se refleja en los proveedores en torno a técnicas de observación etnográfica, definiendo tres etapas de evaluación, al inicio de la sesión, cercano a la mitad y al final. Durante una segunda instancia se les proporcionaría a los proveedores la guía de primeros pasos, instándolos a comenzar el proceso de familiarización con la aplicación móvil en un ejercicio conjunto.

Durante esta instancia se evaluaría el nivel de utilidad de esta guía, para ello, durante la sesión debería observarse y registrarse a) Si solicitan más información además de la que se les proporciona a través de la guía y b) Cuántos pasos siguieron tal cual lo indica la guía.

Por otro lado, al final de la sesión se deberían realizar preguntas a los proveedores, que puedan ser medibles por medio de una escala de diferencial semántico evaluando: poder de síntesis y claridad en la información de la guía. sumado a preguntas en torno a cómo los hizo sentir (agobiado, relajado, etc). Adicionalmente se incluirían preguntas abiertas en torno a qué le agregarían, modificarían o eliminarían.

La tercera instancia se trataría de una sesión más operativa y consistiría en la planificación y el desarrollo del material necesario para la ejecución del hito (simulación) en ese sentido, se fomentaría la utilización del Workspace de la aplicación para el planteamiento de tareas a ejecutar posteriormente a la instancia, por ejemplo, conseguir mesas y sillas. En ese sentido, se busca comparar en un mediano plazo la información que incluyen en la plataforma, versus las tareas que efectivamente cumplen, considerando utilización de funciones (fecha, encargado, casilla de check list) y cómo la información se contrasta con la acción real.

Por otra parte, se iniciaría un proceso de inscripción de beneficios, donde se escojan 3 rutas para la simulación y se dispongan al menos tres beneficios entre la red que puedan ser efectivamente canjeables por los usuarios finales. En esta etapa se evaluaría, también por medio de una escala de diferencial semántico, el nivel de complejidad para operar las funciones en la aplicación y la cualidad de intuitivo.

Para la ejecución del hito, como se mencionó anteriormente se definiría una muestra de entre 5 a 10 usuarios del barrio que tuvieran características demográficas diferentes, se les mostraría un breve video explicativo de la aplicación y el servicio, solo en torno a su rol y se les daría un tiempo de 1 hora para ejecutar las misiones, en ese sentido es necesario que los parámetros se definan a baja escala en este proceso a modo de poder evaluar rápidamente la concreción de misiones y su asignación de puntajes y beneficios.

Pasado el tiempo se les solicitaría a los usuarios que volvieran al punto de reunión y se les realizarían preguntas en base a esa simulación, iniciando un proceso de discusión guiado por un moderador que levante cuestionamientos en torno a funciones relacionadas a la complejidad de selección y ejecución de las misiones, las

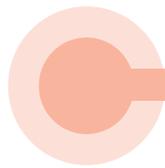
sensaciones que les provocó cada paso de selección y ejecución de aquellas, cómo se sintieron entorno al contexto del barrio ejecutándolas, el nivel de seguridad y confianza que les provocó sobretodo el uso permanente del GPS y la publicación de sus contenidos en una red social, entre otros aspectos que relacionan tanto las funciones prácticas como hedónicas. (este proceso debería ser registrado por video a fin de poder analizarlo en detalle posteriormente).

Finalmente, se debería esperar a que los usuarios canjeen sus beneficios por lo que se les daría un tiempo breve de dos semanas para ese cometido, a fin de poder evaluar aquel post-servicio prontamente, en relación a eso, se evaluaría inicialmente cuánta cantidad de gente canjeó el beneficio, luego de cuánto tiempo lo canjearon, qué sintieron al canjearlo a través del uso de la aplicación móvil y qué tan cercano se siente a la organización después de haber canjeado el beneficio, para aquello se dispondría de una encuesta de respuesta voluntaria en la aplicación que sea breve y que se le haga llegar al usuario de manera posterior al registro de canje.

Por otra parte, se evaluaría este mismo punto, desde la perspectiva del proveedor, en relación a cuán difícil se le hizo efectuar el registro, qué complejidades presentó, qué tan efectivo le pareció el modo operatorio del proceso de registro, qué tan significativa fue la interacción con el usuario final y qué tan cómodo se sintió solicitando el código y registrando la fotografía.

En un último proceso, se ejecutaría una última sesión con los proveedores, donde puedan analizar los datos obtenidos en base a la simulación y puedan evaluar qué tan significativa es la información para el levantamiento de iniciativas de participación ciudadana, en ese sentido se tendría que evaluar el nivel de complejidad de la información, qué tan difícil es analizar los datos, que tan cómodos se sienten al tener acceso a ese tipo de información y cuán favorable consideran tener acceso a esa información para los intereses personales de sus organizaciones, esta última pregunta busca determinar qué tan necesario es la existencia de un estatuto de derechos y deberes en torno al uso de los datos obtenidos, en ese sentido, también se les consultaría a las organizaciones cómo sentirían la solicitud de tal requerimiento.

4. CONCLUSIONES



CONCLUSIONES: POTENCIALIDADES, FALENCIAS Y PROYECCIONES DEL PROYECTO

En función de todo lo anteriormente expuesto, el presente capítulo busca establecer de manera sintética las potencialidades del servicio propuesto, además de identificar las falencias en función de una posterior iteración. Evaluando a su vez, la manera en que la propuesta responde a los pilares y requerimientos anteriormente establecidos y dando cuenta del nivel de cumplimiento de estos

Por consiguiente, a continuación se plantea el análisis de la propuesta a través de la perspectiva de los distintos pilares y requerimientos.²⁴

Compromiso con el contexto local

La presente propuesta por una parte fomenta la participación activa de los actores locales, entendiéndose estos inicialmente como los usuarios finales, en ese sentido el servicio propuesto promueve a través de la gamificación que los usuarios finales se involucren en el proceso de identificación e interpretación del patrimonio, dando espacio a perspectivas variadas y permitiendo que aquellos puedan encontrar puntos en común a través de sus contenidos y colaboren entre sí en función de cumplir un objetivo común, promoviendo de esa manera una percepción colectiva del barrio y buscando dejar atrás la percepción individualista fomentada por el modelo neoliberal

Asimismo la articulación entre actores se ve presente en la creación de la red de organizaciones (proveedores del servicio), la conformación de esta red puede otorgar beneficios variados, en tanto se conforma como una red de apoyo, en ese sentido, podría potenciarse la postulación a financiamientos de mayor envergadura al tratarse de una red de organizaciones y no de organizaciones que postulan de manera independiente, asimismo se podría ampliar el rango de cobertura, postulando así a financiamientos que apuntan a la vinculación y desarrollo territorial y no solo en torno a sus actividades específicas. Por otro lado, la conformación de esta red de apoyo podría serles útil a las organizaciones en situaciones de emergencia en tanto se puede facilitar la colaboración mutua. También se podrían potenciar campañas comunicacionales que se difundan desde las organizaciones y difundan actividades o servicios de las otras organizaciones.

Por otra parte, la articulación con organizaciones de diferentes rubros permite ampliar un abanico de nuevas posibilidades por explorar, generando alianzas innovadoras en torno a servicios y actividades complementarias o afines. Asimismo, la flexibilidad del servicio permite generar misiones en torno a la identificación del patrimonio inmaterial de manera similar al inventario participativo, entonces, al establecer misiones como, por ejemplo, "Indica si conoces organizaciones del barrio que se dediquen a hacer música" se puede acceder a una gama de actores que eventualmente

²⁴. Definidos en el capítulo 3 objetivo 2.

podrían relacionarse con organizaciones como el Restobar Casa Toesca para la implementación de conciertos en vivo dentro del local comercial situando en el centro a los productores locales y potenciando a su vez las cadenas cortas y locales de producción.

A diferencia de la articulación entre actores y la generación de alianzas, articulación de espacios, por otro lado no se ve presente en la propuesta.

Desde otra perspectiva, la propuesta da relevancia a las decisiones y opiniones de la comunidad ya que la colaboración de los usuarios finales al incorporar contenido respondiendo a las misiones definidas, podría asemejarse al concepto de consulta ciudadana dependiendo del enunciado que se proponga, por lo que mientras el usuario final está respondiendo a la misión, también está siendo partícipe de un levantamiento de información que podría ser relevante para futuras transformaciones territoriales, haciendo de aquella participación un proceso vinculante, asimismo el hecho de levantar iniciativas de participación ciudadana en función de la consulta sobre los pasos a seguir en torno a un fenómeno o circunstancia identificada a través del análisis de datos, se conforma en sí misma como una situación que da relevancia a la opinión de la comunidad local.

Ahora, en cuanto a Dar relevancia al valor que otorga la comunidad a su patrimonio, fomentando su observación de manera creativa y flexible este aspecto se ve reflejado a lo largo de todo el servicio y compone la idea principal de este. Por una parte, es innegable el valor que se desprende del proceso de identificación, interpretación y valoración del patrimonio a través de su observación, definiéndose como una herramienta que promueve un enfoque sostenible en tanto se concientiza sobre el estado del patrimonio, pudiendo incluso contrarrestarse el abandono y la degradación socioterritorial a través de la identificación de lugares de conflicto o con potencialidades, en ese sentido el servicio hace uso de las tecnologías digitales no para fomentar la tendencia hacia la inmersión virtual, sino que en busca de promover la observación de la realidad, permitiendo al usuario ser consciente de su estado.

Además, se promueven prácticas de observación a través de parámetros poco convencionales, apuntando a la gamificación y al uso de formatos

diversos y asemejando el proceso de registro de aquello al uso de las redes sociales, de esa manera se pretende que el usuario sea capaz de observar desde diversas perspectivas el patrimonio, a través de la implementación de prácticas contemporáneas de cara a la innovación, en línea con el pilar de Dinamismo. Asimismo, el hecho de que el usuario final cree una base de datos sobre el patrimonio territorial inconscientemente, refuerza las identidades locales.

Transparente y autocrítico

En cuanto a la priorización del desarrollo y el bienestar local frente al financiero, esta dimensión se encuentra estrechamente ligada con la transparencia, en tanto dependerá significativamente de lo que se establezca a través de la firma de un acuerdo donde se deben explicitar los deberes y derechos tanto con el patrimonio barrial, como con la información recopilada, enfatizando siempre en las nociones esenciales de proveer iniciativas y reflexiones en torno al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales, antes que en la oportunidad comercial que supone el manejo de dicha información.

No obstante, ambas no son excluyentes, si bien se debe priorizar el bienestar local, también las potencialidades que el servicio otorga son significantes y pueden ser utilizadas para las planificaciones estratégicas no solo en el ámbito comercial, sino también en cuanto a campañas de difusión de, por ejemplo, nuevas iniciativas locales. Aquello dice relación con un proceso de toma de decisiones más informada, lo cual puede extrapolarse incluso a asuntos de gobernanza que consideren la información que provee el servicio en torno a una temática en particular sobre el estado del territorio, o por otro lado, a decisiones que los mismos usuarios finales definan, por ejemplo, en torno a qué ruta elegir para andar en bicicleta. En ese sentido se enfatiza la necesidad de disponer de un documento claro en cuanto a la utilización de los datos recopilados por parte de las organizaciones que componen la red.

Por otra parte, como ya se mencionó previamente, el servicio debe ser capaz de autoevaluarse en torno a los aspectos culturales, medioambientales y económicos, para lo cual será de utilidad contar con actores que puedan facilitar su apoyo, por demás este proceso debe establecerse dentro del documento de derechos y deberes. Además de eso, el servicio se propone desde la circularidad de los procesos, siendo la iteración un elemento relevante, en el cual debe existir previamente un autoanálisis y redefinición de objetivos.

Dinámico

Este aspecto también resulta fundamental, en tanto beneficia significativamente a las organizaciones quienes al adentrarse en la lectura del contexto por medio de la información que les facilitan los usuarios finales, pueden incluso llegar a anticipar ciertas transformaciones futuras, y considerar aquellos cambios en el contexto para prever los efectos que traerán tanto a su funcionamiento interno como desde una perspectiva externa, pudiendo prepararse para aquellas e incrementar su nivel de adaptabilidad. Entonces, relacionar el patrimonio en cuanto a la temporalidad y el cambio le permite a las organizaciones adoptar una visión mucho más dinámica, donde a través de la recopilación de los pasados del patrimonio, es posible proyectar nuevos futuros en conjunto con la comunidad.

Por otra parte, en cuanto a los requerimientos que el servicio debe cumplir, se establece una directa relación con lo antes descrito, sin embargo a continuación se agregan algunas nociones que no fueron nombradas previamente y que se vinculan con los requerimientos.

vinculante: (que genere instancias y puntos de contacto que relacionen a las organizaciones asociadas espacial y virtualmente entre ellas y con la comunidad) Además de la conformación de la red, la aplicación móvil destina un apartado exclusivamente para las organizaciones asociadas al servicio, situándose implícitamente dentro de una clasificación de organizaciones con compromiso social, afianzando así el vínculo que establecen con la comunidad, lo cual se intensifica con el levantamiento de iniciativas de participación ciudadana y la entrega de beneficios, esta última enfatiza en la idea de establecer cadenas cortas y locales donde la relación entre el consumidor y el productor es estrecha.

Estratégico: (potenciando la oferta de las organizaciones asociadas), desde el hecho de otorgar beneficios esperando fidelizar a los usuarios finales, pasando por campañas difusivas entre las redes comunicacionales de cada organización incrementando así la cantidad de visualizaciones al compartir públicos, hasta la profundización de temáticas enfocadas en los servicios que las organizaciones ofrecen a través de la generación de misiones más específicas, este requerimiento se ve presente a lo largo de todo el servicio.

Replicable (sirviendo como una especie de guía que facilite los procesos sin involucrarse particularmente en cada contexto y organización) es debido a este requerimiento que el servicio se plantea con un funcionamiento semiautónomo regido por las guías de primeros pasos y los materiales de apoyo e inducción, ya que si bien se plantea en esta instancia como un proyecto en base a un caso de estudio, sus cualidades, las herramientas que entrega y su funcionamiento permiten que este proyecto sea escalable y replicable a incluso, organizaciones no museísticas que se emplacen en territorios diversos. En este sentido, la principal falencia que se identifica es la necesidad de generar un proceso de selección de actores a través de la matriz de priorización establecida previamente, la cual no ha podido ser testeada y además dentro de esta investigación no se ha podido resolver la manera en que podría evaluarse su eficacia.

autonomía (reducen al mínimo los esfuerzos de actualización y procesamiento de la información para priorizar la gestión) este requerimiento se cumple a través de la logística interna del software de la aplicación que distribuye y actualiza la información automáticamente, sumado a los procesamientos de datos que facilitan la identificación de puntos de interés.

colaborativo (permitiendo que las comunidades e individuos alimenten la base de datos incorporando aspectos cuantitativos y cualitativos) este aspecto ya se abordó en detalle en los pilares, sin embargo cabe destacar que el proyecto sigue una lógica basada en el modelo de crowdsourcing en tanto se aúnan esfuerzos de una gran cantidad de personas en torno a la resolución de una tarea, y por otro lado, se ve presenta la noción de crowdsensing en la medida que el usuario de

manera seminconsciente otorga información en cuanto al territorio a través de la función de geolocalización de su teléfono celular.

llamativo (logrando captar la atención tanto de las comunidades locales y la población flotante, como de otras organizaciones que podrían asociarse al servicio) este requerimiento no se desarrolló, sin embargo aquello dependerá sustancialmente de las campañas comunicacionales que se ejecuten al momento de implementar el servicio, en ese sentido, la sección proyecciones aborda esta dimensión más específicamente.

fragmentado (que esté presente en lo virtual y lo tangible, en las redes sociales y las sedes físicas asumiendo un rol ligado a la ubicuidad de la actualidad) la incorporación de este requerimiento se ve presente en la naturaleza de la interfaz que corresponde a una aplicación móvil y en la modalidad de ejecución de las misiones, donde el usuario debe enfrentarse físicamente al patrimonio, además de la instancia en donde recurre a la organización para canjear su beneficio.

Dinamismo (la interfaz debe poder ser ágil, sencilla e intuitiva y el servicio debe ser capaz de fomentar el desarrollo de las organizaciones asociadas a la red a partir de las retroalimentaciones de las comunidades) Si bien el desarrollo conceptual y estético de la aplicación móvil se basó en estos requerimientos, aquello no fue testeado a lo largo de la investigación, por lo que se desconoce si responde a aquel de manera conforme, pues, como se mencionó en el objetivo específico 3, se requiere del desarrollo del software para su evaluación íntegra. En cuanto al segundo punto, se establece como uno de los procesos relevantes en el servicio el análisis proyectivo en base a las retroalimentaciones de los usuarios finales.

Además se consideró necesario hacer alusión a dos aspectos positivos que genera el proyecto en beneficio de los usuarios pero que no calzan en las categorías antes descritas.

Por una parte, es la relevancia del levantamiento de acciones enfocadas en el rol social del museo, donde varios autores se refieren al contexto actual de pandemia y postpandemia, como un momento donde es crucial que los museos expliciten los aportes que generan al desarrollo de las comunidades locales y a su economía,

mostrándose además como actores relevantes a nivel territorial en función de resguardar su financiamiento y asegurar su continuidad. Por otra parte el hecho de que el servicio se proponga desde las tecnologías digitales pero no fomente el sedentarismo, sino que al contrario, promueva la caminabilidad y los recorridos pausados de observación, rompe con la lógica mercantilista del caminar apresurado generalizado en la ciudad.

Falencias

Por otra parte, también es posible reconocer ciertas falencias de la propuesta, en ese sentido, la brecha digital es una de las más relevantes en tanto se evidencia que la presente propuesta llega a una tipología de usuario en particular y no a la amplitud que se buscaba abordar, sin embargo, el levantamiento de iniciativas participativas podría paliar en alguna medida esta problemática. Asimismo, es necesario proyectar que posiblemente se requiera de ensayos de prueba y error en cuanto a la veracidad del análisis de los datos, ya sea por muestras muy pequeñas y por consecuencia poco representativas, o por otros motivos en relación a la complejidad de análisis de los formatos variados.

En otra dimensión, la privacidad se ha presentado como una dificultad constante en torno a la proyección del servicio, debido a la delicadeza de la información que se maneja, en ese sentido algunas soluciones han apuntado a las configuraciones de privacidad, donde se pueda elegir qué contenidos publicar con la visualización del perfil y cuáles de manera anónima, así como también la configuración de editar si la información que el usuario publica puede ser compartida en redes sociales por otro usuario. En cuanto a la utilización del GPS se ha resuelto el consultar a través de la aplicación móvil sobre el uso de geolocalización al inicio de misión, así como también que el usuario pueda definir un tiempo aproximado de ejecución de la misión y la aplicación le notifique cumplido el plazo en caso de que no haya dado por terminada aquella misión, en función de que, en caso de olvido, la app no siga monitoreando la ubicación del usuario al este no desactivarla.

GLOSARIO

D

DIBAM: Dirección de Bibliotecas, Archivos y museos.

I

ICOM: Consejo Internacional de Museos.

M

MDPP: Comité Permanente sobre la Definición de museo, Perspectivas y Posibilidades

MINOM: Movimiento Internacional para una Nueva Museología.

Museografía: Figura práctica o aplicada de la museología, es decir, el conjunto de técnicas desarrolladas para llevar a cabo las funciones museales y particularmente las que conciernen al acondicionamiento del museo, la conservación, la restauración, la seguridad y la exposición.

Museología: Ciencia social que estudia al museo, su historia y su rol en la sociedad; las formas específicas de investigación y de conservación física, de presentación, de animación, de difusión y de todo lo referente al funcionamiento de los espacios museales.

O

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

R

RMC: Registro de Museos de Chile.

S

SNM: Subdirección Nacional de Museos.

SNPC: Servicio Nacional del Patrimonio Cultural.

U

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

BIBLIOGRAFÍA

- Abeledo, R., Carrasco, S., Martínez, J. y Rausell, P. (2007). Cultura y territorio, una relación para el desarrollo. El marco de acción de la política cultural. En Agencia Española de Cooperación Internacional e Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, Universitat de València (Ed.), Cultura. Estrategia para el desarrollo local (pp. 56-72) Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas-AECI
- Acuña, C (2014) Museos comunitarios, territorio e identidad. [Tesis de maestría en Museología y Gestión del Patrimonio, Universidad Nacional de Colombia-Sede Bogotá]. Repositorio institucional - Universidad Nacional de Colombia.
- Albert, C y Kölher, T (2020) Yo me organizo en la plaza: las cientos de asambleas que surgieron tras el estallido social. CIPER Chile.
- Barenblit, F.(2020) Los museos se reinventan: adiós a las grandes exposiciones/Entrevistado por: Fernando
- Becerra, A (2019) Museo de la Democracia: entre el “capricho” del Gobierno y el rechazo ciudadano.
- Boyco, P., Delamaza, G., Letelier, F., Saravia, F., Saravia, P. y Tapia, V. (2019) Recuperar lo vecinal como fuente de cambio social. Territorios vecinales. Diario Uchile.
- Biskupovic, I, Comunicación personal, 23 Septiembre 2020
- Castells, M. (2020). Internet y la sociedad red.
- Cañizares, M. (2010) Patrimonio minero y territorio en la borgoña francesa. El “museo de la mina” de blanzky. De Re Metallica, 14, 13-22. ISSN 1577-9033
- Ceballos, A (2019) El recorte del presupuesto cultural, ¿una estrategia ideológica?. El Mostrador
- Contrucci, P. (2020) Cambios en la legislación urbana y casos recientes [Ponencia principal]. Taller de legislación aplicada Arquitectura, Universidad de Chile.
- Corsane, G. (2006). Using ecomuseum indicators to evaluate the Robben Island Museum and World Heritage Site. Landscape Research, 31 (4). doi:https://doi.org/10.1080/01426390601004400
- Chagas, M. (2020) 2do diálogo: ¿cómo los museos de arte ejercen la solidaridad?/ Entrevistado por: Soledad García. Debate y Pensamiento, Museo de la Solidaridad Salvador Allende (MSSA), Santiago, Chile.

BIBLIOGRAFÍA

- De la Barrera, F. (2020). Localising urban sustainability indicators: The cedeus indicator set, and lessons from an expert-driven process. *Cities*.
- De Varine, H (1984) do Chile -1972 - La museología se encuentra con el mundo moderno. En Nascimento, J., Trampe, A. y Assunção, P. Mesa Redonda de Santiago de Chile 1972 (Vol. 1, pp. 96-98). Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) y Programa Ibermuseos.
- De Varine, H. (2003). Tomorrow`s Community Museums. Conferencia Consejo de Europa
- Diaz de la fuente, S (2019) La cultura despertó y hay que levantarla/Entrevistada por: Catalina Evans. *Arte Al Límite*.
- De Vicente, J. (2017). La ciudad mutante. TEDx Talks.
- Donoso. (2018). Metodología de la Investigación
- Fernández, G y Guzmán, A. (2013). Notas teóricas sobre los ecomuseos. *Revista Digital Nueva Museología*.
- Fernández, G. (2020). Oportunidades para los museos en la era post COVID-19. Servicio de Información y Noticias Científicas (SINC).
- Ferreras, R. (2020). "Si los museos acompañan a la gente durante este aislamiento, se llenarán más que antes"/Entrevistado por: Hector Llanos. *Encuentros Remotos, El País*.
- Figueroa, Mollenhauer, Rico, Salvatierra y Wuth (2017). *Creando valor a través del diseño de servicios*. Escuela de diseño Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile.
- Garcia, J. (2018). Características de las gráficas digitales y multimedia de la propaganda del candidato Manuel Velarde durante las elecciones municipales 2018".
- García Saavedra, S. (2019). Casa de experimentos: preguntas y transformaciones recientes del Museo de la Solidaridad Salvador Allende y su integración a la comunidad del Barrio República.
- González, R (2020). Psicólogo UC Roberto González: "Catástrofes como esta pueden crear oportunidades para reconstruir el tejido social"/Entrevistado por: Andrea Fuentes. *Noticias, Pontificia Universidad Católica de Chile*.

BIBLIOGRAFÍA

- Griffin, T. (2020) 'Este es el mayor desafío al que nos hemos enfrentado desde la guerra': cómo la crisis del coronavirus está exponiendo la precaria posición de los museos en todo el mundo/Entrevistado por: Julia Halperin y Javier Pes. Mundo del arte, Artnet News.
- Gumucio, C (2019). Entre diálogos y contención: El rol de los museos frente al estallido social/Entrevistado por: Daniela Silva. Diario El Mercurio.
- Gutman, M. (2020).) Coronavirus: readaptación, el gigantesco desafío para las urbes en la erapospandemia/Entrevistada por: María Castillo. Diario La Nación.
- Hubert, F. (1985). Los ecomuseos de Francia: contradicciones y extravíos. Museum, 37, 186-190
- ICOM. (2020). Informe de seguimiento ICOM: museos, profesionales de los museos y covid-19.
- ICOM. (2020b). Recomendaciones ante el brote de Covid -19.
- Ibermuseos. (2018). Guia becas Ibermuseos de Capacitacion.
- Iconoclasistas. (2014). Manual deMapeo.
- Iconoclasistas. (2015). Manual de mapeo colectivo.
- Kellner, E. (24 de Junio de 2020).Webinar del ICOM: Preparándose para la reapertura de los museos.
- Lacouture, F. (1985). La nueva museología. Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, Universidad Nacional Autónoma de México, 3, 5-10.
- Lillo, M. (2019). Barrios: La demanda por democracia directa que surgió en el Santiago rebelde/Entrevistada por: Nicolás Massai, Francisco Velásquez y Pedro Ramírez. Interferencia.
- López-Fanjul, M. (2020). Cómo reabrir un museo sin ingresos de taquilla/ Entrevistada por: Peio Riaño. Crisis del Coronavirus, El País, Madrid.
- Lubowsky, S. (2020). Museums must adopt new models to respond to the Covid-19 pandemic. The Art Newspaper.
- Martínez, J. (2020) El Museo del Louvre reabre sus puertas con restricciones y una capacidad limitada/Entrevistado por: Alexandra Ruiz. Cultura, France 24.

BIBLIOGRAFÍA

- Martínez y Navajas, O. (2015). Agenda ecomuseos 2016 “manifiestoestratégico”de los écomuseos.
- Martínez, J. y Vázquez, C. (2008). Paisaje cultural y desarrollo socioeconómico en un área desfavorecida: consideraciones éticas y estratégicas para un proyecto de musealización en el valle del río Cabriel. Scripta Nova, 12, 86. ISSN 1138-9788
- Melo, J. (2020). Diálogo: ¿cómo los museos de arte ejercen la solidaridad?/ Entrevistada por: Soledad García. Debate y Pensamiento, Museo de la Solidaridad Salvador Allende (MSSA), Santiago, Chile.
- Méndez, R. (2008). Mapa situacional de los museos comunitarios de México 2008.
- Meritt, E. (2020). Trendswatch 2020: Q&A with Elizabeth Merritt on addressing financial sustainability. Attraction Management.
- Morales, J (1998) La interpretación del patrimonio natural y cultural: todo un camino por recorrer.
- Morales, T. (2019). Museos comunitarios: Contando una historia, construyendo un futuro. En K. Brown, P. Davis y L. Raposo (Eds.), Sobre museos comunitarios y sostenibles (pp.38-53): EULAC Museums.
- Muñoz, E (2019). Estallido social en Chile: las causas de un problema sistémico. El Heraldo.
- Narea, B. R. G. (2018). Diseño de Interfaz grafica de una aplicacion movil para el impulso de eventos de la ciudad. de Cuenca.
- Navajas, O. (2008). Ecomuseos y Ecomuseologia en España.
- Navajas, O. (2013). Una “nueva” museología: Deconstruyendo el museo. Revista Digital Nueva Museología
- Navajas, O. (2013). Características de los Ecomuseos. En P. Ceci, F. Veneroso y C. Fernández (Eds.),
- Plan de exhibición · Parque Criollo y Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes (pp. 33): Exhibir Observatorio, S. (2017). Datos Sociodemograficos Barrios de Santiago.
- Olivares, B (2020) Entrevista a Bárbara Olivares, psicóloga comunitaria/ Entrevistada por: Sebastián Barrientos, y Victoria Pérez. Radio Encerra2.

BIBLIOGRAFÍA

- Ortíz, D. (2011). Museos, territorio y patrimonio in situ: trabajo de campo en el Centro de Visitantes Schuk Toak y el Ecomuseo Tehuelibampo, Sonora. Intervención, 2. ISSN 2007-249X
- Real Academia Española. (2005). Diccionario panhispánico de dudas.
- Sabaté, J. (2004). Paisajes culturales. El patrimonio como recurso básico para un nuevo modelo de desarrollo. Urban, 9. ISSN 1138-0810
- Segura, N. (2016). Marketing del color: ¿Cómo Influyen El Color Del Logotipo En La Personalidad De Una Marca? Universidad de Chile
- Silva, E (2018) Presidenta de los Actores Esperanza Silva a Cambio21 y fuerte rebaja al presupuesto cultural por parte del Gobierno de Piñera: : “Pareciera ser una vendetta por la salida del ministro express”/Entrevistada por: María Prudent. Cambio 21.
- Subdirección Nacional de Museos (2018).Política Nacional de Museos: Mejores museos para un Chile mejor. Recuperado el 24 de Julio de 2020 de
- Tallant, S. (2020). Notes from the lockdown: Making a situated museum in Queens. The Art Newspaper.
- Tower, S. (2021). Top apps worldwide for July 2021 by Downloads. Sensor Tower Blog. <https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-july-2021-by-downloads>
- Travkina, E.(24 de Junio de 2020). Webinar de ICOM y OECD: impacto, innovaciones y planificación post-crisis.
- UNESCO. (2020). Unesco debate sobre turismo, patrimonio y deporte en pandemia.
- Valdéz, C. (2020). Columna de la Ministra de las Culturas: Museos post covid: desafíos para el siglo XXI. ICOM Chile. Recuperado de <https://icomchile.org/2020/06/24/columna-de-la-ministra-de-las-culturas-museos-post-covid-desafios-para-el-siglo-xxi/>
- Zapata, S. (2014). Aproximación teórica hacia el patrimonio natural desde la museología: El ecomuseo como elemento de análisis en el contexto mexicano. [Tesis, Escuela nacional de conservación, restauración y museografía “Manuel del Castillo Negrete”, México, D.F.]. Repositorio Institucional - Instituto Nacional de Antropología e Historia.

ANEXOS

¿Actualmente qué relación mantiene el Banco de Tiempo con el barrio? y ¿Qué relación les gustaría mantener con el barrio?

Una de las ideas del banco del tiempo es que los vecinos puedan interactuar entre sí con una lógica que no necesariamente es mercantilista, no con plata sino que es como ayudas en cierto modo, servicios que se dan en una hora, y es una manera de hacer que se generen otros vínculos entre los vecinos, que el banco del tiempo de República igual está hecho para los vecinos, o sea si tú vives, trabajas o estás relacionado. Eso, que se genere otro tipo de relación donde todos los vecinos y todo lo que hacen los vecinos valga lo mismo, o sea si yo te entrego un servicio que vale una hora no importa si es de medicina o de costura, cualquier cosa vale lo mismo, nuestro tiempo como personas vale lo mismo y eso es cómo lo primero que intenta el banco, relacionar a las personas de una manera que sea pareja, generar vínculo entre vecinos, que se conozcan, qué formen lazos por medio de los servicios. Eso como primero, y hacia el futuro igual estamos mirando también ayudar por ejemplo a las organizaciones, la otra vez también conversamos de qué queríamos ver una manera en que las organizaciones pudieran contar con voluntarios a través del banco del tiempo, que las organizaciones puedan poner a disposición cierto trabajo voluntario, entonces que los vecinos se puedan inscribir a ese trabajo voluntario pero a la vez reciban una retribución, es como algo que estamos buscando la manera de hacerlo, de hecho ya estamos haciendo algunas pruebas y principalmente nos interesa que se puedan vincular entre vecinos, generar lazos y relaciones.

A través de en el fondo este intercambio de servicios

Claro, a través del intercambio de servicio entre persona a persona y ahora también como organizaciones, por ejemplo estamos viendo, no sé, en el mismo banco del tiempo, el servicio de administración cómo los remuneramos a través de republicanas, ofrecemos ahora por ejemplo al comedor que lo están revisando para que publiciten a través del banco del tiempo los voluntarios que puedan ir a ayudar al comedor y de esa manera, no es cierta publicidad, sino que es una manera de llevar el registro de esa cantidad de tiempo que están y también una manera de retribuir.

En relación a Cómo funciona el banco del tiempo a través de su historia que por lo que entiendo bastante breve.

Un año, el 18 de julio lo lanzamos, julio del año pasado.

Y cómo visualizas tú que ha funcionado este intercambio de servicios? ¿Han percibido alguna variación? ¿cuál ha sido la tendencia, la reacción de los usuarios? Cuéntame un poco

Claro, al principio fue mucho más empinada la curva, en el fondo empezaron a inscribirse los vecinos, fue mucho mayor y después ha estado más o menos estable como que siempre se mantiene, se van inscribiendo, una semana se inscriben 2, otra semana ninguno, después

ENTREVISTA A TATIANA ALICERA

Miembro del grupo motor del Banco de Tiempo de Barrio República, vecina del barrio desde hace XX años y con una experiencia de ?? años en trabajo patrimonial, comunitario y con enfoque en el espacio público y transporte a escala humana?

de nuevo todos y hasta el día de hoy todavía tenemos alguna transacción o alguna... pero ahora no hemos estado haciendo mucho más porque tenemos algunas cositas que encontramos que son importantes, por ejemplo tener notificaciones en el celular cuando te piden el servicio, hay algunas cosas que nos damos cuenta que están interrumpiendo la comunicación, entonces estamos trabajando ahora con alguien de Cityapps para que corrijan eso y después de eso queremos volver a darle más boom.

Están corrigiendo algunas cosas para después lanzar una aplicación, entiendo ¿no?

Queríamos hacerlo ahora para el año, el 18 de julio, pero no está listo todavía, así que estamos esperando, por eso quizás estamos un poco más tranquilos, no haciendo muchas actividades en las redes, pero a pesar de eso se mueve un poquito, pero se mueve y en general en todo el año que estuvimos, hubo uno al principio en el que la página la hackearon, más o menos a los dos meses de que habíamos partido y ahí se generaron todas las copias y todos los protocolos de nuevo y tuvimos que lanzar la página de nuevo y partir de cero y bueno, después de eso no habido ningún otro incidente ni entre vecinos, funciona bien tranqui podríamos decir.

Y por ejemplo, ¿ustedes han visto que haya habido algún servicio o una tipología de servicio que se ofrezca más o que se solicite más? ¿Han hecho algún estudio de esto aunque sea breve o algo que pudieran ver a simple vista?

Yo diría que tenemos algunas cosas porque el año pasado nos estaba ayudando, siempre nos apoya la UDP, la escuela de psicología de la UDP y tiene con nosotros un estudiante en práctica que nos ayuda haciendo algunas cosas, entonces, por ejemplo, la chica que anterior que estuvo haciendo con nosotros la práctica había hecho como un estudio, también había hecho investigación de qué servicios querían los vecinos más, qué requerían los usuarios, pero no tengo los datos aquí.

Pero ¿se los han facilitado o no cuentan con esta información ustedes?

No, debe estar en alguna parte pero no la tengo muy a la mano, pero me suena o sea yo sé que lo que tiene más éxito, por ejemplo, son los servicios de curso de inglés, tarot, masajes, pan de masa madre, esos son como los top, cortes de pelo también.

¿Me has contado que se han relacionado con la UDP, Cityapps, que creo que es de la USACH ¿o no?

Cityapps es el centro tecnológico para las organizaciones sociales, no me acuerdo exactamente qué significa la sigla pero ellos son los que crearon esta plataforma del banco del tiempo y la ponen a disposición de grupos de vecinos, en este caso de la asamblea del barrio República, pero también estaba por ejemplo en Peñalolén, fueron los primeros que lo usaron y después de nosotros estaban instalando en San Miguel o en la PAC.

En el fondo ellos facilitan la tecnología, la plataforma digital para quienes levantan la iniciativa ¿Y ustedes lo solicitaron o ellos lo ofrecieron?

Claro, ellos desarrollaron esta plataforma y la trabajaban en Peñalolén hace tiempo y nosotros tuvimos acceso a ellos porque la Ina que estaba en la asamblea trabajaba en Cityapps, entonces ella conocía de esto, nosotros no conocíamos del banco del tiempo, yo había escuchado de proyectos así en España, entonces me acuerdo que en una asamblea la Ina dijo que existía esta posibilidad, se hizo una reunión y se metieron todos los interesados, entonces habiendo un grupo de personas que se van a hacer cargo de la plataforma, Cityapps la pone a disposición y hace la personalización de la plataforma, porque se llama plataforma del barrio República, tiene algunas características que nosotros definimos, algunas maneras de cómo vamos funcionando nosotros como grupo y nosotros vamos a seguir administrando y Cityapps igual nos trae el soporte de desarrollo, si hay cosa que nosotros queremos modificar o si tenemos algún error o problema son ellos quienes nos ayudan con eso, de hecho estamos buscando desarrolladores del barrio.

Aparte de la USACH y la UDP ¿se han relacionado con otras organizaciones del barrio recientemente?

Sí, ahora le ofrecimos al comedor Margarita Ancacoy si estaban interesados en poner sus servicios de manera de poner a disposición de ellos republicanas para que entregarán y retribuyan así a sus voluntarios y también hacer el registro de los voluntarios, con Troquiñ también lo hablamos pero no lo hemos terminado de cerrar.

¿Y con la junta de vecinos también tuvieron relación en algún momento?

Particularmente en algo no, no recuerdo.

¿Con qué organizaciones crees tú que les gustaría vincularse más a futuro?

Por ejemplo con la Universidad de Los Lagos también habíamos pensado hacer algún tipo de servicio, hablé con Felipe y habían algunos servicios que para ellos sería interesante poner a disposición de los vecinos y poder hacerlo a través de esta página del banco, pero sí, ojalá con todas las organizaciones del barrio, por eso de hecho estamos pidiendo a Cityapps un usuario organizacional, porque hasta el momento son usuarios como personas nomás, como vecinos, y a lo mejor con este usuario organización podemos hacer estos vínculos.

Anteriormente me comentaste que ya habían hecho una feria en la plaza Manuel Rodríguez del banco de tiempo, me gustaría que me pudieras comentar un poco más acerca de esa experiencia y sobre cómo la percibieron

Sí, en esa fecha tuvimos distintos stands, uno era tener el computador, por ejemplo para ir mostrando cómo se entraba, había alguien con micrófono y explicamos y mostramos más o menos cómo se veía la página y pusimos también unos carteles con todos los servicios que se ofrecían y unas páginas en blanco para que pusieran lo que buscaban, estos servicios que pusimos tuvieron hartos movimientos, llegaba la gente y decía ¿de qué se trata? ¡que interesante!, les parecía súper interesante la posibilidad de acceder a servicios a través de republicanas, bueno queríamos repetirla ahora para el relanzamiento pero no estamos listos.

¿Han pensado en qué sector del barrio les gustaría utilizar para repetir esta feria?

Yo siempre he querido que lo hagamos en República, lo hemos conversado, frente a la Universidad de Los Lagos, porque la vez que hicimos "Barrios Bakanes" llegó harta gente porque teníamos hartos espacios, es un poco apropiarse de la calle también, entonces me llama la atención, ojalá dejarlo como espacio para que la gente se junte, entonces yo les conté eso, la otra posibilidad si no, es de nuevo en la plaza pero la plaza ahora igual está un poquito atochada de gente y actividades porque es como el único espacio que tenemos. Bueno estamos ahí dependiendo de en qué momento lo hagamos, esta conversación con la municipalidad también debiera ser como para

pedir este espacio, instalarnos y empezar a funcionar siempre los viernes, ahí no siempre el banco pero distintas iniciativas.

En relación a las tecnologías digitales me gustaría saber ¿Cómo opinas que han influido tanto positiva como negativamente las tecnologías digitales en el trabajo que realiza el banco del tiempo?

Yo creo en general que tiene cosas positivas, en el sentido que uno se puede relacionar con cualquier persona de cualquier lado del mundo prácticamente, entonces como que se abre un abanico de posibilidades casi infinito de vinculación, pero por otro lado, es una vinculación distinta cuando no hay cuerpo de por medio, en general en las actividades digitales y virtuales, pero en este banco del tiempo la idea es que igual como somos del barrio ojalá generar igual una actividad un poco más cercana, porque en el mundo digital o virtual de repente uno actúa con alguien como si nunca jamás lo vas a ver y las personas se permiten decir cosas que duelen, desechables, tinder como que casi me gusta o a la basura y esto, quizá en este espacio particular que es como muy barrio república, siento que no se ha dado y yo creo que es porque efectivamente tú sabes que es alguien con el que probablemente te vas a encontrar, tanto como para hacer el servicio o por último caminando, que no necesariamente en el servicio sea súper necesario que sea presencial, igual en el barrio te vas a encontrar nuevamente con la persona, entonces creo que esa desventaja no se da tanto en este espacio que sí es muy del mundo virtual.

Y desde una proyección más a futuro, saber si lo han conversado, si se han planteado el cómo proyectan el trabajo post pandemia, ¿qué aprendizajes también han rescatado a raíz de esta situación?

Nosotros partimos en pandemia, entonces no conocemos el mundo antes de la pandemia.

Pero pensando que vamos a volver en algún momento a la presencialidad, que igual van a cambiar ciertas cosas, se han planteado en el fondo (...) Bueno también es totalmente válido si es que no se lo han planteado ni lo han conversado

No recuerdo la verdad que hayamos conversado esto en particular, o sea igual a hacer cosas más presenciales sí, un poco, había también un trabajo con la UDP que era ayudar a adultos mayores a integrarse mejor con la tecnología y eso igual en pandemia es bien complicado porque hay unos talleres que se hicieron, qué hacía la UDP que nos

apoyaba siempre en el banco del tiempo, que ponían a disposición del banco del tiempo y que funcionaban un poco a medias, era complicado porque había uno de actividad física para personas de la tercera edad, entonces bueno, ahora por ejemplo ya no está y en post pandemia me imagino que van a poder ayudar un poquito más en eso, pero como partimos en pandemia yo me imagino que todas las cosas, las clases de inglés que se hacen por zoom y así me imagino que se van a mantener.

No han previsto en el fondo mayores complicaciones en el trabajo que han desarrollado

No, espero que se vayan a abrir otras oportunidades.

ANEXOS

¿Cómo ves que el gran Circo teatro mantiene relación con el barrio o que ha mantenido hasta ahora?

Mira es una relación cíclica que siempre tiene que ver con la tarea que nosotros tenemos en nuestro margen de trabajo y los recursos que tenemos para poder generar instancias dónde podemos abrir la casa al mundo, particularmente al Barrio República. Nosotros somos una compañía que hace mucho trabajo territorial, usamos esta casa para instancias donde podamos abrir la casa, tener una oficina, guardar nuestro material de trabajo la negra Ester sobre todo (...).

Tenemos un centro de historicidad y memoria dónde están los 32 años de trabajo del Gran Circo entonces nuestras tareas, lo que hacemos siempre tienen un sentido territorial, tiene que ver con aportar nuestro grano de arena a la construcción de un bien común y eso parte siempre por casa, por nosotros, por nuestro barrio porque siempre estamos llevando nuestro objetivo que es crear, llevar nuestra creación, nuestra belleza, nuestra metodología de trabajo a los lugares que están más apartados, siempre, siempre, siempre ha sido así desde que se fundó el gran Circo teatro en el año 89, lo que hacemos ahora no es distinto a aquello, siempre la relación barrial es importante, sobre todo en estos tiempos que debemos fortalecer la articulación social.

Nosotros siempre nos preguntábamos ¿Qué pasaba con hacer una obra de teatro en la calle? y no saber cuál era la reacción de la gente, entonces se nos fue haciendo necesario o importante saber qué le pasa a la gente con el trabajo que nosotros proponemos un trabajo que siempre busca a través de la belleza, cuestionar, preguntar, remover, conmover. Entonces empezamos a tener la necesidad de que la gente se quedará a conversar con nosotros, nos dijera que les parecía, hacer un intercambio de ojo a ojo que tiene que ver más allá de lo que hicimos, de la propuesta que les presentamos, una obra de teatro. Entonces siempre buscamos un espacio donde podamos contener a la gente cuando se acaba la obra o el taller o lo que sea y en ese sentido desde que nosotros llegamos al barrio en el 2008 en esta casa que está en República esquina Grajales, que nos fue concebida a través del Ministerio de Bienes Nacionales en un comodato de posesión de suelo gratuito por 35 años de los cuales ya llevamos 12. Entonces la primera relación con el barrio es que esta casa estuvo abandonada tanto tiempo que era un espacio de inseguridad para la gente, un espacio oscuro donde una de las murallas estaban rotas, un espacio donde la gente entraba y salía, hacia un carrete, los cabros entraban y salían, nunca se la tomaron pero siempre fue un espacio de entrada y salida, después estuvo tomada por la familia de la comisaría que estaba al lado una parte del patio nuestro, dónde están los calabozos, una sala de entretención para los niños mientras estaban aquí antes de pasarlos al SENAME, hace como 10 años atrás, en un espacio de mucha inseguridad. Cuando nosotros llegamos acá empezamos a limpiar, a barrer, a sacar la basura, a embellecer, a pintar, a llenar de luces y a tener nuestra primera experiencia, y los vecinos y las vecinas empezaron a sentir que había un espacio aquí en que podían mirar sin miedo, por el que podían pasar, que en la noche no era oscuro, que

ENTREVISTA A ALEJANDRO GUTIÉRREZ

Gestor, diseñador teatral y miembro del equipo de gestión y creación del Gran Circo Teatro.

habían ciertas cosas que se podían empezar a mirar adentro, abrimos la puerta y empezamos a tener varias tipos de actividades para llamar la atención. Hasta que partió la pandemia esto era particularmente un barrio universitario entonces estaba lleno, lleno, lleno de estudiantes, entonces empezamos a tener la necesidad de comunicarnos con ellos y también con los vecinos, no teníamos ninguna relación con ninguna organización en particular empezamos primero, a buscar la junta de vecinos porque nosotros cómo trabajamos con mucha postulación a fondos públicos, se necesita tener el certificado de residencia de los presidentes y representantes legales de acá y tuvimos relación con la junta de vecinos que está en Claudio Gay con República, ellos nos apoyaron bastante, nos dieron los papeles que necesitábamos y empezaron a ser asistentes asiduos de las actividades que organizábamos acá, actividades que nosotros abrimos acá, teníamos una carpa que fue clausurada por la Municipalidad de Santiago bajo la administración de Alessandri y fue perseguida y causa de muchos partes con la administración de Alessandri, con la administración de Toa y con la anterior que fue de Zalaquett, a través del Departamento de Obras Municipales. Ellos nos persiguieron mucho, nos hicieron sacar la carpa, cuando la carpa estaba parada podíamos dar obras de teatro y talleres que se ofrecían para la comunidad a precio súper razonable, un precio en el que el profe va a ganar un par de lucas y nosotros podíamos generar unas lucas extra para poder soportar los gastos básicos de la compañía. Entonces había gente, alumnos y alumnas pertenecientes al barrio pertenecientes al grupo flotante que venían acá a tomar los talleres, por lo general eran talleres de circo, de trapezio fijo, de trapezio volante, de tela y así un montón de cosas.

Entonces empezamos a abrir la casa, siempre hemos tenido nosotros un sitio de historicidad y memoria, un museo, como algunos le llaman, en el que nosotros tenemos mediante vestuarios, escenografías, elementos gráficos y escenográficos los 32 años de historia de la compañía partiendo por el Andrés Pérez Araya que es el alma mater de todo esto y ese paseo lo abrimos para el público, nosotros celebramos el día 3 de enero que es el día en que murió Andrés Pérez, el 11 de mayo el Día Nacional del teatro y así tenemos varios hitos, entonces en eso sí, todos nosotros invitamos al público residente de acá del barrio, no solamente a los muchachos. Y esa relación con esa primera junta de vecinos, después con el tiempo reconocimos la segunda junta de vecinos, que estaba funcionando cruzando la plaza Manuel Rodríguez, en la medida que pasó el tiempo nosotros pudimos habilitar la casa y abrir espacio dentro para

poder recibir a nuestro público, hicimos un espacio que se llamaba Rincón del Pérez que tenía un teatro de 35 personas y una cocinaria medio clandestina, vendíamos vino e invitábamos a los vecinos, hay muchos alumnos que venían de las residencias de acá en el barrio y mucho vecino y vecina que aún no estaban articulados como están hoy en día y empezaron a visitar nuestro espacio.

También nos relacionamos con los centros de alumnos de los liceos que están acá atrás, nosotros los íbamos a visitar o los traíamos para acá para el 11 de mayo Día Nacional del Teatro, nosotros tomábamos nuestro museo y lo hacíamos móvil, íbamos a los colegios de aquí del barrio, llevábamos un pequeño extracto de una obra y les hablábamos de la metodología de trabajo y del espacio que teníamos acá, esa era la relación que teníamos con el barrio.

Y luego, a raíz de estallido la cohesión social creció se volvió más potente y ya se construyó, se re-articuló más bien la junta de vecinos del barrio República hicimos actividades con ellos para el día de la mujer y para otras celebraciones, y salimos a actuar mucho a la plaza Manuel Rodríguez, hoy en día a raíz de la pandemia, eso se ha cortado bastante porque nosotros trabajamos mucho en la postulación a fondos públicos y siempre el objetivo de nuestro proyecto es presentar una obra de teatro, ahora en línea, y luego quedarnos con el público que lo presencié y saber que le pareció y a raíz de eso conversar, generar encuentros creativos para poder utilizar la herramienta del teatro y la danza, poder llegar a abrir y conversar y ver qué pasa en el mundo interior de las personas, la obra de teatro como un ejemplo de lo que el ser humano es capaz de hacer en su mundo interior poder empezar a ayudar a la reparación del tejido social no llevando obras solo para entretener porque también son para conmover y modificar, una excusa para poder tener una relación más profunda con las personas que ven nuestro trabajo, la base de la relación que tenemos con el barrio, que se ha ido deteriorando un poco sí, es verdad, que ahora somos menos, que la pandemia no nos deja salir mucho es verdad, pero esa es la dinámica que tenemos con el barrio y con todo territorio que visitamos.

Y han tenido la instancia de replantearse esta relación que ha mantenido con el barrio hasta el momento?

El arte es orgánico y siempre va a estar modificándose, entre nosotros cuando vamos a trabajar con un grupo de mujeres, por ejemplo, llevamos nuestro método pero no vamos y decimos "así se hace teatro así se conversa y esto vamos a lograr." No, nosotros llevamos teatro y dejamos que la comunidad se abra y en torno a lo que nos entregan nosotros trabajamos, nosotros con nuestros talleres no formamos ni actrices, ni actores, ni bailarines, ni gente de circo, nosotros convidamos una metodología para que la gente a través de esta ilusión y esta verdad de la creación pueda formar su mundo interior. Entonces en ese sentido nosotros vamos cada vez profundizando en aquello, estamos postulando a un fondo del Ministerio de Desarrollo Social Y ello busca una manera de innovar para romper con los círculos de pobreza, nosotros la primera vez que trabajamos en ese tipo de proyecto fue para romper con los círculos de violencia de género contra la mujer en particular nosotros trabajamos mayoritariamente con mujeres (...) históricamente las mujeres son las que se han llevado la peor parte entonces, antes de encontrar el equilibrio uno se carga más para ese lado porque hay mucho que reparar. (...).

Cada vez nos damos cuenta que es más el tiempo que debemos pasar trabajando afuera con las comunidades, porque una vez que ellas se sanan nosotros también nos sanamos.

Buscamos generar un bien común, buscamos la reparación del tejido nacional que está muy herido porque estamos, espero, a la muerte de un sistema que ha sido tremendamente injusto con las clases más débiles, con las clases de trabajadores y particularmente con la mujer trabajadora, entonces hemos tomado esta línea de trabajo a través de obras que hablen sobre la mujer (...)

¿Y particularmente hay algunas comunidades con las que estén trabajando más intensamente últimamente?

Sí, pero no del barrio, la últimas con las cuales hemos trabajado en más de una oportunidad fue la casa de la mujer pobladora de Renca de la población Huamachuco 2, el grupo de mujeres nacer de San Bernardo, la junta de vecinos de El Progreso, además tienen una olla común, estas son con las que hemos estado trabajando las últimas veces, no sólo en proyectos, cuando tenemos un poquito más de luquitas y tiempo, nos podemos dar el lujo de salir a trabajar sin necesidad de pedir una retribución económica, por supuesto que cuando se llega a la

población y a la junta de vecinos, a las ollas comunes, te reciben con los brazos abiertos.

El teatro es capaz de fortalecer la articulación cuando tú te articulas, uno de nuestros objetivos es hacer sentir lo que cualquier persona siente cuando se articula, que la persona del lado, la del frente, tu vecina, la que está en los pies están en la misma condición, es que tienen los mismos miedos que tú, las mismas precariedades, violencias y felicidades también. Cuando se genera la empatía, el trabajo colectivo qué es la base del trabajo del Gran Circo Teatro, la colectividad y el trabajo comunitario, ahí es donde se fortalece la articulación, ayudamos a continuar con el fortalecimiento (...).

Primero, para nosotros fue un problema hacer un trabajo en sectores empobrecidos y exigirle a la gente que tuviera una cámara, un celular, es súper contradictorio, también es que la ventaja del sistema neoliberal es que tienes hasta la última persona en el último lugar del mundo con celular, entonces eso nos favoreció un poco y cuando terminamos el proyecto ya habían más mujeres articuladas con las mujeres del grupo nacer de San Bernardo, logramos que se conocieran las dirigentes de las tres organizaciones y conformaron un círculo de unión entre ellas, entonces un efecto dominó es que se va fortaleciendo la articulación por ese mérito del teatro, el mérito de la creación y eso tiene que ver con que el ser humano tiene la capacidad, necesidad intrínseca de comunicar y sabe cuando hacerlo de manera cotidiana, extracotidiana, con gestos, con una respiración y cuando necesita a la persona que tiene al lado o atrás y que necesita de su memoria.

Hay alguna razón por la cual se han involucrado más con organizaciones sociales de otros lugares en vez de organizaciones presentes en este emplazamiento

Mira, nosotros siempre que tratamos de generar nuestros proyectos hasta el 2019 solíamos postular a los fondos de la Municipalidad, pero no pudimos seguir haciéndolo porque los fondos de la Municipalidad tenía muy poquitas lucas para cultura y no lográbamos cubrir sueldos y gastos extras, además no podíamos trabajar porque no te dejan que haya consanguinidad entre las personas que trabajan en un mismo grupo y esa es una ley que no te permite trabajar para muchos fondos.

Hasta ese punto hicimos muchas actividades barriales, celebramos muchos 11 de mayo pero siempre lo hacíamos a través de la información territorial, de nuestros afiches, afuera repartíamos volantes, íbamos

a los sectores comerciales a dejar nuestros afiches, volantes y pendones, y nunca nos articulamos más fuertemente con las juntas de vecinos, ni con más de lo que te conté, que los íbamos a invitar pero más bien no había una cohesión, una correlación con ellos sino que los invitábamos, entonces tuvimos fiestas barriales y fiestas del 11 de mayo, 3 de enero acá, aquí venían hasta los indigentes (...) para los 3 de enero siempre hemos abierto la casa al público de acá, de hecho lo esperaban, el 11 de mayo Día Nacional del Teatro nosotros pasamos una semana con la cartelera abierta del teatro para el público con una entrada muy baja, una colaboración. Siempre hemos invitado al público del barrio no nos hemos articulado de una manera más profunda, eso es verdad, este proyecto que lo hicimos con las mujeres también lo hicimos con las mujeres del barrio de Santiago con el proyecto Teatro y Territorio el despertar de una mujer (...) siempre de manera autónoma, nunca nos articulamos con ninguna de las organizaciones a excepción de la junta de vecinos para pedir papeles o que nos ayudarán en lo logístico, entonces siempre hemos sido más autónomos en ese sentido y después ya no pudimos postular más a los fondos públicos de Santiago y también se anduvieron desarmando un poco las juntas de vecinos y también después se formó la asamblea del barrio república, cuándo partió el estallido, nosotros a través de ellos invitamos a todo el mundo a ver la obra las vacas y abrimos el espacio para la discusión y la conversación entre lo que estaba pasando con el estallido y la obra que estábamos presentando, con un fogón, vino, comida y siempre estuvo abierto a eso, pero no hemos hecho un trabajo en conjunto con la asamblea ni con la junta de vecinos.

¿Y con otras instituciones culturales aledañas?

Con el Museo de la Solidaridad muy poco, casi nada, como que nos visitamos, francamente no tenemos mucha relación, más con Arteduca qué son un poco más parecidos a nosotros, nos conocemos, tuvimos un proyecto en conjunto para apoyar un proyecto de ellos, que era la radio barrial del barrio República, de ahí no nació mucha relación, a partir de ellos por nosotros, si puedo hacer una observación, pasa que uno está tan ensimismado trabajando que te olvidas de la articulación con las organizaciones que están más cerca tuyo, con Arteduca nosotros también celebramos el 11 de mayo, hicimos una feria barrial acá afuera en Avenida República no lo hicimos constante, no es constante la relación que hay con otras organizaciones. Yo participaba en el comedor Margarita Ancacoy, participaba el Gran Circo teatro, pero eso era repartir comida, buscar

las donaciones (...).

No sé, nosotros ahora estamos en un plan de reparación con un arquitecto para construir un teatro dentro de esta casa, repararla y generar un plan de articulación con el barrio más profundo, de hecho ahora estamos postulando a otros fondos para continuar el trabajo que hicimos con las mujeres, tenemos como objetivo trabajar en el barrio pero tenemos que trabajar a través de una organización.

A nosotros, estos dos últimos años se nos ha ido bien cuesta arriba, estamos reducidos al mínimo, trabajamos hartos igual, pero cuesta, no hay pandemia nos cuesta, imagínate cuando hay pandemia, nos cuesta llenar la sala cuando está con las graderías libres, que la podemos solo abrir en verano y primavera, en invierno aquí no podemos hacer teatro, tiene que ver con la inseguridad de la casa, nosotros siempre trabajamos sin permiso, sin patentes, sin nada, porque no tenemos la suficiente infraestructura, siempre trabajamos desde esa precariedad.

¿Hay alguna institución u organización cultural principalmente con las que le gustaría trabajar o a estado trabajar establecer una relación un poco más cercano

A nosotros siempre nos gusta ir donde pican los mosquitos, mientras menos institucionales mejor, organizaciones de base, eso es lo que nos interesa, también en algún momento estuvimos trabajando con el Sindicato de Correos de Chile, en varias ocasiones nos articulamos a través de lo obrero, en un festival de escena obrera que llevaba teatro a los sindicatos, una retroalimentación para politizarnos todos juntos y hacerle ver a los trabajadores a través de la herramienta teatral qué es lo que uno puede hacer en torno a sus derechos laborales, esa era la premisa.

A través de ello pudimos conectar con el sindicato de correo y hacer varias cosas, varias peñas, reuniones y meetings, también recibieron nuestra obra allá, nos abrieron su espacio, también hace poco nos encontramos con el Sindicato de Trabajadores de la Metalurgia y el otro día aprovechando de conocernos porque se hizo una reunión con varias organizaciones de acá, estuvo el Comité de Patrimonio, Arteduca, nosotros, la primera instancia de acercamiento que tuvo la alcaldesa Hassler con la organizaciones de base de República y a veces pasa, yo creo que a todos nos pasa, preguntarnos ¿sabíamos de ese sindicato?, no sé si Arteduca sabía de ese sindicato o del sindicato de correos de allá. De repente nos ensimismamos mucho y se nos olvida la articulación.

Bueno también me gustaría preguntarte si sabes que aquí está el sindicato de músicos

Sí, pero nunca hemos tenido relación

Y en cuanto a la relación con el Museo de la Solidaridad Salvador Allende

No tampoco, una relación como te decía, o sea hemos ido al museo varias veces, tenemos compañeros que se han presentado allá, algunas reuniones, pero nunca hemos tenido una relación más profunda y concreta de intercambio y colaboratividad con ellos siempre nos ha parecido y los admiramos, siempre nos preguntamos ¿cómo le hicieron para obtener las lucas que tienen para poder transformar su casa? tuvieron también ayuda desde afuera, si bien no conocemos cuál es su origen no es cualquier cosa, es que nunca hemos profundizado en una colaboración con ellos.

En ese sentido, con los colegas somos más autónomos, de andar metido como en otro lado, con la vieja y viejo del barrio, con los niños, también hicimos harto teatro de taller infantil para la niñez del barrio, pero no a través de la articulación, sino a través de la organización nuestra y algunas instituciones como la junta de vecinos nos han ayudado a difundir pero siempre con nuestras propias garritas y es algo que queremos cambiar, es importante hacerlo, sobre todo aprovechando que ahora en la alcaldía va a haber otra mirada y será más fácil este trabajo que nosotros hacemos, porque sea quien sea que esté en el poder nosotros debemos fortalecer y apoyar la articulación y creo que en este sentido hemos fallado un poco con el barrio, en trabajar más afuera que acá, en el sentido de articularnos, no de convocar a los vecinos y vecinas que vengan a nuestra casa, siempre eso estaba abierto, siempre patiperreamos tirando afiches, pero a través de la articulación profunda con otras organizaciones o instituciones no, sólo las que te nombre. Y nosotros tenemos que nutrir también y ser parte de este nuevo manto que cubre la articulación, la red de articulación, debemos empoderarla, debemos partir por acá, aparte de eso tenemos que también provocar otras instancias, qué espero se concreten ahora que podemos volver a estar en persona juntos.

Qué opinan como institución sobre el uso de herramientas digitales en pandemia. Qué opinión tienen como organización

Es bien contradictoria, nosotros finalmente nos tuvimos que subir al carro del mundo en línea, comprendimos que se fortaleció y se va a quedar siempre, está el

hecho de traspasar el teatro a audiovisual, cambiar formato, cambiar el lenguaje, y si bien en el teatro es necesario, yo necesito ver tu reacción, tu cuerpo, cómo se mueve, como se conmueve, la empatía, la apatía frente a la acción teatral, es necesario, también es necesario quedarse a conversar, subir esto a la línea o a la web, lo audiovisual, hemos descubierto que el teatro es tan fuerte que seguimos conmoviendo y provocando cosas, pero siempre va a faltar la carne en vivo y en directo, eso lo debemos recuperar sí o sí, como sea pero indudablemente hemos tenido que invertir en el registro de nuestras obras, íbamos descubriendo un lenguaje nuevo y ese lenguaje no tiene porqué transformarse en un enemigo nuestro, debemos tomarlo como una herramienta y continuar con lo que hacemos.

Ahora, la contradicción está en que nosotros vamos a trabajar a sectores empobrecidos y es muy fuerte decirle a una mujer, un grupo de mujeres que les queremos ayudar pero que necesitan megas en el celular. En la casa de la mujer pobladora Huamachuco 2 de Renca nos reunimos con las mujeres a contarles que íbamos a hacer el trabajo en línea, que íbamos a compartir la obra a través de YouTube y se quedaron para atrás, fue un momento bien acalorado, nos dijeron, ustedes son como Piñera, nos vienen a ofrecer cosas y nosotros tenemos que sostener la mitad (...). No sabíamos bien cómo se iba a lograr, estábamos con el agua hasta el cogote y teníamos que hacerlo sí o sí, de repente una mujer me dice "sabes qué pasa que yo tengo hijos, los dos van al colegio y tengo que tener la plata para pagar para que los dos niños estén en el colegio" nosotros nunca pensamos en eso. Lo único de este sistema capitalista neoliberal, es este progreso, que va siendo tan frío que va arrinconando a las personas que no estamos necesariamente en el sistema, que no tiene necesariamente un aparato, como te decía antes, ahora todos tienen celular pero no podemos contar con eso, claro tiene celular pero ¿sabe lo que es una plataforma zoom? ¿cómo, a través de esta plataforma ella va a llegar a tener un espacio de contención para sí misma si lo primero que te están pidiendo es que tengas un celular y megas?. Se empieza a marginar más todavía, las brechas se agudizan más y a nosotros no nos interesa profundizar las brechas (...)

Entonces, afortunadamente como la creación y el teatro es tan grande, finalmente esa misma organización nos propuso trabajar solamente una hora, entre tira y afloja, pero más días, entonces a la señora le queda un poquito de megas para poder trabajar y finalmente entendieron cómo utilizar Zoom, se lo explicamos por llamada telefónica y esa señora le explicaba a otra señora, la articulación nos favoreció, la que ellas ya

tenían pero muchas se quedaron fuera, teníamos como objetivo trabajar por lo menos con 300 mujeres y llegamos a 74, siempre hay gente que no quiere, que aunque vayas tú a la casa hay gente que no va a querer porque hay falta de conocimiento, falta, alejamiento de lo que significa la cultura artística y su beneficio (...) el bien que nos hace la creación, el arte para desarrollarnos como seres limpios, entonces se nos hace difícil pero hemos tenido que abrazar este mundo en línea y generan nuestras propuestas en línea, hay cosas que no vamos a transar como La Negra Ester, no se va para el audiovisual, pero el resto de nuestro trabajo sí, realmente te ponen entre la espada y la pared (...).

Desde una perspectiva de observador me gustaría que me comentaras Cómo visualizas el trabajo barrial y el barrio respecto al arte y la cultura Y cómo te gustaría idealizando que fuera el barrio en cuanto a esos temas

Bueno sí, de partida me gustaría que hubiera una unión mucho más profunda entre las entidades culturales qué habemos acá con las organizaciones de base como asambleas, junta de vecinos, centros de madres y padres, sindicatos y escuelas. Para mí, los centros culturales, los sindicatos y las escuelas son los puntos claves para poder formar mejores seres humanos, tengo que trabajar con la niñez pero también tenemos que trabajar con nuestros adultos mayores de tercera y cuarta edad, que las organizaciones culturales no sean solamente cómplices del entretenimiento, sino que también de la formación, protección, contención y reparación para el territorio, que entre todos llegáramos tal vez a estar en la misma línea y sintonía, que tengamos súper claro cuales son nuestras misiones y que hay por ejemplo momentos en que el conjunto habitacional La Torre no esté tan solo, que el gran Circo teatro, que el museo de la tolerancia, que Arteduca, el centro de alumnos de los colegios, que la asamblea, que la unión de los comerciantes de acá, cerremos filas en torno a lo que pasa en nuestro barrio y protejamos a nuestros indigentes, los podamos contener, ayudar, podemos fortalecer entre todos los comedores solidarios, que todos estemos atentos respecto a la cantidad de abuelos y abuelas que viven solos, si no tienen la capacidad de salir a buscar sus remedios, un plato de comida, que no haya tanto aislamiento.

Tenemos un montón de grupos de personas haciendo cosas buenas y estamos todos súper separados, hay mucha polarización, probablemente nunca vamos a pensar todos igual, pero hay cosas que tienen que ver con la ética y la búsqueda del bien común en las que deberíamos estar en la misma línea, en ese sentido

proteger a nuestros niños y adultos mayores, nuestra salud mental, a nuestra mujeres y hombres, aquí no sobra nadie, todos estamos tan desprotegidos ante este sistema, que si no formamos un puro frente nos vamos a ir a la cresta rápido, un frente diverso con diferentes opiniones (...). Buscando el bien común y tener espacio de conversación y encuentro porque, por ejemplo, en el Facebook del barrio República te das cuenta de lo polarizado que está, medio sectariado (...) tiene que ver con observar al ser humano, hay espacio para todos, todos tenemos la misma estructura emocional adentro y debemos, en base a eso, tener un nivel de empatía y unión, estamos todo el día corriendo de arriba para abajo y nunca tenemos tiempo para hacernos las grandes preguntas ¿de dónde venimos? y ¿hacia dónde vamos? ¿qué pasa con nuestro mundo interno y nuestras emociones? y el arte se encarga de eso y es necesario y es importante desde la primera infancia y nos va ayudar a potenciar nuestra capacidad de comunicar, de hacernos entender y entender al otro, generar empatía, tolerancia y saber reparar y componer y luchar cuando corresponda.

ANEXOS

¿Qué relación mantiene el sindicato con el barrio? y ¿Qué relación les gustaría tener?

La verdad es que este es un sindicato constituido fundamentalmente por músicos, hay otra gente que también es del espectáculo, artistas, muchos de ellos músicos que no tienen capacidad de gestión, adulto mayor, existen muchos músicos que no generan derechos de autor por lo tanto no tienen fonogramas que estén sonando en las radios, son muy pocos los chilenos que tienen fonogramas para poder vivir y proyectarse, ser visibilizado dentro de un sistema, nadie consume ni compra a un artista que no conoce, entonces frente a un mundo globalizado este sindicato ha venido a ser una posibilidad, la vida sindical y gremial que termina en el año 73, con eso se pierden también todas las leyes ganadas por los artistas, es decir su condición laboral, de dignidad, cualquier músico es nada desde el punto de vista del estatus en el sentido de que no está reconocido laboralmente, una persona puede estudiar 5, 6, 7 años música y la valoración que tiene el Estado de Chile, y quedó claro, lo artistas en un país claramente necrofílico donde pareciera que los artistas tienen que morir y vivir heroicamente como mártires para poder tener esa condición.

La otra gran corriente son los que emigran y se van a estados más grandes, a México donde grandes artistas chilenos, que los hay, porque yo tengo un programa y he podido constatar desde Arica a Punta Arenas que existen bandas nuevas, jóvenes en los distintos estilos que no tienen visualización, el estado además, ha hecho un gran esfuerzo para financiar creación y producción pero tenemos un problema que es que el estado no difunde, la televisión nacional no difunde a los 3000 grupos cuequeros pero los marginados de la televisión nacional de Chile, del mercado radial, no son solamente ellos sino que también los estudiantes como tú que no tienen espacio, o sea no hay una difusión científica y todo está más basado en la imitación, soy igual a este o canto como éste, lo que falta son los espacios creativos, evidentemente se detiene la crítica, no hay crítica musical, toda esa gente queda fuera de este marco referencial, el festival de viña tenía antes 10 canciones ahora es una diaria.

Entonces, éste sindicato que surge del esfuerzo de muy pocas personas, viene a satisfacer necesidades que tenemos que mandar a la constituyente, por ejemplo, la presencia de los gremios en la mesa de la música, que no están porque hay un defecto en quien designó a la gente que estaba ahí, los gremios deben estar ahí empujar que el 2% de los municipios si sea aplicable a la cultura, no solamente en los músicos, sino que con todos los artistas, no se ha llegado eso.

¿Me podría explicar lo que es el 2%?

En algún momento determinado dentro de las políticas culturales del Estado se planteó la necesidad de que cada municipio tuviese un encargado, mínimo, de cultura y un 2% los municipios, no creo que lleguen a eso, a lo que más llegan es a una condición cultural de eventos

ENTREVISTA A HÉCTOR MOLINA

Actual vocero del Sindicato de Nacional de Músicos y Artistas Chilenos, cantautor, consejero de la Sociedad chilena de autores e intérpretes musicales, concejal de la ciudad de los Vilos, director del programa radial y de televisión Culturalia y doctor en filosofía de la Universidad de Salamanca en España.

con grandes contrataciones y artistas convocantes, donde el artista local queda desplazado, yo he fiscalizado como concejal este tipo de cosas (...) es una competencia desleal, por lo tanto el sistema te derrumba desde el punto del relato de la libre competencia, porque no tiene espacio, porque todos los espacios televisivos son extranjeros, la radio y los grandes consorcios son extranjeros y vienen con editoriales que te imponen una música. Cuando luchamos por el 20% de la música chilena que no se cumple, luchamos por un mínimo, entonces se necesita esta herramienta sindical justamente para reivindicar algunas instancias importantes, creo que nos ha faltado la fuerza jurídica, se ha creado un museo de la música en el sindicato que también es importante, por qué la gente muere, aquí murió Eduardo Guzmán Quelentaro, un tremendo músico y realmente la gente no se entera, es como que no existen, son los grandes cantores, son los personajes que reafirman la existencia cultural en Chile, y de los poetas de pasada, casi todos se hicieron fuera de Chile y justamente porque la visión que tiene el Estado y la misma sociedad en cierto modo sobre el artista, es muy baja, de poca relevancia y el sistema ha contribuido a eso, cada vez es más débil el alimento musical y artístico que consumen, débil en contexto, en contenido de texto, débil musicalmente, en la complejidad del mensaje (...)

Ahora, este sindicato tiene varias misiones, yo soy vocero y trabajo como parte de la directiva, en general trabajamos para que el artista recupere su dignidad laboral, lo que hemos querido hacer ahí es una biblioteca, bueno desde que empezó el estallido social, porque en la directiva de la que yo soy parte (...) porque los primeros consiguieron una casa, que estaba totalmente inestable, si tú la ves ahora y ves lo que había antes, se ha restaurado mucho, gran parte, se ha pintado la fachada y ahora está el museo de la música, la fachada la pintamos al inicio y dentro fuimos recuperando habitación por habitación, es como ir ganando, se están haciendo programas de televisión, se hizo también un grupo cultural donde la comunidad debiese participar, están todos invitados.

Y en ese sentido, desde el sindicato hacia afuera pero a un nivel mucho más local ¿Han levantado alguna iniciativa para los artistas locales? hay algún evento que se haya hecho en el espacio público por ejemplo.

En algún momento se participó en ciertas actividades, pero la pandemia también contribuyó a la seguridad del lugar, porque nosotros conseguimos 1000 cajas de alimentos, lo que no ha hecho ni el Estado, se inició la campaña "Los músicos ayudan a los músicos"

y logramos esto con apoyo de la senadora Rincón, que independiente del lugar político donde está, hizo la gestión, nosotros criticamos a la ministra, hicimos una marcha de las banderas negras con 500 artistas, llevamos un ataúd. Esta dama logró gestionar y eso es lo que busca uno, la gestión, hay gente que tiene hambre, esa es la realidad.

Nos gustaría, evidentemente, cuando pase todo esto, tener contacto más directo, pero con gente como tú, gente que también vaya a contarnos lo que quieren, el espacio está abierto, es un espacio cultural transversal y se están haciendo programas de televisión, de radio, el estudio de grabación, armamos un proyecto de sala de ensayo, hay un portón eléctrico y queremos hacer una sala de eventos, la Rucarpa, sumar fuerzas, necesitamos fuerza de gente joven, de personas como tú y gente de este barrio, qué es mi barrio, yo nací aquí y vuelvo siempre, es mi barrio, entonces ¿Cómo no le voy a tener cariño a este lugar? ¿Cómo no me gustaría que la gente tuviera música?.

Que se vincularan un poco más con el sindicato ¿correcto?

Absolutamente, lo que yo te quiero decir realmente como vocero y parte de la directiva, es que creo que el presidente siempre escucha un poco las propuestas y va a estar dispuesto siempre a abrir las puertas para que desarrollemos el evento cultural, porque en el fondo, la gran protesta de Chile es una protesta cultural, más que política, es valórica, de equidad, de participación, la gente necesita música, poesía.

Hoy estaba el presidente de la CECH ahí en la entrevista y vamos haciendo estas alianzas desde el punto de vista desde la transversalidad, sin jerarquías.

Sobre la Rucarpa, lo que queremos es optimizar los recursos del museo y hacer una sala, porque Rucarpa tienen que tener elementos de una ruca y de la carpa de la Violeta, está soñada y se hace, el museo estuvo soñado y se hizo.

La pandemia nos frenó, pero nos probó, fuimos al sur, a Concepción, a Coquimbo, a Los Vilos, llevamos cajas de alimento a gente sencilla, artistas muy pobres.

Estamos contentos y creemos que nos falta más, como en todas las instituciones, somos pocos los que echamos para adelante, la sobrina de la Violeta está las mañanas aquí, organizando las salas de ensayo, al lado de un fogón porque no hay estufa en el patio y esa condición humana es valiosa.

Es interesante la relación, sobre todo ahora que ustedes dicen qué tienen un museo de la música ¿creen que quizás eso se pudiese vincular con otras instituciones?

Con otro museo, esto es un tiempo de alianzas y lo más importante, es que éste sindicato ayudó a todos los otros sindicatos, sin ningún problema, independiente de que sindicato era.

Bueno con la pandemia hay muchas cosas que se ganaron, aprendimos a conocernos, conocer nuestros miedos, nuestras cosas y unirnos.

Cuéntenme ¿anteriormente se han vinculado con otras organizaciones del barrio?

Si, alguna vez con el presidente de la junta de vecinos y otros músicos se crearon actividades en la plaza, pero no te puedo responder profundamente eso porque yo no vivo acá, por ejemplo, se creó un comité de cultura y difusión que lo dirigen casi puras mujeres y ha funcionado bastante bien, ellas están activando los canales comunicacionales porque también no es fácil parar una radio, tener una persona, porque no hay recursos.

Ahora, nos gustaría ir directamente a una junta de vecinos, no con una, sino que con la que quisiera, la que tenga alguna visión del arte, una cuestión es territorial y la otra funcional, hay gente que puede estar al lado tuyo pero a lo mejor le gusta otra cosa, y a otros a lo mejor les gusta pero tienen otros intereses, por un tema de comunicación, hay gente que busca resultados políticos a través de las instituciones, partidistas, yo creo que estas instituciones tienen que estar más allá de eso, la cultura para mí es un concepto mayor que el concepto de la política, porque la política pertenece a la cultura.

En ese sentido nuestra entidad trabaja con la Sociedad de Autores de Chile, con la Coalición por la Diversidad Cultural, dentro de su ámbito funcional; ahora, si podemos abrir los talleres, que era lo que teníamos, porque teníamos varios vecinos que iban a las clases de cueca, talleres de piano, tenemos que llegar ahí

En el fondo ese tipo de actividades como que mueven más gente ¿no?

Claro, que son más concretos y más reales, es más funcional también, porque el niño en la casa que toca la guitarra se hace protagonista de la cultura, no va a ver el show de la plaza, necesitamos absolutamente una cultura barrial, pero para eso el niño, el joven, el hombre, la mujer o quién sea, tiene que ser protagonista

de la cultura, porque la guitarra en una casa impide que entre la droga, o por lo menos va a entrar de manera distinta, porque hay una pasión y te provoca sueños que son más interesantes, que el muchacho deje un poco el teléfono, en el cuál estamos todos metidos, entonces necesitamos tiempo para piano, para corno y hacia allá hay que ir. Entonces yo creo que el sindicato tiene varias tareas interesantes, pero tenemos que hacerla juntos, no en una responsabilidad que sea del sindicato, es una coautoría, una sinergia; en Europa están en el voluntariado ya desde hace mucho tiempo y así es como se tiene que trabajar.

Me gustaría saber si alguna vez han escuchado hablar de la radio encerrados.

No
En sus casas, porque nacen en contexto de pandemia y cuarentena.

¿Creen que quizás podría ser un vínculo interesante?

Absolutamente y también en todas las instituciones se dan a veces las pugnas, es tan precaria la realidad de los artistas como la realidad social de Chile que hay como una bipolaridad cultural, pero la realidad es que son bienvenidos estos muchachos, necesitamos esa fuerza, porque aquí somos más mayores los que estamos, necesitamos una fuerza más joven. (...).

Necesitamos recuperar el hilo, hay una biblioteca que podríamos implementar juntos, con ustedes, con el barrio, recuperamos también los espacios.

¿Cómo visualizan el futuro y el presente del barrio respecto a las artes y la cultura?

El problema es que el barrio es parte de una totalidad que se llama Chile, depende de cómo el Estado y el Municipio, partiendo del municipio, partiendo del gobierno local, del gobernador o la gobernadora, dentro de la escala política el Municipio es fundamental (...) yo no sé si la cultura es algo que venda en Chile, yo no sé si los artistas son importantes para un alcalde, he llegado a la conclusión de que en realidad habría que hacer una encuesta a la Asociación Chilena de Municipalidades sobre cuántos municipios realmente han apoyado a sus artistas en la pandemia, cuántos municipios cumplen con el 2%.

El problema es que la cultura depende de personas que hay que ver cuál es su formación cultural, o su amor por la cultura, porque la cultura tampoco es una cuestión de academia, pero lo que vemos es que ningún artista sabe lo que es el derecho de

autor, y eso debería ser un ramo en la academia (...) entonces ni siquiera en la academia un artista sabe cómo generar sus derechos, entonces qué podemos pedirle al resto si existe una convención firmada en el 2005 por la Coalición de la Diversidad Cultural que es vinculante, Chile está comprometido, tiene 139 convenios internacionales firmados que tienen que quedar en esta constitución pero nadie los conoce. Yo espero igual que una relación con la cultura y la naturaleza adecuada a la gravedad que tiene Chile es decir, a la incapacidad de comprensión lectora que llega a un 60%, a la incapacidad de reconocer una obra, a la incapacidad de que los jóvenes puedan mostrar su obra, pueden ser muy buenos pero no tienen donde mostrarse, entonces el sindicato puede servir ahí, está lleno de gente con mucho talento, hay una persona ahí, Don Luis Torrejón que financia varias producciones, grabó a Violeta Parra y todavía está vivo y hay que aprovecharlo, los jóvenes de acá de este sector, podríamos hacer algo, podríamos hacer un ciclo de conciertos o de conferencias, lo hicimos, lanzamos 6 libros, eso me tocó organizarlo a mí, fueron 70, 60 personas así que ¿por qué no seguir con eso? claro que todo esto se detuvo pero las cosas no son eternas.

Planes a futuro

La realidad es que hoy en día estamos terminando un proyecto que es el museo de la música chilena, significan como 40 o 50 vitrinas lo que va a hacer que quizás sea más importante el museo que el sindicato, que se cree una figura dentro de la institución que proteja además al sindicato porque es patrimonial, es decir, la transformación de todo el espacio es algo que favorece, el hecho de que mucha gente tiene apetitos por la casa, los empieza a desestimar, en el sentido de lo que se ha logrado, es estratégico, pero no lo buscamos por estrategia, ha resultado así. Pero creemos que tenemos que sumar a la gente, las puertas están abiertas, hoy llegó la Escuela Itinerante Mostacho, son gente joven y ellos van a aportar la parte audiovisual, creemos que podemos hacer alianzas, los artistas jóvenes, tú si te puedes encargar de llevarlos y que se acostumbren también a colaborar, porque es fácil criticar desde afuera, yo ya conozco un poco está irrupción que derrumba a las instituciones, y las instituciones son importantes, una junta de vecinos es fundamental, un centro de alumnos es fundamental, todo es política, entonces necesitamos estos conversatorios, se necesita un poco de lo académico, pero no la universidad, de lo académico que es el lugar donde Platón enseñaba, necesitamos nosotros tener a lo mejor a Lautaro y no Academo y conversar en torno a las estrategias,

hablando lautarinamente, estrategias para combatir contra la alta cultura y poder tener una señalización, una pasión.

Hay que tratar de trabajar políticamente esto y trabajar políticamente significa unir las juntas de vecinos con el sindicato, unir todas las entidades y conversar abiertamente de cuáles son los marcos de necesidades, en qué podemos apoyarnos, no en qué nos diferenciamos, porque hay gente que dice, "quizás el sindicato no se mete en esto" y es que tenemos objetivos claros que están diseñados por estatuto, sino nos quitan la casa, si nosotros metemos mucha gente (...) íbamos a prender el otro día una fogata, pero también dijimos "nos están viendo de los edificios, sí ven fuego" y lo detuvimos, tenemos que adaptarnos a las condiciones de convivencia, con respeto con la gente, lo que no significa que no cantamos.

el proyecto Rucarpa, lo que pasa es que también eso es harta plata, piensa que para el tema del museo ya se entregó harta plata. pero está destinada con ítems y todo eso, anteriormente se han hecho capacitaciones abiertas, lo que pasa es que también la comunidad no se acerca y no tenemos una persona para pagarle para que esté todos los días, porque debería estar abierto, pero hay que pagarle a esa persona, o sea hoy día está una sobrina de la Violeta Parra asignando voluntariamente lo que son las horas de la sala de ensayo, del estudio y la gente se aburre y se va porque no hay lucas, entonces es una lucha cuesta arriba y lo que tenemos que contribuir nosotros es a que nuestro barrio sea turístico, que tenga atractivo comercial también, trabajar con la Cámara de Comercio, si al final somos todos un eslabón.

Lo que yo veo y sueño es que este barrio recupere primero la cultura barrial, la pertenencia, la identidad (...) Hoy día yo entro en el departamento y algunos se saludan, otros no, además hay gente extranjera que yo no conozco, otro si, pero se ha perdido la vida social, la comunidad y tenemos que luchar por recuperar eso, hay que recordar la frase mapuche que dice "donde se da lo uno hay fuerza" y lo uno implica perfección, la unión hace la fuerza, la unión ha demostrado hoy en día que se han provocado cambios en un Chile muy abusivo, que ha discriminado culturalmente a mucha gente, o más bien le ha dado una calidad cultural de bajo perfil, el elemento crítico no está, el adulto mayor está ausente, el pueblo originario está ausente, los discapacitados están ausentes, el joven estudiante, los niños.

ANEXOS

¿Qué relación mantiene actualmente Casa Toesca con el barrio? y ¿Qué relación les gustaría tener?

En principio es una relación comercial, con todo el Barrio República y los barrios que están en sus alrededores, esta relación comenzó hace como 3 años que tiene la historia del restaurante pero se acentuó desde que comenzó el estallido social y la pandemia, que nosotros antiguamente no teníamos un servicio de delivery, estábamos sujetos a los de las aplicaciones, al retail y la verdad es que era muy frío, nosotros prácticamente no existíamos entonces cuando llegó la pandemia nosotros o moríamos o nos reinventábamos, nosotros reinventamos nuestra carta, la ajustamos a tiempos modernos, comida un poco más rápida y se hizo un lazo con la junta de vecinos, con las RRSS de la junta de vecinos, con cada una de las actividades de aquí del barrio, entonces hoy día nosotros tenemos más de 300 clientes que están dentro de los edificios y casas del barrio y publicamos directamente en las redes sociales y ahí se fortaleció por el tema que nosotros somos un restaurante con identidad chilena que son pocos, entonces la idea... mi estrategia de comunicación apuntaba a apoyar al restaurant chileno, el último empujón, entonces eso hoy día se vió el resultado, el apoyo mutuo y el servicio porque esta casa está pensada más que un restaurante y ganar plata, era que fuera un punto de encuentro entre los vecinos y eso se ha logrado, o sea esta semana, el Lunes tuve una reunión con 20 clientes que son vecinos y se presentaron platos nuevos, se abordó la historia, porque esta casa tiene muy rica historia, es patrimonial y los primeros ocupantes de esta casa fueron la familia Lippi de la marca deportiva chilena y eso entrelazó algo super entretenido, al final 15 se quedaron después haciendo tertulia, hoy se programaron para juntarse de nuevo a las 19:30 porque uno de los clientes vuelve a Alemania porque es chileno pero vive en Alemania, entonces todo eso créeme que contesta tu pregunta, nosotros tenemos una gran expectativa y algo que se ha logrado perfectamente en sintonía con los vecinos a raíz de esa breve historia que te acabo de contar.

ENTREVISTA A DANIEL ARENAS

Administrador del Restobar Casa Toesca, además se ha desempeñado alrededor de 25 años en el área de ventas y consumo masivo en la industria alimentaria, siendo parte de empresas como Coca Cola, CCU y Nestlé.

Claro, porque lleva relativamente poco tiempo acá el local

Exactamente y se ha hecho un lazo muy estrecho, muy estrecho y créeme que es muy gratificante porque cuando estaba solo acá tuve que mandar a todas las personas que trabajaban acá para sus casas, por la situación, me quedé yo con el chef, entonces la gente me veía comprando, diseñando, publicando, tomando y entregando pedidos, barriendo afuera, de repente no sé, había que hacer algún arreglo y me veían martillando, haciendo mezclas, entonces créeme que todo eso sensibiliza, de repente cuando iba a dejar un pedido me veían como el chico que reparte y de repente cuando llegaron aquí se dieron cuenta que yo administraba el lugar, entonces tiene un valor y un plus agregado, mucha gente me decía ojalá que cuando a ustedes les vaya bien, no cambies tu forma de ser y eso créeme que es un desafío constante día a día y hasta ahora se va a mantener hasta el tiempo en que yo esté, aquí toda la gente llega y saluda por el nombre, tenemos una relación y cada cosa que nosotros hacemos lo hacemos pensando en esa relación, se ha logrado perfecto.

¿Con qué organizaciones principalmente del barrio se han vinculado?

Te reitero, con la Junta de Vecinos y también con el museo, la Fundación de la Pobreza acá en Abate Molina, el Sindicato Nacional de Aguas Andinas, tenemos cercanía (...).

Cuéntame un poco cómo son estas relaciones

La relación con el museo Allende es que tenemos una relación personal con una de las personas que dirige el museo, entonces hemos logrado un acuerdo comercial, un contrato en base a establecer los precios, que tengan beneficios para ellos para que vengan a almorzar y en segundo está pendiente, obviamente esto ha quedado pendiente por el tema de la pandemia, porque no lo han podido lograr porque hay gente que se fue a las casas a trabajar, entonces está recién retomando la normalidad presencial y laboral, entonces ese tema se va a retomar que habla solamente de ser un espacio donde el museo pueda confiar y traer a sus visitantes aquí a disfrutar de la casa patrimonial, con historia y comida chilena.

Y con las otras organizaciones

Con la Junta de Vecinos ellos vienen una vez a la semana, ellos vienen aquí a disfrutar, después de los Viernes que van a Plaza Dignidad ellos todos se vienen para acá, y en un minuto llegó 1, llegó 2 ahora vienen 15, 10 personas después de las marchas y acá tienen su espacio, tocan guitarra, golpean las mesas, empiezan a hacer sus cantos y aquí tienen el espacio abierto, yo también tengo una dirección de izquierda entonces igual en ese sentido, y también de la derecha, o sea quien quiera venir a manifestarse, o sea este es un espacio transversal, cuando lo quieras ocupar, pero siempre guardando el respeto y en ese sentido ha sido un espacio para ellos, porque antes se juntaban en el republicano y después empezaron a venir acá y ahora es su lugar favorito, porque se les atiende bien, son escuchados y se han dado cuenta, esa relación comercial tenemos con la JJVV.

Y con el Sindicato Nacional de Aguas Andinas?

El sindicato, llegamos con ellos a través de un evento de un tercero nosotros los conocimos y ellos estuvieron un día completo, nosotros cerramos el local y atendimos un evento de 34 personas que venían de todo Chile de Arica a Magallanes, por cada región había una persona que representaba esa región y aquí se juntaron porque tienen una sede residencial, entonces cuando alguien quiere hacer un trámite en

Santiago, va a alojar ahí, entonces ahí llegaron todos y nosotros tuvimos acá un almuerzo y los atendimos y ahora tenemos una relación bien estrecha.

¿Con qué organizaciones les gustaría vincularse más a futuro?

O sea si tu me preguntas hoy día yo creo que aquí están las puertas abiertas para poder relacionarse con todas las organizaciones porque no tenemos preferencia por ninguna, sesgos con nadie, o sea las puertas están abiertas para todos, si me preguntas por alguien la verdad es que no hay un listado, estamos esperando que día a día vaya creciendo la comunidad y los lazos.

¿Cómo visualizas el barrio respecto al arte y la cultura?

Ese tema está pendiente, a raíz de la pandemia nosotros no hemos podido llevar a cabo que nosotros queremos que este sea un lugar donde artistas emergentes presenten su obra, hagan un show, tener música en vivo y publiqué en las redes sociales de la JJVV estaba abierta la posibilidad a que cualquier vecino con algún tipo de arte viniera aquí a expresarlo.

Claro eso me llamó la atención porque a diferencia del Cuento Corto que traen principalmente artistas de afuera pero no se vinculan mayormente con el barrio.

Es que no dejan nada, dejan un show, un espectáculo pagado que la verdad es que no genera identidad de vuelta al barrio, entonces nosotros hoy día queremos hacer la diferenciación porque somos una casa patrimonial y no tenemos espacio como un escenario y abrirlo a esa magnitud para hacer una competencia directa con ellos, yo se que somos la competencia, atendemos público pero la identidad de nosotros va por otro camino, nosotros quisiéramos un espacio para el vecino, inclusive con el vecino artista, entonces existen las ganas de que eso suceda de que venga el pintor, el tipo que hace títeres, el folclorista, quien sea en forma transversal, de hecho lo habíamos logrado antes entre el estallido social y la pandemia, que yo tenía como 5 o 10 personas con un show, una gaita, un tipo me dijo poneme 2 whiskys y yo tengo una gaita irlandesa que puedo venir a tocar, otro tipo me dijo mira sabes que yo hago murales y podemos colocar una sábana y yo relato y pinto, entonces después le ponemos luces y había ya todo un tema, había también por aquí cerca un par de personas que hacían folclore, ligado al tema de la cueca, entonces créeme que estaba lista esa(...) pero todo eso se cayó por los motivos que

ya todos sabemos, pero las ganas siguen estando, entonces si tú por ejemplo nos dieras pie para eso, poder a través de tu trabajo, ayudar a tener esa conexión o abrir esa puerta, que tu seas el puente entre esas personas y nosotros, créeme que seríamos los más felices.

En cuanto a la utilización del espacio público ¿han tenido algún acercamiento?

Nosotros tenemos pagado un sector de acá afuera, lo que colinda entre la calle y el local, pagamos patente, un permiso y por ende nosotros tenemos cierta cantidad de mesas y un aforo permitido

Y otra aproximación, quizás con la plaza u otros sectores

No, nunca, la verdad es que no visualizo cómo podríamos tener esa relación en otros espacios públicos que nadie nos permitiera, o sea en un minuto nosotros queríamos hacer ciertas modificaciones que apuntaban a mejoras y no se nos permitió porque la municipalidad es súper estricta en ese sentido, nunca se ha abierto la posibilidad para poder abarcar otros lugares.

Qué aprendizajes crees tu que obtuvieron a raíz de la pandemia?

Yo creo que la capacidad de reinventarnos, como un emprendimiento, porque este es un emprendimiento, no es familiar, el dueño es mi hermano, pero nosotros acá somos, el es mi jefe y yo soy su trabajador, administro el restaurant y todas las personas que están acá de alguna manera aportan a ese crecimiento en la relación con la gente y si me preguntas, que fortaleció eso fue la capacidad de reinventarnos y no depender del retail porque hoy las app funcionan de tal manera que mientras más los clientes pidan, nosotros vamos subiendo de rango y haciéndonos visibles para un futuro pedido, si tu eres una persona, o un restaurant, un local o negocio que no tiene tantas solicitudes tú mueres en el ranking, entonces sucede que esta forma de trabajar el delivery, este formato, nos permitió 1, mantener el negocio, porque empezamos humildemente con muy poca venta y hasta que terminó la pandemia nosotros éramos el sustento, prácticamente un 80% de lo que necesitaba el restaurant, obviamente con todo reducido, las compras, los costos, todo, entonces en ese sentido nos dejó mucho, poder subsistir por nuestros propios méritos y fuerza.

Y en cuanto a nuevas estrategias por ejemplo, tengo entendido que levantaron una modalidad de arriendo de espacios también

Mira eso también se hacía antes pero se hacía con otro segmento que eran las universidades, los directores de las universidades, reuniones de negocios básicamente, hoy día nosotros abrimos y bajamos nuestra expectativa y apuntamos al cumpleaños, a una pyme que necesita un espacio y en algún minuto abrimos las puertas a todo tipo de necesidades y eso hoy día está beneficiado porque obviamente nosotros no cobramos lo que le cobramos a todos, le cobramos mucho menos, no mucho más, porque claro hay una inversión, hoy día todo el sistema está súper tocado y nosotros estamos súper conscientes de eso y no queremos abusar de eso, queremos dar la oportunidad de que este restaurant sea conocido y en el tiempo el boca a boca abrirse a la comunidad.

Por otro lado, ¿qué ventajas y/o desventajas han percibido producto de las tecnologías digitales?

Mira yo creo que de las redes sociales yo puedo hablar muchas cosas buenas porque como te digo, yo me levantaba en la mañana y ese menú que decidía el chef el día anterior yo lo debía retomar en una aplicación y hacía el diseño y buscar la forma de llegar a más público de una manera amistosa y no invasiva, entonces igual fue como fino y delicadamente para que hiciera efecto y se logró porque nosotros diferenciamos al cliente de la noche, al cliente del día, los separamos en edades.

¿Levantaron algo así como un estudio de mercado?

De mercado, porque nosotros queremos que tú nos recibas la información siempre con tú permiso de que yo necesito esta información a esta hora, los separamos por edades, entonces créeme que así podemos decir orgullosamente que hasta el día de hoy estando abiertos funciona, yo salgo a repartir los pedidos todavía, de repente tengo una persona que nos apoya que en algún minuto (...) Eso te quería comentar que tiene relación con las preguntas anteriores y se me había ido, que en algún minuto yo en la cocina tenía 2 personas, una en el día y una en la noche y en la noche empezó a crecer, se empezó a vender más y las exigencias fueron subiendo, entonces en algún minuto empezamos a tener problemas en la noche por la carga de trabajo y él renunció de un día para otro y no pude conseguir a nadie y me tuve que meter yo a la cocina y a raíz de eso por la desesperación tomé la bicicleta y fui a recorrer sede por sede las universidades e institutos

de gastronomía, me acerqué a los directores de carrera, fui a audiencias, fui a reuniones y hoy día somos sede del Duoc, del IPChile y del ENAC.

¿Para la práctica profesional?

Exacto, pero no con el fin de abusar, dar la oportunidad para las prácticas laborales, sino que con la esperanza de encontrar una persona con las capacidades y ganas de en conjunto crecer, eso se ha logrado un par de veces hemos tenido más de 10, 12 personas dando la práctica desde ese tiempo hasta ahora que no debe ser yo creo que hace un año y con la voluntad de las personas acá se ha hecho de forma transversal el conocimiento, desde la barra, el "mise en place", cuarto frío, cuarto caliente, entonces todo eso ha sido un aprendizaje, de hecho hoy día, la señora que anda por acá ella tiene 67 años y era estudiante en práctica del DUOC y hoy ella está contratada y tenemos otro muchacho que tiene 20 años y también es del DUOC y viene en los tiempos muertos que tiene de estudio.

En el corto tiempo que llevan acá se han vinculado con varias organizaciones diferentes

Sí, nos sentimos súper orgullosos porque el tema humano es el que privilegia, eso en cada movimiento, en cada decisión que tomo se refleja, es una consecuencia.

ANEXOS

IDEAS BASE PROPUESTA BRAINSTORMING

CLASIFICACIÓN DE IDEAS

MODO EN QUE SE VISUALIZA LA INFO. EN LA PLATAFORMA

	Innovación	Factibilidad
A través del tipo de relación que se ve generando se va viendo capas de info. tipo página de envisioning en un mapeo (automático)		
Plataforma dinámica muestra collage aleatorio de música, texto, videos, fotos y audios (tipo moodboard) - también tiene menú		
Foto selfie tipo glit que se muestra y cuando a uno le interesa uno la selecciona y se abre el video		
RA videos con sonido e imágenes de como era antes ej. ferroviario		

CLASIFICACIÓN DE IDEAS

FORMAS DEL INTERMEDIARIO

	Innovación	Factibilidad
Un stencil se escanea y aparece un video (código QR)		
Quizás no tiene orientación vertical sino horizontal (puede estar en el suelo)		
Sticker video que cambia según indicación del smartphone		

ANEXOS

IDEAS BASE PROPUESTA BRAINSTORMING

CLASIFICACIÓN DE IDEAS

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

Reuniones temáticas por rubro x zoom, luego esto facilita las reuniones interregionales e internacionales de los usuarios x rubro - convenciones en pueblos chicos / solo te avisa si te registraste en el rubro

Innovación



Factibilidad



Cuando canjeas algo x participación en la app te dan un sticker con QR o algo que si le sacas foto te lleva a un filtro de Instagram/ coleccionar con lugares



Museo organiza exposición donde muestra los testimonios



Luego de cierta cantidad de metas de vinculación envía una notificación a usuarios tipo ¡Logramos llegar a...!



Proyecciones en los edificios



CLASIFICACIÓN DE IDEAS

MODO DE INTERACCIÓN CON EL INTERMEDIARIO

Sacar foto con filtro de Instagram que reconoce mi estado de ánimo y algo cambia/ Podría reconocer tu edad y mostrarte cómo era cuando naciste

Innovación



Factibilidad



Tomar posición según tiempo, clima y entorno (app da diferentes indicaciones variables)



Al hacer un patrón de movimiento con el celular se activa algo si tienes la app



Al pisar se ve el pavimento antiguo y se puede ver como sería en el futuro



Al pisar una zona se activa algo puede ser un sonido o frases de poetas testimonios Al pisar se ve el mensaje que dejó alguien, cada uno deja su marca



ANEXOS

IDEAS BASE PROPUESTA ASOCIACIÓN FORZADA

GENERANDO IDEAS

ESTÍMULO Historieta

MODO DE INTERACCIÓN CON INTERMEDIARIO

Innovación

Factibilidad

Puedo responder dibujando, incluso sobre la imagen del lugar, desde varias perspectivas



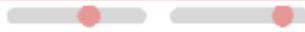
Puedo omitir preguntas con el gesto de cambiar la página proyectando el patrimonio y no táctil en el celular



Hay cuadros con respuestas o palabras clave que voy ordenando tipo tetris para hacer la respuesta que quiero



Debe tomar una foto para graficar cómo se siente, esta se interpreta por facciones



VISUALIZACIÓN DE LA PREGUNTA

Innovación

Factibilidad

Cuadrícula que se va desdiferenciando tipo puzzle según voy contestando



Una historieta del usuario con avatar donde va rellenando con respuestas y se va generando una historia (Cuadro final es proyección y cómo imagino ese patrimonio)



ESTÍMULO Aurora Boreal

MODO DE INTERACCIÓN CON INTERMEDIARIO

Innovación

Factibilidad

A la respuesta de ¿Cómo te hace sentir? asociar colores en vez de respuestas textuales



Las preguntas salen por audio, uno contesta por voz (llamada o audio de whatsapp)



CONTENIDO DE LA PREGUNTA

Se pregunta cómo variaría tu respuesta si tomaras otro rol (un niño del futuro, un anciano, un ciego)



Preguntas varían según clima, hr, día, temporada del año (se adaptan y preguntan cosas específicas)



VISUALIZACIÓN DE LA PREGUNTA

Innovación

Factibilidad

Orden de las preguntas se mueve al azar



Las preguntas no siempre aparecen, como fenómenos naturales hay que pillarlas



Con AR preguntas se proyectan en el mobiliario público



Se escoge un color y según eso me aparece una pregunta



POST-RESPUESTA

Plataforma me muestra quién opinó como yo



La plataforma emite un sonido según tu respuesta (tipo reacción)



ANEXOS

EVALUACIÓN PROPUESTAS BASE

PROPUESTA N°1 COLECCIONABLES INDIVIDUALES	PROPUESTA N°2 COLECCIONABLES COLECTIVOS	PROPUESTA N°3 SUPERPOSICIÓN DE CONTEXTOS	PROPUESTA N°4 MONITOREO DE HÁBITOS
ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS POSITIVOS
<ul style="list-style-type: none"> - Libre elección de retos (+interés +conveniencia) - Noción de coleccionismo - Curaduría participativa a través de ejecución de retos - Gamificación (azar) /interés/ ver patrimonio según contexto - Gratificación 	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma colaborativa - Énfasis en ciertos lugares (muro coleccionables) - Noción de comunidad - Noción de coleccionismo - Curaduría participativa - Gratificación 	<ul style="list-style-type: none"> - Convivencia entre actores - Discusión grupal sobre el patrimonio - Curaduría participativa - Proteger la memoria/ nostalgia - Noción del contexto/lugar - Genera comunidad al recopilar experiencias similares - Gratificación 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de la interacción con el espacio - Plataforma colaborativa (crowdsourcing) - Creación de microcomunidades - Música apela a sentimientos más profundos - Comunicación más personal (audio) - Levantamiento de iniciativas colectivas - Conocer perspectiva de otras personas - Anonimato elude prejuicios iniciales - Gratificación
ASPECTOS NEGATIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> - Especificidad de las condiciones de aparición - Sistema individual - Gratificación por conveniencia - No entrega espacio para la interacción entre actores 	<ul style="list-style-type: none"> - Limite en elección de retos - Dependencia de un otro* - Seguridad ante robos (coleccionables- celular) - Gratificación por conveniencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de convocatoria (nº) inicial - Necesidad de RRHH /crear filtros - Falta relación entre fotos y ¿? - Necesidad de repetir el hito para abordar nuevos lugares - Enfoque en patrimonio material - Qué diferencia el filtro de pantalla verde? 	<ul style="list-style-type: none"> - Privacidad de los datos - Requiere tiempo de alimentar base de datos* "compañías" - Posible sectorización - Mayor logística en sistematización - ¿Cómo saber que realmente se reunieron? - Enfoque en patrimonio material

ANEXOS

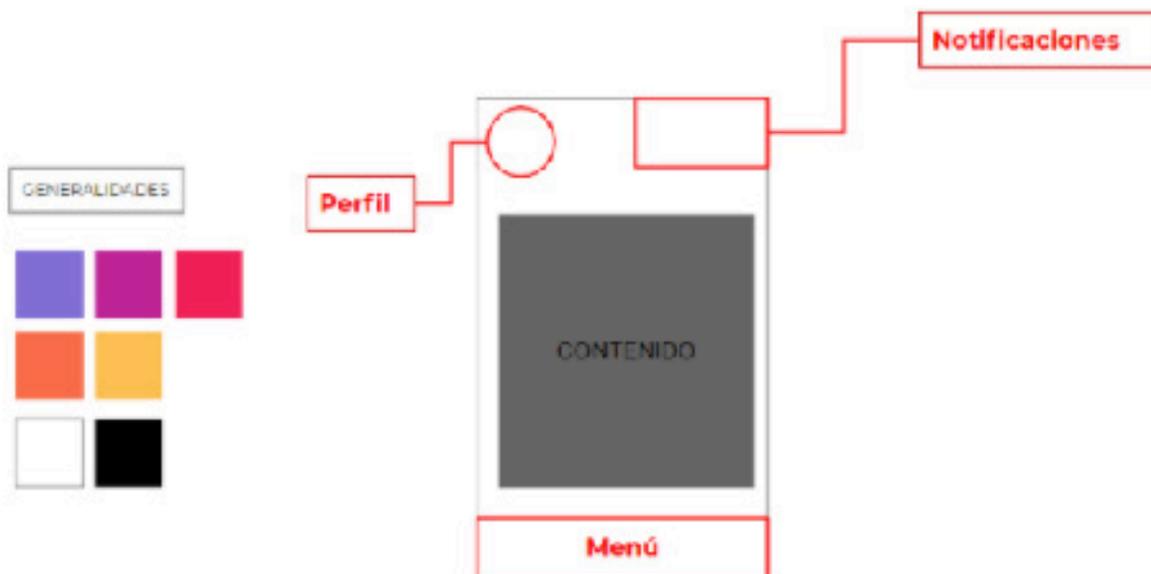
EVALUACIÓN PROPUESTAS BASE

PROPUESTA N°1 COLECCIONABLES INDIVIDUALES	PROPUESTA N°2 COLECCIONABLES COLECTIVOS	PROPUESTA N°3 SUPERPOSICIÓN DE CONTEXTOS	PROPUESTA N°4 MONITOREO DE HÁBITOS
CREACIÓN DE RETOS	CREACIÓN DE RETOS	DEFINICIÓN DE PAUTA DIÁLOGO PATRIMONIO Y ACTIVIDAD	DEFINICIÓN DE PERMISOS
CREACIÓN DE COLECCIONABLES	CREACIÓN DE COLECCIONABLES	DIFUSIÓN DE ACTIVIDAD	DETERMINACIÓN PARÁMETROS SIMILITUD
DETERMINACIÓN DE CONDICIONES DE APARICIÓN	DETERMINACIÓN DE PARÁMETROS PARA LOGRAR META	REGISTRO DE LA ACTIVIDAD	DETERMINACIÓN PARÁMETROS ELABORACIÓN SUGERENCIAS STANDART
LOCALIZACIÓN DE PUNTOS DE APARICIÓN	DETERMINACIÓN LUGARES DE MURO COLECTIVO	SISTEMATIZACIÓN DEL REGISTRO DE LA ACTIVIDAD	DEFINICIÓN DE ASPECTOS A CONSIDERAR PARA CONCLUSIONES
DETERMINACIÓN DE GRATIFICACIONES	DETERMINACIÓN DE GRATIFICACIONES	SISTEMATIZACIÓN DEL REGISTRO DE LA ACTIVIDAD	DETERMINACIÓN DE GRATIFICACIONES
		DISEÑO DE FILTRO	
		EJECUCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑA FOTOS	
		DEMARCACIÓN POSICIÓN FOTO	
		DEFINICIÓN DE PREGUNTAS	
		DETERMINACIÓN DE GRATIFICACIONES	

PROPUESTA N°1 COLECCIONABLES INDIVIDUALES	PROPUESTA N°2 COLECCIONABLES COLECTIVOS	PROPUESTA N°3 SUPERPOSICIÓN DE CONTEXTOS	PROPUESTA N°4 MONITOREO DE HÁBITOS
REPLICABLE ● ● ● ○ ○	REPLICABLE ● ● ● ○ ○	REPLICABLE ● ● ○ ○ ○	REPLICABLE ● ● ● ● ○
LLAMATIVO ● ● ● ○ ○	LLAMATIVO ● ● ● ● ○	LLAMATIVO ● ● ● ● ○	LLAMATIVO ● ● ● ○ ○
ESTRATÉGICO ● ● ○ ○ ○	ESTRATÉGICO ● ● ○ ○ ○	ESTRATÉGICO ● ● ● ○ ○	ESTRATÉGICO ● ● ● ● ●

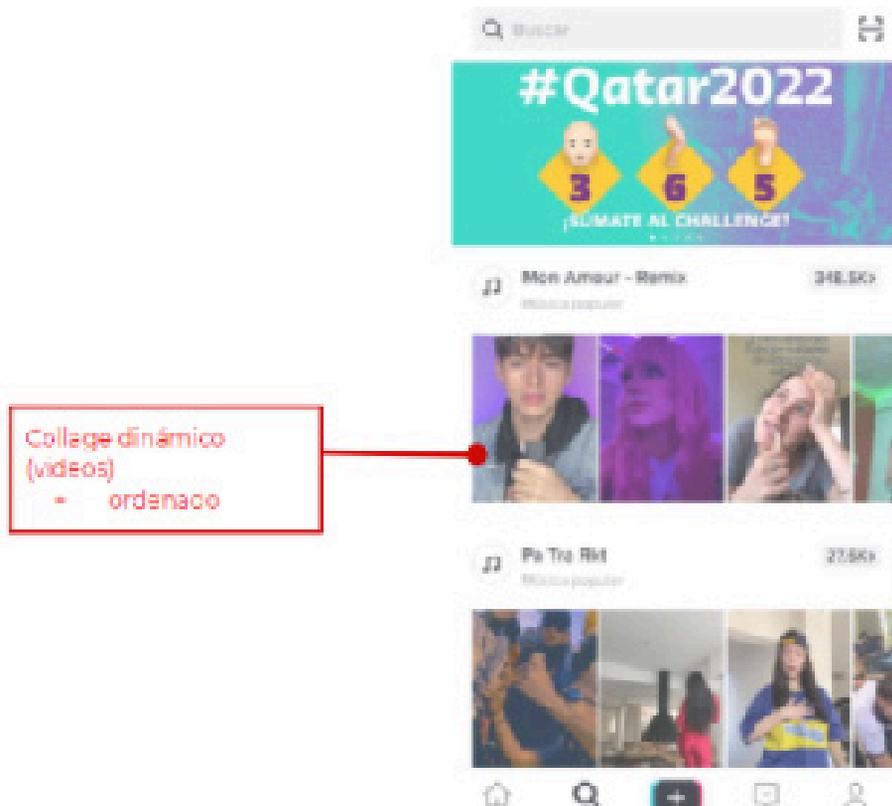
ANEXOS

ANÁLISIS REDES SOCIALES



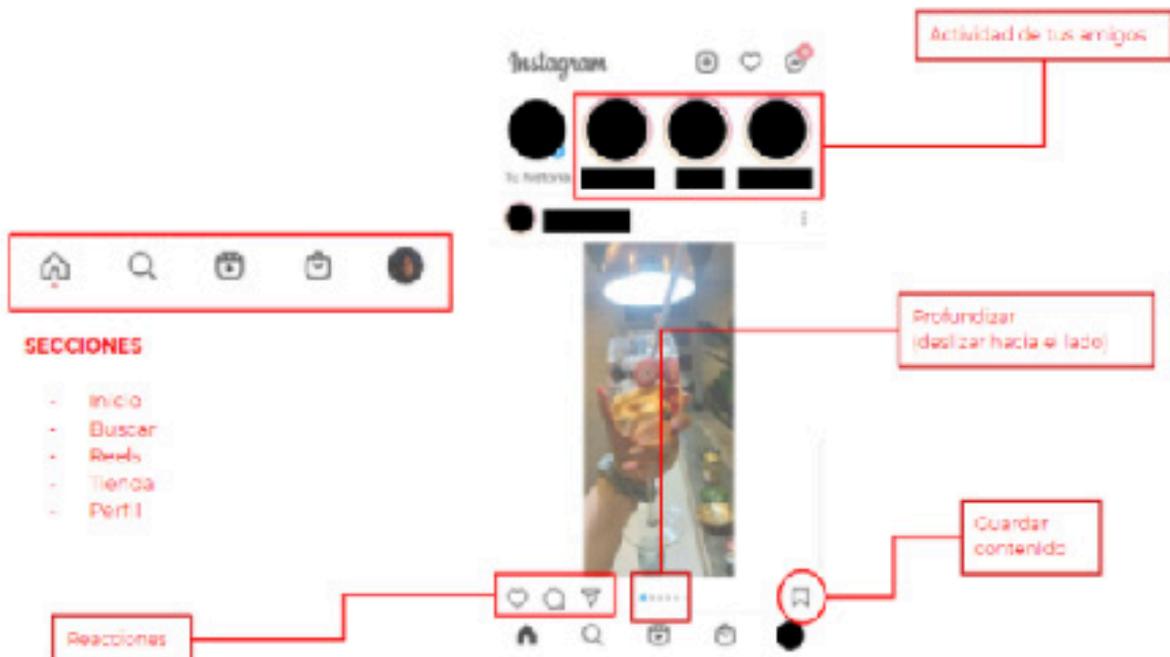
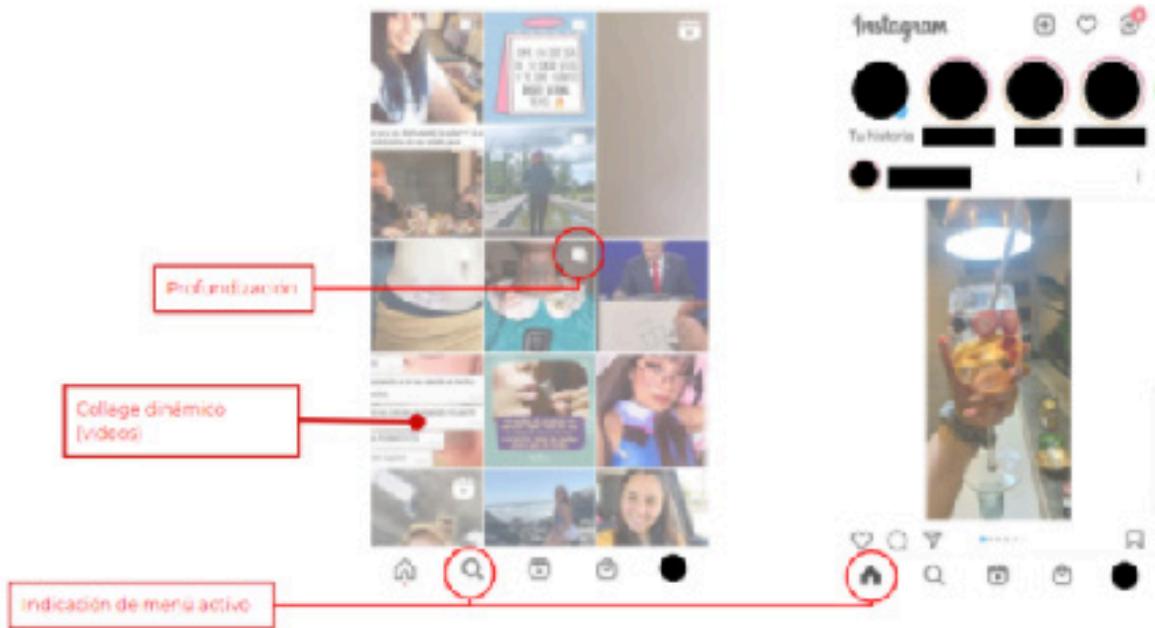
ANEXOS

ANÁLISIS REDES SOCIALES



ANEXOS

ANÁLISIS REDES SOCIALES



ANEXOS

ANÁLISIS REDES SOCIALES

- Lanzada Julio 2020
- 55.000 suscritos (Agosto 2020)
- Tiene variación de temáticas mensuales
- Pretenden crear perfil empresas para retos internos
- iLippi / Picálos ya / Kayser / CCU

The screenshot shows the EcoHeroes app interface. At the top, there are three tabs: 'Disponibles', 'En curso', and 'Revisión'. Below these are four challenge cards, each with an illustration, a title, a location, and a reward. The bottom navigation bar contains five icons: a magnifying glass, a trash can, a document, a star, and a person.

Annotations include:

- Estado de retos**: Points to the top navigation tabs.
- Menú**: Points to the bottom navigation bar.
- Ubicación**: Points to the location field in the 'Rescata comida' challenge card.
- Auspiciador**: Points to the EcoHeroes logo in the challenge card.
- Recompensa**: Points to the '1 mes gratis!' reward box in the challenge card.

The left screenshot shows the 'Ranking' screen. It features a header with 'Ranking', 'Sorteos', and 'Metas'. Below is a section for 'Mis puntos acumulados' and a list of users with their scores and social media handles.

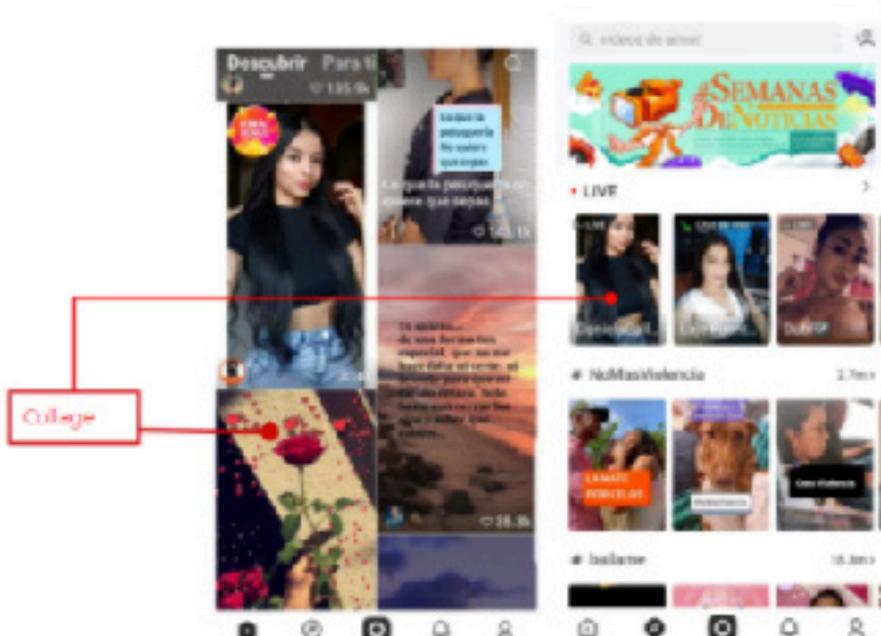
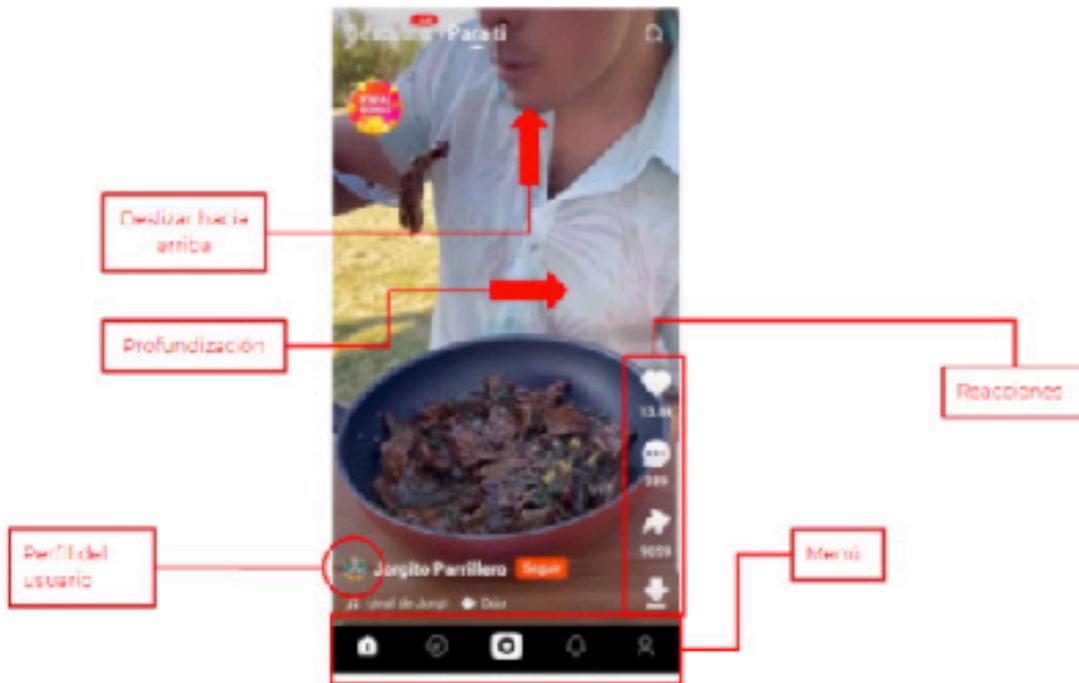
The right screenshot shows the 'Metas' screen. It displays the user's current level ('Nivel 4: Semilla') and points ('3 Puntos'). Below are two progress bars for challenges: 'Alimentación sustentable' and 'Aplica las 3R de la Ecología'.

Annotations include:

- RRSS asociadas**: Points to the social media handles in the ranking list.
- Posición en relación a otros**: Points to the user's position in the ranking list.
- Avanza según nivel de cumplimiento**: Points to the level and points indicators.
- Progreso**: Points to the progress bars for the challenges.

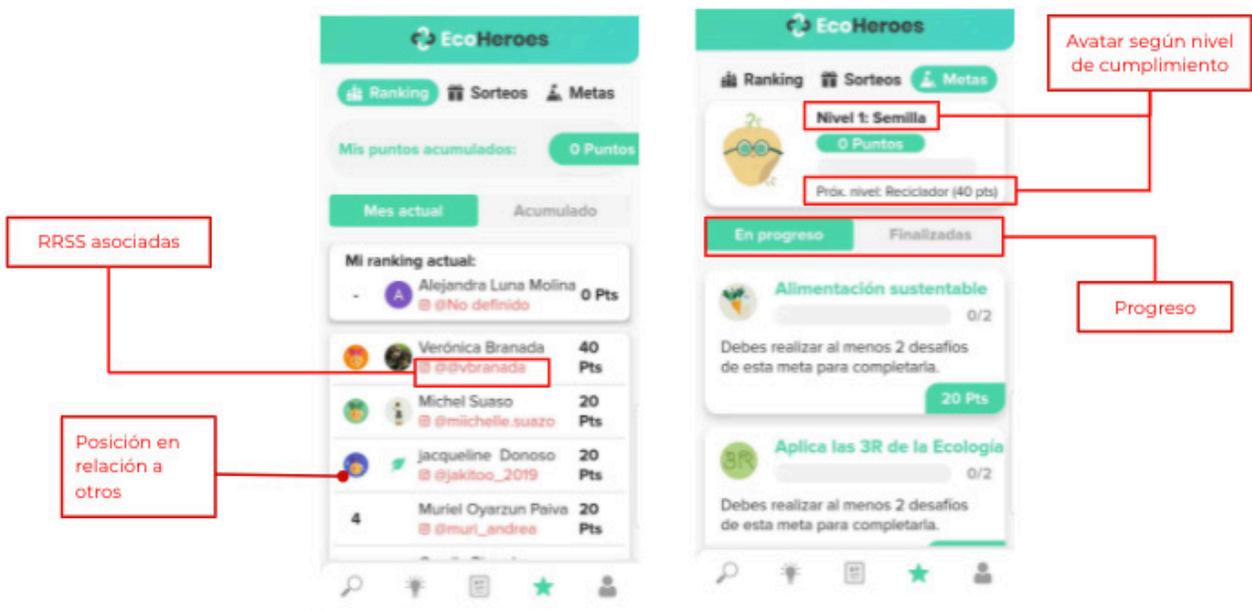
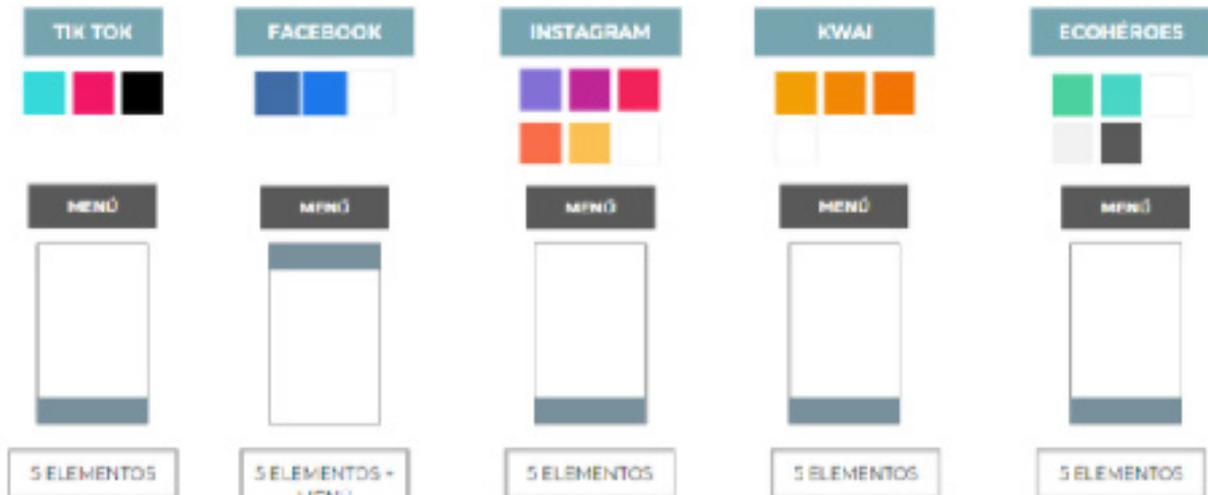
ANEXOS

ANÁLISIS REDES SOCIALES



ANEXOS

ANÁLISIS REDES SOCIALES



ANEXOS

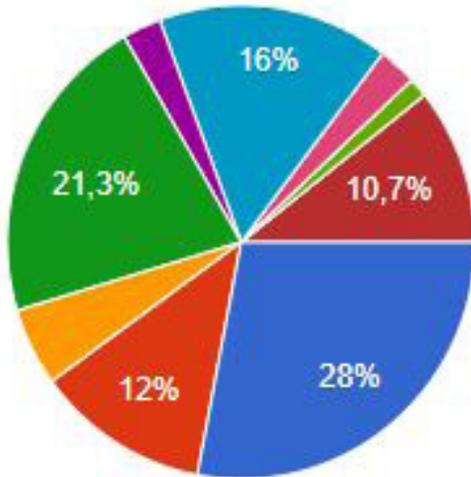
ENCUESTA BARRIO REPÚBLICA PLATAFORMA COMUNITARIA



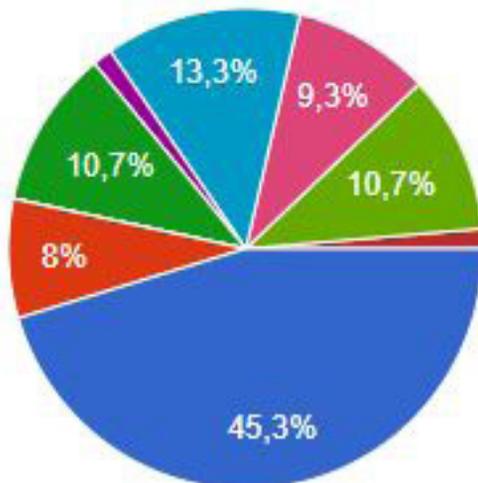
ANEXOS

RESULTADOS ENCUESTA PALETA COLORES APP

¿QUÉ PALETA DE COLORES RELACIONA
MAYORMENTE CON EL CONCEPTO DE CARISMA?



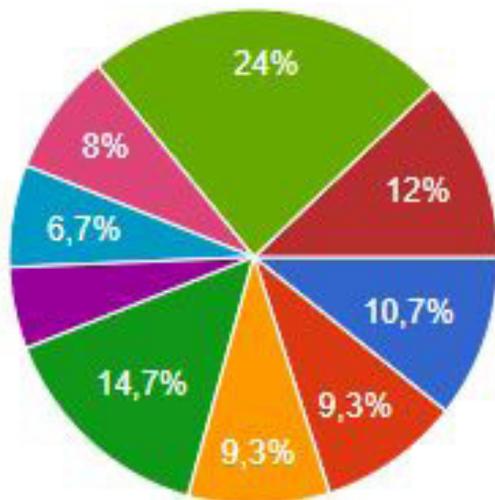
¿QUÉ PALETA DE COLORES RELACIONA MAYORMENTE
CON EL CONCEPTO DE DINAMISMO?



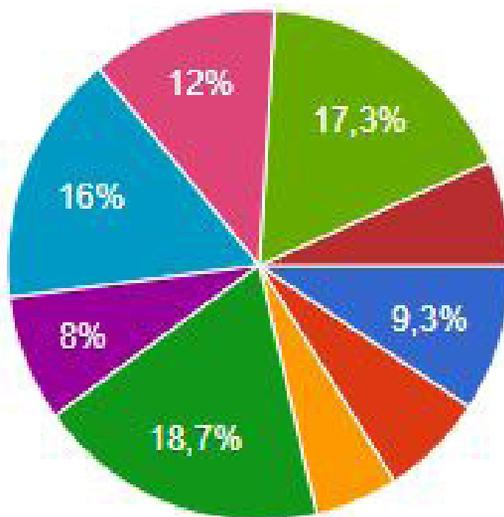
ANEXOS

RESULTADOS ENCUESTA PALETA COLORES APP

¿QUÉ PALETA DE COLORES RELACIONA
MAYORMENTE CON EL CONCEPTO DE
CONFIABILIDAD?

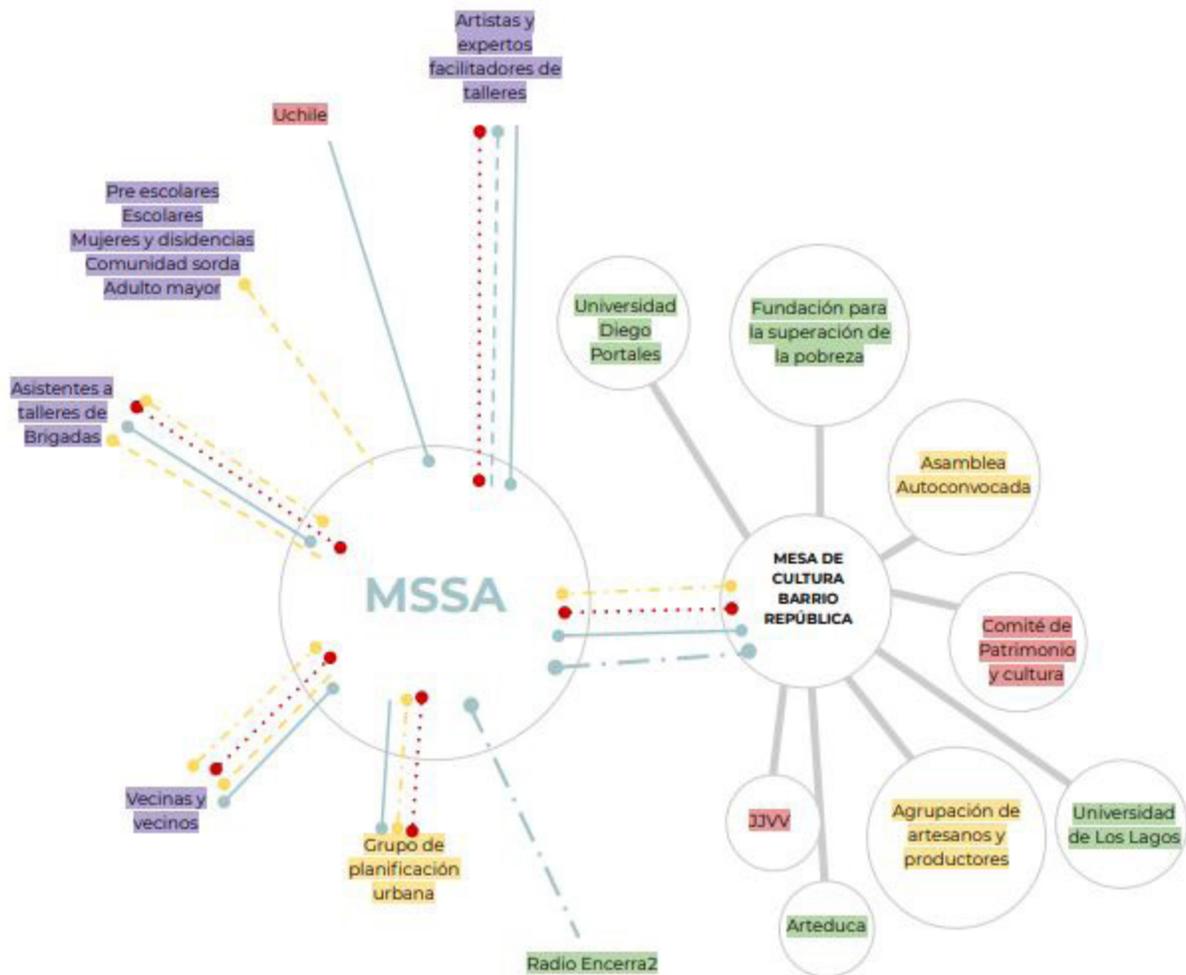


¿QUÉ PALETA DE COLORES RELACIONA MAYORMENTE
CON EL CONCEPTO DE VANGUARDIA?



ANEXOS

VÍNCULOS ENTRE MSSA Y OTROS ACTORES



Privada:5

Pública:3

Grupos de la sociedad civil: 3

Individuos independientes:8

INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

23 Instituciones

INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN INICIAL

3 Instituciones

OTRAS INSTITUCIONES EDUCACIONALES

- Escuela latinoamericana de medicina tradicional China
- Uabiertaler

INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN BÁSICA Y/O MEDIA

7 Instituciones

33 Instituciones educaciones

ORGANIZACIONES DEL BARRIO REPÚBLICA

ORGANIZACIONES RELIGIOSAS

- Iglesia Evangélica
- Centro de estudios Gnósticos
- Conferencia episcopal Chile
- Centro de formación cristiana internacional
- Instituto bíblico nacional de Chile
- Templo Hare Krishna
- Iglesia San Lázaro

7 Organizaciones religiosas

INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y CORPORACIONES

- Carabineros de Chile
- Estación médica San Emilio
- Compañía de Bomberos
- Archivo judicial de Santiago
- Ejército de Chile

**5 Instituciones gubernamentales y
corporaciones**

ANEXOS

ORGANIZACIONES DEL BARRIO REPÚBLICA

FUNDACIONES Y ONGS

- Fundación para la capacitación (FUCAP)
- Fundación Las Rosas
- CENDA (Fundación Centro de Estudios Nacionales de Desarrollo Alternativo)
- Fundación para la superación de la pobreza

4 Fundaciones y ONGS

ASOCIACIONES GREMIALES

- Sindicato nacional de músicos y artistas chilenos (SINAMUARCHI)
- Confederación de trabajadores del cobre
- Sindicato nacional de carteros de Chile
- Asociación de guías de scout*
- Agrupación de artesanos y productores

5 Asociaciones gremiales

INSTITUCIONES CULTURALES

- Gran Circo Teatro
- Cenfoto
- Arteduca
- Colectividad Helénica de Santiago
- Centro de Ciencia y cultura de Rusia
- Sagrada Mercancía
- Comité de patrimonio y cultura
- Biblioteca Nicanor Parra

8 Instituciones culturales

GRUPOS DE LA SOCIEDAD CIVIL

- Asamblea autoconvocada
- Comedor popular Margarita Ancacoy
- República Circular
- Grupo de Planificación Urbana
- Junta de Vecinos*
- Repubike
- Banco del tiempo
- Radio Encerra2
- Troquiñ Cooperativa de abastecimiento
- Grupos deportivos organizados
- Asamblea Feminista (República de las que luchan)
- Comité de vivienda Latorre
- Grupo de olla común independiente
- Vecinos
- Negocios locales
- Trabajadores externos al barrio

9 Organizaciones sociales

2 Grupos deportivos*

1 Grupo de medios de comunicación

1 Asociación de organización territorial

ANEXOS

SELECCIÓN POSIBLES USUARIOS DEL BARRIO REPÚBLICA

Actor	Motivo de elección
Compañía de Bomberos	Iniciativas innovadora de financiamiento - Restaurant
CENDA (Fundación Centro de Estudios Nacionales de Desarrollo Alternativo)	Investigación sobre temáticas sociales
Sindicato nacional de músicos y artistas chilenos (SINAMUARCHI)	Organización activa en el rubro artístico
Agrupación de artesanos y productores	Patrimonio inmaterial y organización para venta
Centro cultural Gran Circo Teatro	Organización activa en el rubro artístico e ícono en el área
CENFOTO (Centro del Patrimonio Fotográfico de la Universidad Diego Portales)	Org. con funcionamiento similar a un museo, activo en el rubro artístico y se ha relacionado con otros museos
Colectividad Helénica de Santiago	Fomento de actividades interculturales, ha participado del día del patrimonio por su inmueble
Centro de Ciencia y cultura de Rusia	Fomento de actividades interculturales, enfatiza en los artistas rusos (salas de exposición), busca un enfoque de alianzas interdisciplinarias y fomenta intercambio educacional
Sagrada Mercancía	Organización activa en el rubro artístico con perspectiva crítica
Biblioteca Nicanor Parra UDP	Fomenta el espacio abierto de acceso a la comunidad, lugar de encuentro
Comedor popular Margarita Ancacoy	Referente importante en torno a las prácticas museo y barrio en pandemia
Repubike	Organización relativamente nueva, han organizado varios recorridos y se encuentra en auge
Banco del tiempo	Dinámica de intercambio de servicios sin fines de lucro
Troquiñ cooperativa de abastecimiento	Organización que se ha mantenido, establece relación con el grupo de huerta del museo
Comité de vivienda La Torre	Espacio que está logrando contrarrestar el abandono de un inmueble, han organizado varias actividades culturales para la comunidad
Restaurantes	Espacio de encuentro, auge en desconfinamiento
Cafeterías	Espacio de encuentro, auge en desconfinamiento
Pubs	Espacio de encuentro, auge en desconfinamiento, a veces incluyen presentaciones artísticas
Estudios de tatuaje	Organización activa en el rubro artístico, auge en los últimos años

ANEXOS

PRIORIZACIÓN POSIBLES USUARIOS BARRIO REPÚBLICA

Actor	Clasificación	Complejidad media de organización interna	Enfocado en actividades artísticas	Estabilidad del flujo de cant. de personas	No vinculación activa con el museo	Disposición de un inmueble	Vocación de servicio público	Puntaje
Compañía de Bomberos	Organización pública	0	0	4	5	5	5	19
CENDA (Fundación Centro de Estudios Nacionales de Desarrollo Alternativo)	Fundación	5	0	4	5	5	5	24
Sindicato nacional de músicos y artistas chilenos (SINAMUARCHI)	Asociación Gremial	4	5	3	5	5	3	25
Agrupación de artesanos y productores	Asociación Gremial	0	5	2	3	0	2	12
Centro cultural Gran Circo Teatro	Organización cultural	5	5	5	4	5	4	28
CENFOTO (Centro del Patrimonio Fotográfico de la Universidad Diego Portales)	Organización cultural	5	5	5	3	4	4	26
Colectividad Helénica de Santiago	Organización cultural	4	2	4	5	5	3	23
Centro de Ciencia y cultura de Rusia	Organización cultural	3	4	2	5	5	4	23
Sagrada Mercadería	Organización cultural	2	5	4	5	5	3	24
Biblioteca Nicanor Parra UDP	Organización cultural	2	1	4	3	5	5	20
Comedor popular Margarita Ancaoy	Grupo de la soc. civil	2	0	2	3	0	5	12
Repubike	Grupo de la soc. civil	1	0	3	4	0	4	12
Banco del tiempo	Grupo de la soc. civil	2	3	1	5	0	5	16
Troquiñ cooperativa de abastecimiento	Grupo de la soc. civil	4	0	3	3	2	5	17
Comité de vivienda La Torre	Grupo de la soc. civil	2	2	3	4	5	4	20
Restaurants	Comercio	3	0	4	5	5	0	17
Cafeterías	Comercio	3	1	4	5	5	0	18
Pubs	Comercio	3	2	4	5	5	0	19
Estudios de tatuaje	Comercio	2	5	2	5	4	0	18

Actor	Clasificación	Complejidad media de organización interna	Enfocado en actividades artísticas	Estabilidad del flujo de cant. de personas	No vinculación activa con el museo	Disposición de un inmueble	Vocación de servicio público	Puntaje
Compañía de Bomberos	Organización pública	0	0	4	5	5	5	19
CENDA (Fundación Centro de Estudios Nacionales de Desarrollo Alternativo)	Fundación	5	0	4	5	5	5	24
Sindicato nacional de músicos y artistas chilenos (SINAMUARCHI)	Asociación Gremial	4	5	3	5	5	3	25
Agrupación de artesanos y productores	Asociación Gremial	0	5	2	3	0	2	12
Centro cultural Gran Circo Teatro	Organización cultural	5	5	5	4	5	4	28
CENFOTO (Centro del Patrimonio Fotográfico de la Universidad Diego Portales)	Organización cultural	5	5	5	3	4	4	26
Colectividad Helénica de Santiago	Organización cultural	4	2	4	5	5	3	23
Centro de Ciencia y cultura de Rusia	Organización cultural	3	4	2	5	5	4	23
Sagrada Mercadería	Organización cultural	2	5	4	5	5	3	24
Biblioteca Nicanor Parra UDP	Organización cultural	2	1	4	3	5	5	20
Comedor popular Margarita Ancaoy	Grupo de la soc. civil	2	0	2	3	0	5	12
Repubike	Grupo de la soc. civil	1	0	3	4	0	4	12
Banco del tiempo	Grupo de la soc. civil	2	3	1	5	0	5	16
Troquiñ cooperativa de abastecimiento	Grupo de la soc. civil	4	0	3	3	2	5	17
Comité de vivienda La Torre	Grupo de la soc. civil	2	2	3	4	5	4	20
Restaurants	Comercio	3	0	4	5	5	0	17
Cafeterías	Comercio	3	0	4	5	5	0	17
Pubs	Comercio	3	1	4	5	5	0	18
Estudios de tatuaje	Comercio	2	5	2	5	4	0	18