



UNIVERSIDAD DE CHILE
Escuela de Postgrado
Facultad de Artes

CULTURA ARQUITECTÓNICA,

Estrategias de mediación para el fomento de la arquitectura como práctica cultural.

Tesis investigación para la obtención del grado de Magíster en Gestión Cultural

Santiago de Chile, junio 2013

Autora: Paola Mora Díaz

Profesor guía: Dr. Cristóbal Bianchi

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Cristóbal Bianchi, profesor guía de la presente tesis, quien desde un principio expresó su interés en la temática escogida, y cuya preocupación y constante exigencia, permitieron que siguiera adelante con mi investigación.

Agradezco también a los profesionales que se hicieron parte de esta tesis, aportando con material fundamental mediante sus inspiradoras experiencias, las cuales fueron compartidas en las entrevistas realizadas: a Cristóbal Molina, coordinador del Área de Arquitectura del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; al arquitecto Sebastián Gray; a Leonardo Ordoñez, Gerente de “Santiago Creativo”, y a Cilly Jansen, Directora de Architectuur Lokaal, Amsterdam.

Especialmente quisiera agradecer la compañía y apoyo permanente de mi madre a lo largo de este proceso, la incondicionalidad de mi padre, las palabras de aliento de mi hermano cuando el trabajo se dificultaba y las largas conversaciones con mi compañero, Henry Bauer, y mis amigas de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile, quienes aguantaron pacientemente mis desapariciones a causa del estudio y mis obsesiones monotemáticas.

RESUMEN

Esta investigación busca analizar e instalar en el ámbito de políticas públicas el concepto “**cultura arquitectónica**” (*building culture*), definido como el grado de conocimiento que una persona tiene de ciertos referentes arquitectónicos y urbanos, junto a la valoración que la ciudadanía hace de su entorno construido. Bajo esta premisa, la tesis define la arquitectura chilena contemporánea como una expresión propia del ámbito cultural y busca proponer **formas de mediación entre la disciplina y la ciudadanía**, como fomento a su industria creativa y ampliación de accesos a las prácticas culturales que se desprenden de ella.

El trabajo define como hipótesis, que el desarrollo de políticas culturales basadas en la **mediación** y en **el consumo cultural desde un punto de vista sociológico**, permitiría el desarrollo de una “cultura arquitectónica” originada en el acercamiento de los ciudadanos a la disciplina de la arquitectura y a la comprensión de ésta como una expresión de cultura.

Para esto se plantea como objetivo identificar los lineamientos de la “Política Cultural Nacional 2011-2016” que pudieran servir en la definición de políticas sectoriales en Arquitectura; determinar la aplicación de los conceptos **consumo cultural, mediación e industria creativa** en la práctica cultural de la arquitectura; establecer las formas existentes de *participación cultural* en arquitectura; y desarrollar una propuesta cultural que permita un acercamiento de la ciudadanía a la arquitectura chilena contemporánea.

Se desarrollarán los conocimientos a lo largo de una tesis descriptiva y explicativa, cuya investigación consiste en el estudio de literatura referida a políticas culturales y la revisión de experiencias culturales desarrolladas en Chile y en el extranjero que han permitido la instancia de mediación entre el entorno urbano y la ciudadanía como parte activa de los procesos propios de la arquitectura.

El trabajo investigativo es de carácter exploratorio y cualitativo. Se realizaron encuestas a una muestra representativa de consumidores de cultura en el país y se entrevistó a actores relevantes en la formulación de políticas culturales en materia de arquitectura y sus alcances en la práctica cultural de la disciplina.

Los resultados de esta investigación demuestran que a través de prácticas culturales es posible entregar a la ciudadanía conocimientos que los acerquen a la producción arquitectónica actual, y que les permita ser parte de la construcción de una ciudad con mayores estándares de calidad de vida urbana. Esta información es utilizada para el diseño de un modelo de fomento a la producción arquitectónica, que compromete a actores públicos, privados y la sociedad civil.

INDICE

Índice de figuras	5
Glosario	6
Abreviaturas	7
I. INTRODUCCIÓN	8
1. Definición del problema	11
2. Justificación	13
3. Objetivos	14
4. Hipótesis	15
5. Metodología	16
II. LA ARQUITECTURA DESDE LA INSTITUCIONALIDAD CULTURAL	24
1. Política Cultural 2011 - 2016 y la incorporación del Área de Arquitectura al CNCA	25
2. Consumo cultural en arquitectura: apropiación y participación	33
3. Formación de audiencias, percepciones y mediación en arquitectura	39
4. Industria Creativa, arquitectura y producción cultural	47
III. CULTURA ARQUITECTÓNICA	53
1. Panorama cultural de la arquitectura en Chile	54
2. Mediación en arquitectura, una práctica incipiente en Chile	62
3. La arquitectura instalada en el campo cultural: Casos en el extranjero	78
4. Cultura arquitectónica, apropiaciones para un mejor entorno construido	93
IV. CONCLUSIONES	98
Bibliografía	105
Anexo 1: Definiciones de consumo cultural	111
Anexo 2: Encuestas de consumo cultural en arquitectura	113
Anexo 3: Entrevistas y sistematización de datos obtenidos	132

INDICE DE FIGURAS

- FIG. 1 Asistencia a eventos según sexo, edad y nivel socioeconómico (%). (CNCA 2011a)
- FIG. 2 Población que asiste a museos según sexo, edad y nivel socioeconómico. (CNCA, 2011a)
- FIG. 3 Diseño metodológico (Elaboración propia)
- FIG. 4 Resumen Política Cultural Nacional 2011 – 2016 (Elab. propia)
- FIG. 5 Estructura CNCA (Elabo. propia)
- FIG. 6 Objetivos de la Política Cultural relacionados con Arquitectura (Elab. propia)
- FIG. 7 Esquema fases del proceso de consumo económico (Elab. propia)
- FIG. 8 Esquema fases del ciclo de consumo cultural (Elab. propia)
- FIG. 9 Calificación de 6 disciplinas según su importancia para el desarrollo cultural del país
- FIG. 10 Calificación de 6 hitos arquitectónicos según la importancia en la vida cotidiana del encuestado
- FIG. 11 Grado de acuerdo respecto a las siguientes afirmaciones (Pregunta 7)
- FIG. 12 De las siguientes actividades relacionadas con la arquitectura, ¿en cuales ha participado en Santiago? (Pregunta 8)
- FIG. 13 Cruce de mayores frecuencias entre preguntas 7 y 8
- FIG. 14 Incorporación fase de mediación al ciclo de consumo cultural
- FIG. 15 Diagrama de la industria creativa como intersección de tres ámbitos
- FIG. 16 Cruce clasificaciones Industrias Creativas UNESCO 2009 y UNCTAD 2010 (Elab. propia)
- FIG. 17 Mapeo Industria Creativa Arquitectura (Elaboración propia)
- FIG. 18 Apariciones de arquitectura chilena en medios especializados extranjeros
- FIG. 19 Exposición Pezo Von Ellrichshausen en Galería Liga (Fuente: Plataforma Arquitectura)
- FIG. 20 Esquema de las implicancias de la Cultura Arquitectónica

GLOSARIO

En el transcurso de esta investigación nos referiremos a ciertos conceptos que en su uso cotidiano tienen más de una interpretación o bien no existe un consenso respecto a su definición. A continuación entregamos un listado de conceptos clave y la interpretación que utilizaremos al referirnos a cada uno de ellos para efectos de esta tesis:

Consumo: Se entiende como un conjunto de procesos socioculturales en los que se realiza una apropiación y uso de los productos, pasando a jugar un papel fundamental en el desarrollo simbólico y cultural de las sociedades.

Bien cultural: Producto en el que prevalece el valor simbólico y estético sobre los utilitarios y mercantiles y cuyos procesos de apropiación prevalecen sobre los valores de uso y cambio. Estos bienes son producidos y consumidos en circuitos diferenciados.

Consumo cultural: Distintos tipos de apropiación de un bien cultural, cuyo uso requiere de ciertos conocimientos especializados y espacios de mediación para su fomento. Los bienes pueden ser adquiridos mediante una transacción económica o no.

Industria Creativa: Conjunto de las actividades culturales y la producción artística o cultural en la que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo substancial. Su importancia radica en las oportunidades económicas que genera, junto con la promoción de la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano. A través de las industrias creativas es posible comprender el alcance del sector cultural en el desarrollo de las naciones y sus diferentes estructuras de funcionamiento.

Acceso a la cultura: Democratización del derecho a la participación ciudadana en el campo de la cultura

Participación ciudadana: Se comprende como aquella acción mediante la cual la ciudadanía, tanto individual como organizada, se involucra en las decisiones que le afectan.

Mediación: Espacio que permite generar un intercambio de contenidos culturales teniendo por finalidad incrementar una demanda de la ciudadanía desde el conocimiento de un bien y servicio cultural particular. Esta instancia surge de la percepción y comprensión de la interacción entre la producción de un bien o servicio cultural y su consumo.

Mediación en Arquitectura: Espacio que propicia el fomento del interés y del conocimiento en la ciudadanía de temas vinculados con arquitectura y urbanismo, permitiendo una valoración y consecuente demanda de espacios y arquitectura pública de primer nivel.

Formación de audiencias: Estrategia de mediación que colabora en el desarrollo de públicos fidelizados para las artes. Mediante la vinculación del público con las manifestaciones artísticas se busca incentivar su interés y aumentar la demanda en cultura.

Cultura Arquitectónica: Grado de conocimiento que una persona tiene de ciertos referentes arquitectónicos y urbanos, junto a la valoración que la ciudadanía hace de su entorno construido.

ABREVIATURAS

AFFS – Architecture Film Festival Santiago

CA – Colegio de Arquitectos

CNCA – Consejo de la Cultura y las Artes

CMN – Consejo de Monumentos Nacionales

DIBAM – Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos

DIRAC – Dirección de Relaciones Asuntos Culturales

ENPCC – Encuesta Nacional de Participación y Consumos Culturales

e.p. – Entrevista personal

FONDART – Fondo Nacional de desarrollo cultural y las artes

GAM – Centro Cultural Gabriela Mistral

MAXXI – Museo Nacional del Arte del siglo XXI

MINEDUC - Ministerio de Educación

MINREL – Ministerio de Relaciones Exteriores

MINSAL – Ministerio de Salud

MINVU – Ministerio de Vivienda y Urbanismo

MoMA – Museum of Modern Art

MOP – Ministerio de Obras Públicas

PUC – Pontificia Universidad Católica de Chile

RAIC - The Royal Architectural Institute of Canada

UCH – Universidad de Chile

YAP – Young Architects Program

CAPITULO I
INTRODUCCIÓN

Desde 2010 el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), ha implementado diversos planes para promover la arquitectura nacional en el extranjero. El énfasis que se quiso dar a esta disciplina, se manifestó en algunos hechos, como la entusiasta participación del Ministro Luciano Cruz-Coke en eventos, entre ellos, la Bienal de Arquitectura en Venecia y la Bienal de Santiago desarrolladas ese mismo año. En marzo de 2011 el ministro anunció la incorporación de una nueva área destinada a la Arquitectura, cuyo fin sería potenciar el desarrollo profesional y la internacionalización de la disciplina, fortaleciendo su rol en la construcción de la imagen del país en el exterior. De acuerdo con las palabras del propio ministro: “se busca con esto potenciar la arquitectura moderna chilena como herramienta para difundir en el exterior que somos un país de grandes capacidades constructivas y creativas” (Cruz-Coke, 2011).

El trabajo de la nueva Área de Arquitectura del Consejo de la Cultura se dirige hacia la construcción de una política cultural de fomento de la Arquitectura, que se inscribe bajo los lineamientos de la “Política Cultural 2011-2016”, documento que enuncia el trabajo del CNCA para los próximos 5 años (Molina, 2011). Los principales lineamientos que aborda la Política Cultura son; **Promoción de las Artes**, en cuanto a creación y difusión, **Participación ciudadana**, relacionada con el acceso y formación de nuevas audiencias y **Patrimonio cultural**. (CNCA, 2011b).

El área de Arquitectura está inserta, junto a Diseño y Artesanía, en la sección de Artes en vías de Industrialización del Departamento de Fomento de las Artes e Industrias Creativas. El enfoque que se ha dado desde el CNCA, para el fomento de estas industrias creativas y el desarrollo de una política sectorial que se desprende de la nacional, es el de incentivar la **internacionalización, participación democrática y consumo cultural** de su producción artística-cultural. A partir de una evaluación superficial de estos aspectos, en relación a la producción arquitectónica en Chile, es posible apreciar varias situaciones que generan tensión respecto a cómo podrían desarrollarse programas de fomento a la arquitectura nacional como industria creativa, y la manera que se abordarían los aspectos relacionados a la formación de audiencias en arquitectura para aumentar el consumo cultural y democratizar la participación de la ciudadanía.

Respecto a la **internacionalización**, son los propios arquitectos quienes difunden sus obras en el extranjero, tanto en medios escritos especializados como en exposiciones. Como ya mencionamos, en el último tiempo el CNCA ha apoyado la presencia de obras arquitectónicas contemporáneas en Bienales, publicaciones y exposiciones, logrando generar un reconocimiento de la producción arquitectónica nacional a nivel internacional.

En relación a la **participación democrática** y **acceso** a la arquitectura como actividad cultural, ésta ha sido posible en muy pocos eventos. Uno de estos podrían ser las Bienales de Arquitectura que organiza el Colegio de Arquitectos, las cuales no han podido generar un impacto que traspase el propio campo disciplinar. Comparada con otras disciplinas artísticas, es difícil precisar si la producción arquitectónica es percibida por la ciudadanía como un aporte a la cultura del país que construye identidad nacional, o simplemente como una actividad profesional ajena a las prácticas culturales. La **participación de la ciudadanía** se ha podido constatar más fuertemente en agrupaciones de ciudadanos organizados que demandan una mayor calidad de vida en sus ciudades, a través de mejoras en la habitabilidad urbana y territorial y la puesta en valor del patrimonio inmueble que los caracteriza. Al respecto, es interesante considerar estrategias de **mediación** que permitan un interés de parte de la ciudadanía y una democratización de la participación.

Finalmente, resulta difícil identificar cuál es el **consumo cultural** en arquitectura, ya que desde una visión amplia de las industrias creativas, podríamos afirmar que se desprenden diferentes bienes culturales de su cadena productiva. El primero y más básico, podría ser la obra arquitectónica como tal, es decir, el edificio o habitáculo. Sin duda, el edificio constituye un bien cultural y logra conformar identidad urbana, sin embargo su forma de consumo es limitada y la internacionalización del objeto mismo, nula. Entendiendo que el consumo cultural de arquitectura, no radica solamente en el ingreso a edificios que contienen programas culturales (teatros, centros culturales, museos, etc.), podríamos definir el consumo cultural a través de los medios que difunden la arquitectura nacional, como las publicaciones, exposiciones, bienales y sitios web, como también la participación en recorridos patrimoniales.

Si bien los tópicos mencionados se formulan de manera clara en la “Política Cultural 2011-2016”, su enfoque en el sector de la Arquitectura no es explícito, según puede observarse en el corto recorrido de un poco más de un año, que lleva el Área de Arquitectura funcionando al interior del CNCA. Frente a las diferentes dudas, que surgen respecto a cómo se abordará el diseño de políticas culturales en esta materia, es necesario, traducir los principales lineamientos de la “Política Cultural 2011-2016” para su aplicación en el ámbito de la arquitectura.

1. Definición del problema

El tema de esta investigación, surge de la oportunidad que significa la inclusión de un Área de Arquitectura al interior del CNCA para el fomento y difusión de la disciplina como expresión cultural, y los problemas a los cuáles su gestión pudiera verse enfrentada en el desarrollo de políticas sectoriales. La observación de este problema se manifiesta, en primer lugar, en el análisis de documentos generados por el CNCA, como la “Política Cultural Nacional 2011- 2016”, que enuncia el trabajo del CNCA para los próximos 5 años y la “Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumos Culturales” (ENPCC) realizada en 2009. El análisis de ambos documentos, define algunos conceptos claves como prioritarios en la gestión del CNCA, que a simple vista no se comprenden como aplicables a la disciplina de la arquitectura. Surge también como problema, la inexistencia de estadísticas que se refieran a la participación cultural en arquitectura, ya que al momento de realizarse la ENPCC en el año 2009, Arquitectura no estaba considerada como un área artística a desarrollarse desde el CNCA.

Por lo demás, el Área de Arquitectura surge en un momento en el que la sociedad civil se organiza y manifiesta con el afán de poder ser partícipes en el desarrollo de sus ciudades, mejoramiento de los espacios públicos y rescate del patrimonio construido, materia que debiese ser considerada al momento de formular una política sectorial inclusiva. Por último, la intención de estudiar este tema, surge de mis antecedentes personales, el trabajo académico en Arquitectura y el interés de poner en práctica algunos conocimientos a través de la gestión cultural, con el fin de encontrar formas de desarrollo urbano desde la cultura y la participación de una ciudadanía informada.

Para convertir el problema de investigación en demandas específicas de información, a continuación se formulan las preguntas que estructuran la tesis. Para guiar su desarrollo se plantean tres interrogantes que surgen de los siguientes fundamentos:

La primera pregunta se relaciona con la nueva institucionalidad cultural, que define sus lineamientos a través de la “Política Cultural Nacional 2011-2016” y que incorpora en la estructura interna del CNCA una nueva Área de Arquitectura. Frente a este nuevo panorama, en el que la Arquitectura pasa a formar parte de la agenda política en materia de cultura, cabe preguntarse **¿En qué medida estas nuevas políticas culturales podrán fomentar la arquitectura como expresión artística y cultural?**

El actual sistema de mercado en el que nos desenvolvemos, sin duda ha impactado el desarrollo de políticas públicas en Chile, situación que no ha quedado ausente en materia de cultura. A nivel lati-

noamericano se busca generar vínculos entre la participación cultural y el desarrollo económico de las naciones, y los estudios en cultura se enfocan en analizar y poner en práctica conceptos como industrialización de las artes, consumos culturales y formación de audiencias o mediación. Respecto de este tema se origina la segunda pregunta, **¿Cómo se aplican los conceptos *consumo cultural, mediación e industria creativa* en la práctica cultural en arquitectura? ¿Cuáles son los bienes, servicios y prácticas culturales en arquitectura?**

En la actual institucionalidad son varios los ministerios y entidades gubernamentales, que tienen injerencia en el desarrollo de la Arquitectura y la ciudad, están el Ministerio de Vivienda y Urbanismo, el Ministerio de Obras Públicas y el Ministerio de Educación a través de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM) y el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN). Sin embargo desde el ámbito privado, el sector inmobiliario también influye directamente en el modo en el que se construyen nuestras ciudades. Hacen la contraparte un grupo de asociaciones no gubernamentales que participan activamente del debate del desarrollo urbano y demandan mejores espacios urbanos. Finalmente se encuentra el resto de la sociedad civil que en diferente medida tiene o no conocimiento respecto del valor de la arquitectura de calidad y cómo esta impacta en sus vidas y en la conformación de nuestra identidad cultural. En relación a esto, **¿De qué manera debieran relacionarse los diferentes actores implicados en el proceso del desarrollo de la arquitectura desde el ámbito cultural?**

2. Justificación de la investigación

Se estima que esta investigación significará un aporte relevante en la discusión respecto a cómo debieran formularse las políticas sectoriales en Arquitectura. La investigación es oportuna, en tanto surge como antecedente al trabajo que debe desarrollar el Área de Arquitectura del CNCA en función de la “Política Cultural 2011–2016” y los requerimientos de la ciudadanía. En este sentido, es de gran **relevancia social**, ya que el conocimiento recopilado y generado a lo largo del estudio, podría tener un impacto positivo en nuestra sociedad, hacia un aumento progresivo de participación de la ciudadanía en temas de cultura y desarrollo urbano.

La investigación posee también un **valor práctico**, ya que apunta a sentar ciertas bases respecto a una propuesta de mediación cultural entre la institucionalidad y la sociedad civil. Con el afán de aportar desde la cultura, en el debate del desarrollo arquitectónico de nuestras ciudades, este estudio entrega conocimientos que permiten construir programas culturales, que otorgan herramientas básicas a la ciudadanía para que pueda tomar decisiones respecto del desarrollo urbano de sus localidades.

El estudio es significativo en cuanto a su **relevancia teórica**, ya que puede significar un aporte en el diseño de políticas sectoriales de otras áreas emergentes al interior del CNCA, teniendo como base la “Política Cultural 2011-2016”. Por otra parte, significa una gran contribución en la disciplina de la arquitectura, posicionándola en el ámbito de la cultura de un manera más amplia que solamente a través del estudio de la arquitectura patrimonial.

Finalmente, podemos plantear que esta investigación tiene una **utilidad metodológica**, ya que aporta con el diseño de una encuesta que permite la medición del consumo cultural de arquitectura en Chile, instrumento que actualmente no existe y por lo tanto no se aplica en las Encuestas de Participación y Consumo Cultural desarrollados por el CNCA. Se utilizaron instrumentos metodológicos diseñados para la recopilación de datos de primera fuente, teniendo una entusiasta participación en las encuestas y un amplio acceso a los informantes clave en el caso de las entrevistas. Además, fue posible hacer un amplio estudio bibliográfico respecto a la formulación e implementación de políticas culturales en diferentes países, gracias a las investigaciones que en el último tiempo se realizan con gran interés en Latinoamérica, información que pudo ser complementada con mis conocimientos profesionales en la disciplina de la arquitectura y la gestión cultural.

3. Objetivos de la investigación

La investigación tiene como objetivo general:

Crear conocimiento para la formulación de una política cultural de fomento de la Arquitectura, que permita un acercamiento de la ciudadanía a la disciplina y a la comprensión de ésta como una expresión de cultura.

En base a esto se formulan cuatro objetivos específicos:

- 1) Identificar los lineamientos de la “Política Cultural Nacional 2011-2016” que pudieran servir en la definición de políticas sectoriales en Arquitectura.
- 2) Determinar la aplicación de los conceptos **consumo cultural**, **mediación** e **industria creativa** en la práctica cultural de la arquitectura.
- 3) Establecer las formas existentes de **participación cultural** en arquitectura.
- 4) Estudiar casos de políticas culturales internacionales que han desarrollado propuestas que permiten un acercamiento de la ciudadanía a la arquitectura contemporánea.

La “Política Cultural Nacional 2011-2016” define ciertos conceptos claves para el desarrollo de la gestión del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes en los próximos 5 años. De estos lineamientos debiera desprenderse la política sectorial para Arquitectura, por lo cual se hace fundamental su estudio en profundidad, para lograr aplicar estos conceptos en la gestión del Área de Arquitectura.

Otro punto importante para este estudio, es comprender a cabalidad los conceptos que se desprenden de la noción de economía creativa, tales como industrialización del arte, consumo cultural y mediación. Si la construcción de políticas culturales en todo el mundo, se orienta a este enfoque del desarrollo económico desde la producción cultural, es importante definir si desde la Arquitectura es posible aportar en este debate actual.

Para entender la actividad y el desarrollo cultural desde la Arquitectura, será necesario entender de qué manera se está generando este panorama en el contexto chileno, ya que de estas iniciativas pudieran surgir nuevas formas de consumo cultural en arquitectura que van más allá de la adquisición de un bien cultural y se relacionan más con apropiaciones de carácter simbólico.

Finalmente, será necesario desarrollar una propuesta que pueda llevar a la práctica los conceptos teóricos que se desprendan del análisis de los documentos y estudios en materia de políticas culturales para hacer una proyección de cómo se aplicaría un programa de acercamiento de la arquitectura contemporánea chilena a la ciudadanía. La idea es generar una propuesta que pudiera implementarse en un contexto real en el que interactúan no sólo instituciones públicas, sino también la ciudadanía informada y organizada y el sector privado.

En resumen, para conseguir el objetivo principal, es necesario comprender cómo se perfila la gestión del Área de Arquitectura al interior del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, así como también estudiar, de qué manera en Latinoamérica se están desarrollando las políticas culturales en sintonía con el sistema económico. Por otra parte, es importante conocer la forma en que se está gestando, actualmente, un panorama cultural desde la arquitectura, el cual no se genera a partir de la institucionalidad, sino en el propio interés de la ciudadanía por participar en el debate de la construcción de nuestras ciudades. Debido a lo anterior, es importante desarrollar una propuesta que apunte al reconocimiento de la arquitectura contemporánea de calidad.

4. Hipótesis

El desarrollo de Políticas Culturales que fomentan la arquitectura como industria creativa, basándose en la mediación y el consumo cultural desde un punto de vista sociológico, permitirá un acercamiento de los ciudadanos a la disciplina de la arquitectura y la comprensión de ésta como expresión de cultura.

Si bien la noción de consumo cultural no se aplica en el ámbito de la arquitectura, la revisión bibliográfica nos entregará visiones del consumo más cercanas a la apropiación y valor simbólico, que a la adquisición de un bien y su posterior agotamiento. Esta comprensión nos entrega pistas respecto a cómo podrían funcionar políticas de fomento de la arquitectura desde el CNCA. La mediación, apunta a fomentar el interés y conocimiento por parte de la ciudadanía en temas vinculados con arquitectura y urbanismo, lo que permite lograr su valoración como expresión artística y cultural, y en consecuencia, originar una mayor demanda de arquitectura pública nacional de primer nivel.

5. Metodología

El abordaje metodológico de este estudio se adscribe al paradigma o perspectiva hermenéutica, en tanto se intenta comprender e interpretar una realidad: la relación de la ciudadanía con su entorno urbano y como se desarrolla la implementación de un área de arquitectura al interior del Consejo de la Cultura.

Se realizó una triangulación metodológica intermétodo, por lo cual las estrategias mediante las cuales se abordaron los objetivos de esta investigación fueron diferentes en relación al enfoque y naturaleza de cada uno de ellos.

El primer objetivo: **“Identificar los lineamientos de la ‘Política Cultural Nacional 2011-2016’ que pudieran servir en la definición de políticas sectoriales en Arquitectura”** se relaciona directamente con la institucionalidad cultural existente, para lo cual se debió hacer una revisión de la “Política Cultural Chilena 2011-2016” y generar conocimiento respecto de la nueva Área de Arquitectura, cuya información publicada es escasa. Para complementar esta información, la primera etapa dentro de la metodología, consistió en una *entrevista en profundidad* al coordinador del área, el arquitecto Cristóbal Molina, considerado informante clave.

Respecto a los dos siguientes objetivos; **“Determinar la aplicación de los conceptos consumo cultural, mediación e industria creativa en la práctica cultural de la arquitectura”** y **“Establecer las formas existentes de participación cultural en arquitectura”**. Ambos hacen referencia primero a un estudio bibliográfico de los conceptos en los cuáles se profundizó a través de *entrevistas* a especialistas en la materia. Luego se realizó un trabajo de campo, en el que se utilizó un método cuantitativo (*encuesta*) para estudiar la percepción de los consumidores de cultura chilenos respecto a la arquitectura como actividad cultural. Además, se realizó un *levantamiento de información* desde internet de las actividades culturales vinculadas con la arquitectura en Santiago y se construyó un *mapeo de la industria* creativa de la Arquitectura, que permitió visibilizar el campo de acción de la arquitectura dentro del campo cultural.

Finalmente, para el cumplimiento del cuarto objetivo: **“Estudiar casos de políticas culturales internacionales que han desarrollado propuestas que permiten un acercamiento de la ciudadanía a la arquitectura”** entre otros casos, se analizó el de los “centros de arquitectura” en Holanda, profundizando esta información a través de una *entrevista* realizada a la directora de *Architectuur Lokaal*, la arquitecta Cilly Cansen, considerada informante clave.

En resumen, esta investigación se desarrolla mediante métodos cuantitativos (encuesta) y cualitativos (entrevistas en profundidad informantes claves); además de la revisión de fuentes secundarias, a través del estudio bibliográfico relacionado con el tema y la revisión de casos chilenos y extranjeros en internet.

5. A) Definición de muestras

Para el cumplimiento de los objetivos específicos y asegurar la viabilidad del propósito de esta investigación, se establecieron tres grupos de informantes a modo de diferenciar los actores relevantes en cada uno de los conceptos revisados en el Marco Teórico: un primer grupo, compuesto por informantes clave, denominados “expertos”, contactados para entender en profundidad los tópicos desarrollados en este estudio; segundo grupo, los individuos que participan del consumo cultural en Chile, denominados “consumidores”; tercer y último grupo, representado por los gestores de iniciativas culturales vinculadas con la arquitectura en Santiago y en el extranjero, denominados “productores”.

Se definió como un primer informante experto, al arquitecto Cristóbal Molina, coordinador del Área de Arquitectura del CNCA, al cual se le solicitó información cualitativa, para confrontar con los datos obtenidos en la revisión de la bibliografía actual existente al respecto de la institucionalidad cultural chilena. En base a esta se define, además, el campo de acción de la investigación, correspondiente a la política cultural reciente y a su impacto en la arquitectura entendida como práctica cultural. Para una mejor comprensión del fenómeno, se incluye una segunda informante clave, Cilly Jansen, directora del Centro de Arquitectura holandés *Architectuur Lokaal* y experta en materia de políticas públicas relacionadas con Arquitectura y enfocadas al concepto de *Building culture*, que puede ser traducido como Cultura Arquitectónica. Se escoge el modelo holandés como referente de estudio, debido a que en los últimos 20 años ha implementado un sistema de ONG's llamados *centros de arquitectura* que funcionan como mediadores entre el Gobierno y la ciudadanía, velando por el cumplimiento de las políticas culturales y ampliando el acceso a la arquitectura desde el ámbito cultural. Para profundizar en la noción de “formación de audiencias”, “participación ciudadana” e “industria creativa”, se entrevistó a expertos en el tema: Javier Ibacache, Director de programación y audiencias del Centro Cultural Gabriela Mistral; Sebastian Gray, arquitecto Curador XVIII Bial de Arquitectura “Ciudades para ciudadanos”; y Leonardo Ordoñez, Gerente de Santiago Creativo, respectivamente.

Una segunda fuente de información de alta relevancia, se relaciona con personas que participan en actividades culturales de diversa índole y consumen cultura con frecuencia (consumidores). Es ne-

cesario entender las percepciones de este grupo en relación a la arquitectura como alternativa dentro de las actividades culturales de las cuales participan. Para esto previamente se analizó la Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009: “herramienta metodológica que tiene como fin último comprender la percepción de los chilenos y chilenas frente a la participación en cultura a partir de sus hábitos de consumo y algunas de sus prácticas simbólicas” (CNCA, 2011a:17). En el análisis del instrumento citado, se identificaron datos relevantes que fueron utilizados para caracterizar la muestra a la cual se aplicó la “Encuesta de consumo cultural en arquitectura” diseñada como parte de la tesis (revisar ANEXO 2).

- No existen grandes diferencias por sexo entre los encuestados asistentes a eventos culturales.
- Los jóvenes de 15 a 29 años tienen el mayor porcentaje de participación en eventos culturales y asistencia a museos.
- Las variaciones entre los distintos niveles socioeconómicos muestran que a mayor nivel crece la proporción de participación en actividades culturales.

	ARTES VISUALES	TEATRO	DANZA	CONCIERTOS	CINE
HOMBRE	22,6	17,7	22,2	31,1	36,8
MUJER	21,9	19,5	24,7	27,7	33
15-29	30,6	24,4	27,5	47,3	53,6
30-44	19,8	17,7	24,7	27,4	33,6
45-59	17,1	14,6	20,8	17,2	22,5
60 Y MÁS	16	13,9	16,8	12,4	15,5
ABC1	47,9	39,2	31,3	44,0	72,7
C2	26,6	22,9	23,1	30,0	38,9
C3	18,7	17,4	24,2	30,8	32,9
D	10,3	7,3	20,9	22,4	17,2
E	4,9	3,2	13,3	13,0	5,4

FIG. 1 Asistencia a eventos según sexo, edad y nivel socioeconómico (%). (CNCA, 2011a)

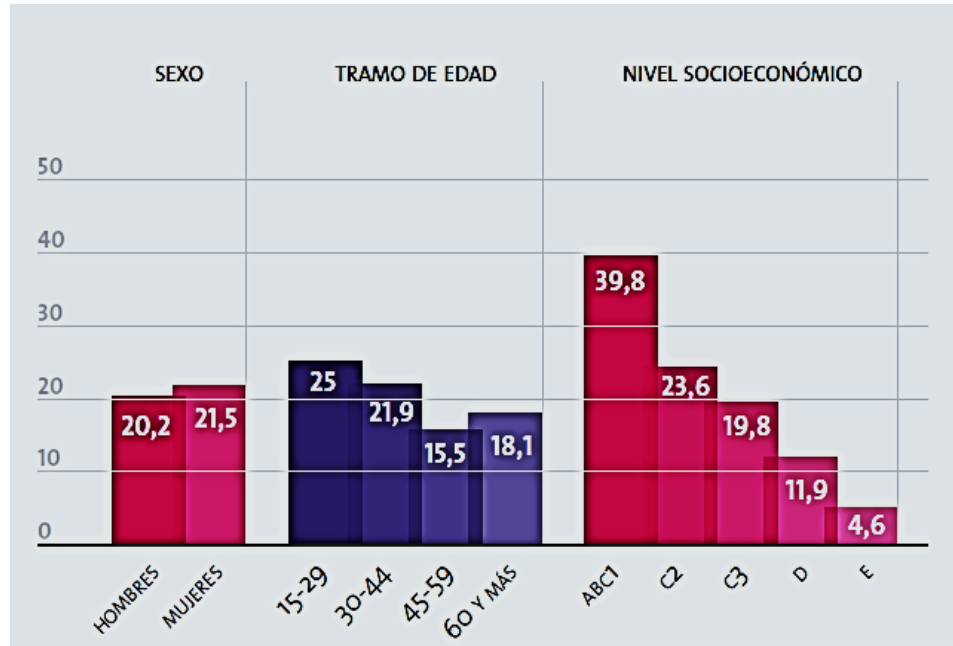


FIG. 2 Población que asiste a museos según sexo, edad y nivel socioeconómico (%). (CNCA, 2011a)

De acuerdo a estos parámetros, se definió que la muestra a analizar debía estar compuesta por jóvenes de entre 15 y 29 años, por ser estos los mayores consumidores de cultura en el contexto chileno. Para cumplir con los requerimientos del estudio y la factibilidad de su desarrollo, se seleccionó una muestra de 80 personas perteneciente al área metropolitana del Gran Santiago (ver ANEXO 2), poniendo atención en que existiera una variedad demográfica, en cuanto a la diversidad de género, grupos etarios y grupos socioeconómicos. Se clasificó a los encuestados de acuerdo a su género, tramo etario (15 a 19 años, 20 a 24 años y 25 a 29 años) y comuna de residencia. Este último dato se utilizó para determinar diferencias en el nivel socioeconómico, de acuerdo al cruce entre nivel de ingreso por hogar y el gasto municipal, obtenidos a través de la Encuesta Adimark y el Sistema Nacional de Información Municipal, respectivamente.

Finalmente, se levantaron datos a partir de la identificación y catastro de actividades en Santiago y el extranjero, que pertenecieran a diversas áreas en las cuales se desarrollaran dinámicas culturales vinculadas con la arquitectura.

5. B) Diseño metodológico

A continuación, se describirán las actividades metodológicas que se llevaron a cabo para cumplir con los objetivos específicos planteados por el estudio. Para entender la estrategia operativa se sistematizaron en una tabla los objetivos, las preguntas de investigación, las dimensiones conceptuales involucradas, las acciones a realizar y los instrumentos que se utilizarán.

Etapas	Obj. Específico	Preguntas	Dimensiones conceptuales involucradas	Acciones	Instrumentos
1	Identificar los lineamientos de la Política Cultural Nacional 2011-2016 que pudieran servir en la definición de políticas sectoriales en Arquitectura	¿En qué medida las Políticas Culturales 2011-2016 podrán fomentar la arquitectura como expresión artística y cultural?	Política Cultural Nacional 2011-2016 Área de Arquitectura CNCA	Lectura Política Cultural Nacional 2011-2016 Lectura ENPCC 2009 Lectura misión y objetivos del Área de Arquitectura del CNCA	Entrevista a Cristóbal Molina
2	Determinar la aplicación de los conceptos: Consumo cultural y Mediación en la práctica cultural de la arquitectura	¿Cómo se aplican los conceptos Consumo cultural, mediación en industria creativa en la práctica cultural en arquitectura?	Consumo Mediación Industria creativa	Acciones etapa 1 Revisión bibliográfica para definir los conceptos	Encuesta consumos culturales en arquitectura Entrevista Leonardo Ordóñez Entrevista Javier Ibacache
3	Establecer las actuales formas existentes de participación cultural en arquitectura	¿Cuáles son los bienes, servicios y prácticas culturales en arquitectura?	Participación cultural en arquitectura	Revisión bibliográfica para definir los conceptos Levantamiento de información a través de internet	Catastro de actividades culturales en Arquitectura Mapeo
4	Estudiar casos de políticas culturales internacionales que han desarrollado propuestas que permiten un acercamiento de la ciudadanía a la arquitectura contemporánea.	¿De qué manera debieran relacionarse los diferentes actores implicados en el proceso del desarrollo de la arquitectura desde el ámbito cultural?	Políticas culturales internacionales Política sectorial	Lectura informes anuales gestión de Architectuur Lokaal Análisis de modelos extranjeros	Entrevista a Cilly Jansen

FIG. 3 Diseño metodológico (Elaboración propia)

5. C) Diseño de instrumentos

Primera etapa:

Entrevistas en profundidad

Se diseñaron los instrumentos en función de responder las preguntas que guían la investigación, con el fin de enriquecer la información relacionada con cada uno de los puntos que desarrolla el estudio.

En el desarrollo de las entrevistas, el estilo de la conversación fue semi-estructurada, procurando comunicar empatía, estímulo y comprensión, con la finalidad de transmitir al entrevistado la importancia de sus respuestas. Las preguntas fueron previamente enviadas por mail al entrevistado, junto a un resumen que explicaba los principales objetivos de la tesis. La secuencia de las preguntas varió en relación a la formulación inicial con el objetivo de mantener una coherencia durante la conversación.

Las respuestas de los sujetos informantes fueron analizadas bajo el enfoque cualitativo y cuantitativo. Por una parte se cuantificó la cantidad de veces que el informante se refirió a un determinado tema, con el fin de identificar conceptos prioritarios dentro de su discurso. Por otro lado, se realizó un análisis de contenido a través de la lectura del texto y la identificación de conceptos que permiten realizar una síntesis. Por las características de las entrevistas, para el análisis de contenido del texto, se eligió el análisis por frase (ver ANEXO 3).

Segunda etapa:

Encuesta consumo cultural de arquitectura

Se diseñó una encuesta on-line (ver ANEXO 2), con el objetivo de sistematizar las opiniones de un grupo de jóvenes de entre 15 y 29 años de edad, en relación al grado de conocimiento y de participación en actividades culturales relacionadas con arquitectura, además de sus percepciones respecto a ésta, entendida como una disciplina constituyente de la identidad cultural de nuestras ciudades y su relevancia como tal. La encuesta fue aplicada a la muestra durante los meses de mayo y junio 2012.

La encuesta consta de 14 preguntas, de las cuales las 3 primeras se plantean para recabar información demográfica de los encuestados y la cuarta plantea su cercanía familiar con algún arquitecto, factor que pudiese condicionar varias de las respuestas entregadas. Las diez preguntas restantes, dan cuenta de los objetivos que guían el estudio y que fueron mencionados anteriormente.

Con el propósito de validar el contenido de la encuesta, se aplicó un piloto de este instrumento a un arquitecto menor de 29 años, una socióloga y una científica experta en investigación cualitativa. La encuesta piloto permitió evaluar cualitativamente las preguntas y el sentido de las categorías formuladas como respuesta. Luego del análisis se reformularon algunos enunciados y escalas de respuestas. Además se decidió incluir en las preguntas relacionadas con los datos demográficos, la comuna de residencia del encuestado, información que es relevante respecto a la calidad arquitectónica de los entornos construidos. Luego de realizar estos cambios, se aprobó la encuesta en su contenido y forma.

Se evaluó la confiabilidad, como consistencia interna del instrumento, mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniéndose resultados satisfactorios para el propósito de la encuesta.

Para la ejecución de la encuesta, se envió a través de correo electrónico el vínculo a 60 jóvenes de distintas edades -entre los 15 y los 29 años-, pertenecientes a diferentes comunas en Santiago, los que debían responder virtualmente y en forma voluntaria. Las encuestas *online* fueron contestadas por 44 jóvenes, que de acuerdo a los datos demográficos, en su mayoría pertenecían al nivel etario entre los 25 y 29 años. Para obtener una mayor heterogeneidad entre los encuestados, se decidió aplicar encuestas presenciales a estudiantes de enseñanza media y superior, con el fin de abarcar los niveles etarios entre los 15 a los 19 y entre los 20 y 24 años de edad. Con las encuestas contestadas en forma presencial, la muestra quedó conformada por un total de 80 jóvenes residentes en la ciudad de Santiago.

Los datos obtenidos se traspasaron a una planilla Excel y fueron sometidos a un análisis cuantitativo utilizando el programa estadístico SPSS. Se realizó un análisis descriptivo básico con porcentajes y frecuencias. Además, se analizó la interacción entre variables ordinales utilizando el coeficiente de correlación de Spearman, para un intervalo de confianza del 95%.

Tercera etapa:

Catastro de iniciativas que fomentan la arquitectura como “actividad cultural”

Con el fin de comprobar en la práctica los conceptos definidos en el Capítulo I, se realizó un levantamiento de información a través de internet que pudiera entregar una visión respecto a las actividades que fomentan la participación cultural en arquitectura, y que se realizan actualmente en la ciudad de Santiago y en el extranjero. A través de este estudio se buscó obtener resultados que ayudaran a visualizar una articulación del sector privado y el público para el desarrollo de propuestas culturales de fomento a la arquitectura.

Para entender mejor el funcionamiento de los sistemas europeos, se entrevistó a Cilly Jansen, Directora del Centro de Arquitectura holandés *Architectuur Lokaal*. La técnica de la entrevista en profundidad, fue de gran utilidad para acercarnos a la visión subjetiva de uno de los actores principales dentro del tema de estudio. Se realizó un análisis de contenido a través de la lectura posterior de la entrevista y la identificación de conceptos que permitiesen realizar una síntesis.

Para esta etapa se utiliza el enfoque cualitativo, a través de la observación y análisis de las diferentes iniciativas y sus proyecciones en el tiempo.

CAPITULO II

LA ARQUITECTURA DESDE LA INSTITUCIONALIDAD CULTURAL

En este capítulo se identifican los diferentes ámbitos que relacionan a la Política Cultural Nacional 2011 – 2016 con el Área de Arquitectura del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA). Con este objetivo se realizó una revisión bibliográfica para comprender en profundidad los conceptos que se aplican en la formulación de políticas culturales y el panorama actual que propone la nueva institucionalidad cultural en Chile. El análisis en profundidad de la Política Cultural identificará tres campos de estudio que a lo largo del capítulo se buscará vincular con la arquitectura desde una visión cultural. A fin de responder las preguntas de investigación, los campos a estudiar son **consumo cultural y participación ciudadana, mediación y formación de audiencias**, y finalmente **industria creativa**.

1. Política Cultural 2011 - 2016 y la incorporación del Área de Arquitectura al CNCA

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) fue creado el año 2003 a partir del mandato Ley 19.891 que define a esta institución como un servicio autónomo, funcionalmente descentralizado y territorialmente desconcentrado, mandatado a apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el patrimonio cultural de la Nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del país (CNCA, 2011b:13). En relación a esta definición, el año 2010 el CNCA comenzó a construir los lineamientos que debiesen regir el quehacer del CNCA por los próximos cinco años. El 24 de noviembre de 2011 el Ministro de Cultura, Luciano Cruz-Coke, hizo la entrega oficial de la Política Cultural 2011-2016 al Presidente de la República, Sebastián Piñera. Este documento define tres grandes dimensiones que componen el campo cultural; creación, participación y patrimonio cultural, a partir de las cuales surgen las acciones que dan forma ala Política Cultural 2011-2016, y que son resumidas en la siguiente tabla:

DIMENSIÓN CULTURAL	ACCIONES
1. PROMOCIÓN DE LAS ARTES (CREACIÓN)	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la creación artístico-cultural - Visibilizar e impulsar a las industrias culturales como motor de desarrollo sectorial - Fortalecer y actualizar las normativas - Legislar respecto relacionadas con el arte y la cultura - Promover la instalación de los bienes artísticos y culturales en el escenario internacional - Fortalecer el reconocimiento de los derechos de autor - Vincular la creación artística con los nuevos medios y tecnologías
2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA	<ul style="list-style-type: none"> - Promover una creciente participación ciudadana - Generar mejor acceso a una oferta artístico-cultural - Incubar la formación de hábitos de consumo cultural en la sociedad - Potenciar el rol de los agentes culturales tanto en la creación como en la difusión - Promover el intercambio y circulación de contenidos culturales a través de las nuevas tecnologías de la información.
3. PATRIMONIO CULTURAL	<ul style="list-style-type: none"> - Contribuir a que se valore y resguarde el patrimonio cultural tanto material como material - Aportar al fomento del turismo cultural, respetando la diversidad y conservación del patrimonio de la Nación

FIG. 4 Resumen Política Cultural Nacional 2011 – 2016 (Elaboración propia).

La **promoción de las artes** se enfoca en la creación y difusión de las actividades artísticas y culturales, partiendo del fundamento que estas contribuyen decisivamente al desarrollo de las personas y al fortalecimiento de una ciudadanía cultural. (CNCA, 2011b). Para esto, al interior del CNCA existe un departamento de “Fomento de las artes y las industrias creativas” cuya labor es apoyar y difundir las áreas artísticas comprendidas en Artes Escénicas, como danza, teatro y circo; Artes de la Visualidad, que comprende la fotografía, artes visuales y nuevos medios; y las Industrias Creativas Emergentes, como la arquitectura, el diseño y la artesanía.

La **participación ciudadana** es entendida por la institucionalidad cultural en función de las facilidades al acceso a las manifestaciones culturales, a las expresiones artísticas y al patrimonio cultural del país. En el afán por facilitar los accesos, se busca incrementar los públicos, para lo cual se hace necesaria la **formación de nuevas audiencias**, además de la generación de hábitos de consumo y participación artístico-cultural en la comunidad. Para esto resulta necesario garantizar espacios participativos para el desarrollo cultural y artístico del país. Estos espacios, se refieren no sólo a la infraestructura cultural emplazada en territorios determinados, sino además a las posibilidades de acceder e integrar redes nacionales e internacionales de creación, gestión y difusión de contenidos y bienes (CNCA, 2011b). En estos espacios se debiera dar soporte para la participación ciudadana, entendida como la acción mediante la cual la ciudadanía, tanto individual como organizada, se involucra en las actividades que le afectan. En el campo cultural, esto implica que el Estado, a través de sus políticas públicas, reconoce “los derechos culturales de sus ciudadanos, atiende las demandas del sector y trabaja en forma conjunta con éste para contribuir conjuntamente al desarrollo cultural del país.” (CNCA, 2011b: 49)

Finalmente el eje del **patrimonio cultural** tiene como función coordinar acciones en torno a la identificación, incremento, conservación y difusión del patrimonio cultural de la Nación, “tarea que se pretende llevar a cabo en estrecha colaboración con distintos organismos públicos como el Consejo de Monumentos Nacionales, Dibam y Sernatur entre otros.” (CNCA, 2011b: 50) En la valoración y resguardo del patrimonio cultural material se contribuirá también a fomentar el **turismo cultural**.

Estos tres ejes se utilizarán para la construcción de las políticas sectoriales de las nuevas áreas pertenecientes al Departamento de Fomento de las Artes e Industrias Creativas. Actualmente se encuentran diseñadas “Políticas Sectoriales 2010 – 2015” de Fomento en las áreas del CNCA que están más consolidadas: Artesanía, Artes Visuales, Danza, Fotografía y Teatro y actualmente se trabaja en el desarrollo de las nuevas áreas recientemente incorporadas y que se busca formalizar

como industrias: Circo, Arquitectura, Diseño y Nuevos Medios. A través del “Fondo Nacional para el Desarrollo Cultural y las Artes”, FONDART, el CNCA hace un fomento a los tres ámbitos mencionados, ejecutando programas y realizando concursos de proyectos abiertos a la comunidad artística, que tienen por fin estimular la formación profesional, la creación artística, la mediación cultural y la conservación patrimonial en las áreas mencionadas.

A continuación podemos observar un esquema que representa la estructura del CNCA y cómo se desarrollan las diferentes áreas bajo el alero del Departamento de Fomento de las Artes y las Industrias Creativas. Las áreas recientemente creadas y que por lo tanto no cuentan con una política sectorial se encuentran identificadas (*).

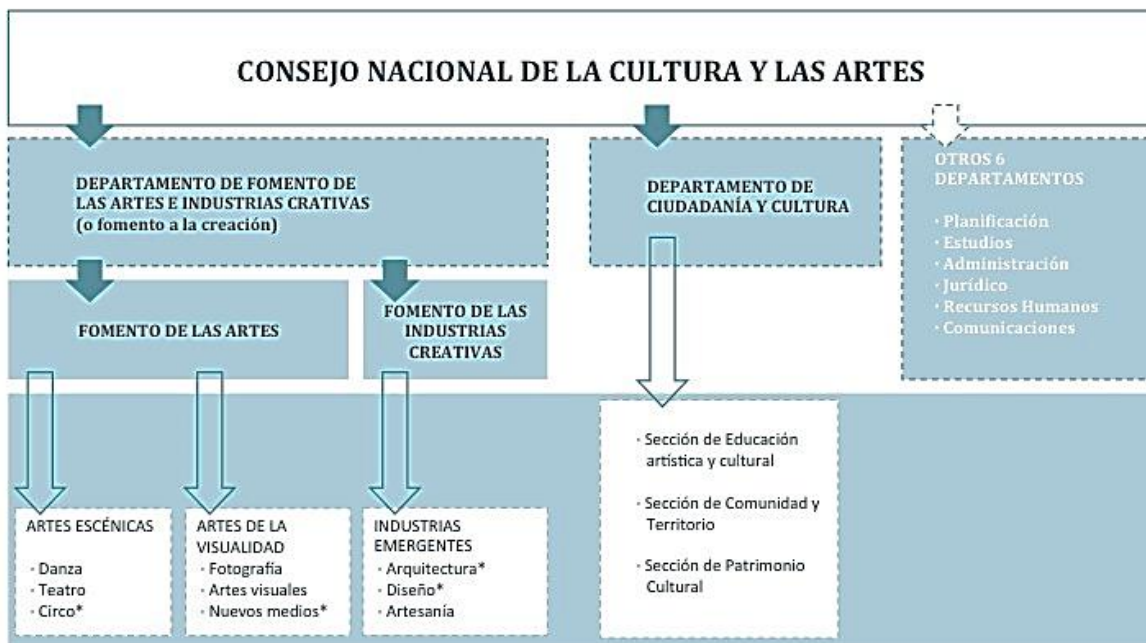


FIG. 5 Estructura CNCA (Elaboración propia según sitio web del CNCA)

El trabajo de las políticas sectoriales debe fundamentarse en los tres ámbitos que construyen la “Política Cultural 2011-2016”, y en los 14 objetivos a largo plazo establecidos por el CNCA (2011b). Para hacer proyecciones de una posible política sectorial en el Área de Arquitectura, materia de estudio de esta investigación, se destacan ocho de los 14 objetivos que tendrían directa incidencia en la formulación de políticas sectoriales en Arquitectura:

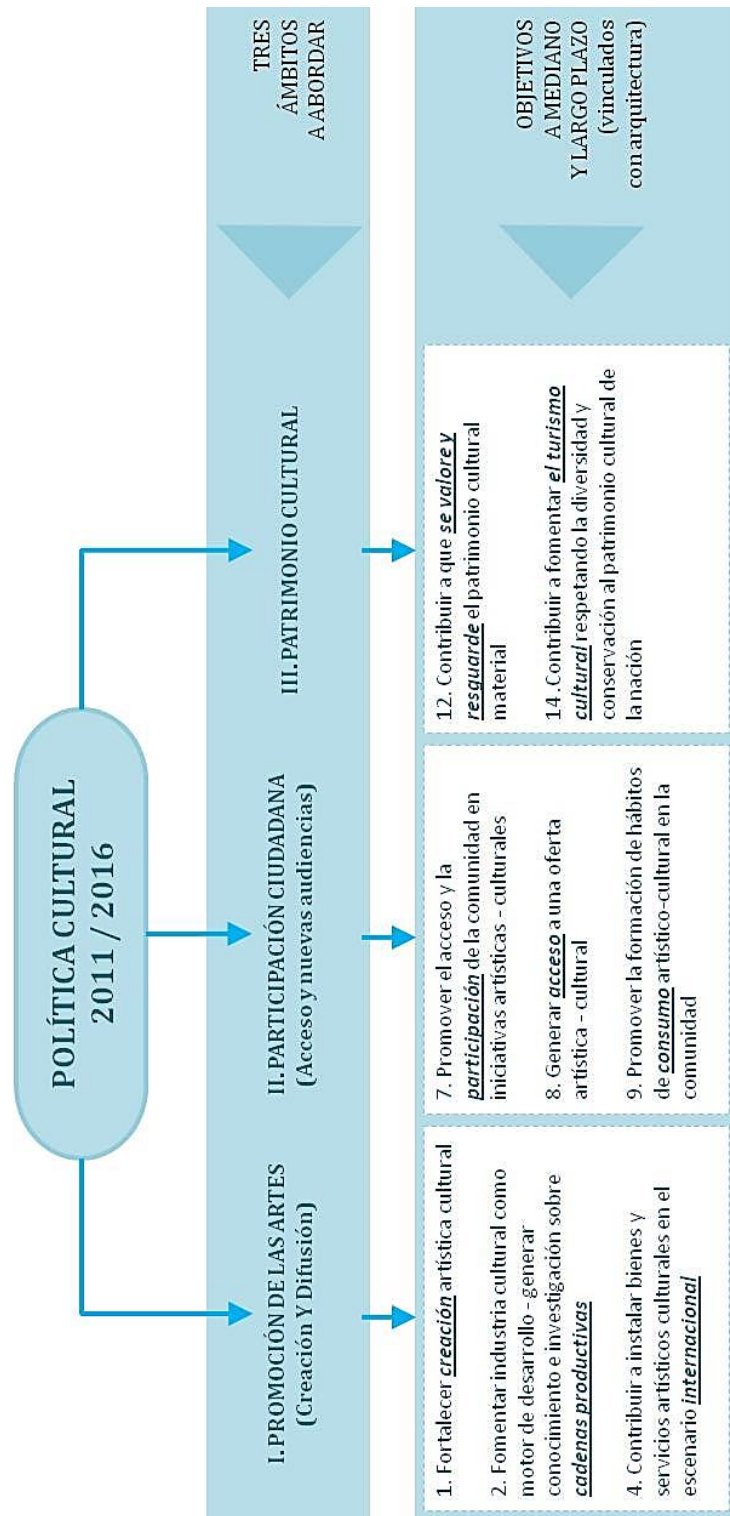


FIG. 6 Objetivos de la Política Cultural relacionados con Arquitectura (Elaboración propia)

Las políticas culturales en Chile, tanto en Arquitectura como en otras áreas, estarían orientándose al fomento de las industrias creativas y la formación de hábitos de consumo cultural. Estas políticas pudieran propiciar un escenario óptimo para el desarrollo de instancias de mediación y formación de audiencias en arquitectura para aumentar el consumo cultural de nuestra ciudadanía.

Respecto a la Arquitectura, varios países europeos han desarrollado en las últimas dos décadas políticas culturales de fomento a la arquitectura y de acuerdo a lo que plantea el coordinador del Área, Cristóbal Molina, “estas políticas han difundido la importancia del pensamiento y la creación en el campo de la arquitectura, promoviendo la educación y valorando el patrimonio construido; estableciendo objetivos y lineamientos estratégicos, como un compromiso relevante dentro de las políticas de gobierno” (2011). Respecto a los referentes extranjeros que está estudiando el Área de Arquitectura para organizar sus estrategias, destaca a Holanda y los sistemas mixtos público-privados como el desarrollado en Reino Unido, en estos países se ha considerado una política que valora la arquitectura y el patrimonio. Esta misma motivación tuvo el CNCA para crear el Área de Arquitectura, al percibir la necesidad de fomentar la Arquitectura chilena como una expresión artístico-cultural, razón por la cual su trabajo se inició precisamente basándose en las políticas públicas de estos referentes internacionales. Como la intención del área es que funcione de acuerdo al contexto chileno, se trabaja con la asesoría de un comité de diez arquitectos chilenos, para hacer un diagnóstico inicial de cómo se puede fomentar la arquitectura desde el CNCA.

Así, a principios del 2011 se incorporó el Área de Arquitectura dentro del Departamento de Fomento de las Artes e Industrias Creativas del CNCA. Como mencionamos anteriormente, Arquitectura fue definida como una industria emergente, o como un arte en vías de industrialización, junto a las áreas de Diseño y Artesanía. Así, la incorporación de esta área es una clara señal de que, en materia de políticas culturales, el Gobierno busca dar solidez y apoyo a una disciplina, que a partir de los esfuerzos de los propios arquitectos logró difundir una imagen país en el exterior, a fines de los 90 y principios del 2000 (Adriá, 2011). Lo anterior, gracias a la aparición de obras chilenas en publicaciones y eventos culturales de carácter internacional.

El principal objetivo de esta nueva área, es difundir el rol de la Arquitectura en la sociedad a partir de políticas que **promuevan la disciplina como expresión de cultura y a través de la difusión del pensamiento arquitectónico contemporáneo y sus alcances en la sociedad** (CNCA, 2012). Esta idea engloba la misión que se ha impuesto el área, quedando de manifiesto que hay un reconocimiento de la lejanía entre la sociedad y la visión de la disciplina como parte de la cultura, lo que se confirma a través de los dichos del propio Molina: “Parece ser que la sociedad chilena no reconoce

a la arquitectura como parte de la cultura, pero creo que hay un contexto muy favorable de una mayor opinión pública, un mayor debate en los medios escritos sobre temas de patrimonio y ciudad." (Molina, 2012 e.p). Otro aspecto que es mencionado en los objetivos del área, es la difusión y la **educación** en arquitectura más allá de las escuelas de Arquitectura, lo que estaría demostrando un interés de llevar los conocimientos propios de la academia a un nivel comprensible para todo ciudadano. Para esto, se menciona también en los lineamientos principales del área, la posibilidad de promover las temáticas vinculadas con arquitectura, ciudad y patrimonio en el currículum artístico escolar. "Nos dimos cuenta que en el currículum escolar del Mineduc, si bien se tocan ciertos temas de arquitectura y patrimonio en determinados cursos, los contenidos no están lo suficientemente elaborados o las personas que los imparten no están bien capacitadas. Por eso la arquitectura pasa a ser algo desconocido", afirma Molina (2012 e.p) respecto a este tema.

Desde otro aspecto y vinculado al eje de la "promoción de las artes", el área de Arquitectura debiese estar orientada al **apoyo de la creación arquitectónica**. Para esto, se ha propuesto diseñar políticas que contribuyan al aumento de la producción arquitectónica nacional, tanto pública como privada. Por un lado se busca **potenciar los concursos de arquitectura y promover la arquitectura de calidad**, en la búsqueda de corregir aspectos de cómo se construye arquitectura pública en Chile, y por otra parte, se debe dar **apoyo a los diversos medios de difusión** de la misma, como publicaciones, exposiciones y bienales, seminarios y conferencias.

El área de arquitectura manifiesta también, la necesidad de **proteger el patrimonio construido**, con el fin de aumentar la calidad de vida en nuestras ciudades, articulando diálogos entre los diferentes actores que se ven involucrados en sus construcciones. Si bien la Política Cultural manifiesta dentro de sus ejes estratégicos el ámbito del Patrimonio Cultural, Cristóbal Molina (2012 e.p) señala que el Área de Arquitectura está trabajando el patrimonio específicamente desde la promoción, dando a conocer su valor, sin tener mayor injerencia en su conformación. Esto es debido a que el CNCA posee una sección independiente dedicada al patrimonio y además existen diversos organismos estatales cuyo fin es exclusivamente velar por el patrimonio cultural, como el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN) y la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam), que trabajan en coordinación con el CNCA.

Finalmente, como parte de una política mayor, que instala sus esfuerzos en promover la **imagen de Chile** en el extranjero, el Área de Arquitectura del CNCA otorga importancia al aporte que pueda significar la arquitectura contemporánea chilena en la identificación de nuestro país a nivel internacional.

“La excelencia de la arquitectura moderna en Chile ha demostrado ser una gran herramienta para difundir en el exterior que somos un país de grandes capacidades constructivas y creativas. Hoy podemos hablar de autores que han hecho aportes originales en el ámbito de la vivienda unifamiliar, edificios institucionales y otros encargos, que así como lo hizo el adobe en su tiempo, hoy dan cuenta de un país con altos índices de desarrollo. Un crecimiento en el que industrias creativas como la arquitectura tiene un rol que jugar.” (Cruz-Coke, 2011)

De acuerdo a las declaraciones de Molina (2012 e.p): “esta labor ha sido facilitada gracias al trabajo en conjunto, realizado desde hace tiempo por el CNCA con instituciones que tienen injerencia en el exterior, como: ProChile que es el Programa de fomento a las exportaciones chilenas; Fundación Imagen Chile; y Dirac (Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores) que antes se encargaba de iniciativas como las bienales en el extranjero. (...) Dirac ha funcionado como un socio y una contraparte desde el punto de vista diplomático muy importante, esto ha sido muy bueno. Nosotros como Consejo vemos lo programático y estas instituciones contribuyen con su experticia para fortalecer estas ideas, y sin duda para aportar al presupuesto que es muy importante.”

Bajo el liderazgo del CNCA, el Área de Arquitectura está asumiendo tareas de representación de Chile en el exterior, a través de iniciativas exitosas como la participación en Bienales, dentro de las que destacan los pabellones de arquitectura en la Bienal de Arquitectura de Venecia, Italia y el premiado pabellón chileno en la Bienal de Arquitectura y Urbanismo de Shenzhen, China, el año 2011. (ChileBienales, 2012)

El Área de Arquitectura del CNCA (Molina, 2012 e.p) reconoce la necesidad de vincular su trabajo con otros organismos públicos, como el Ministerio de la Vivienda y el Ministerio de Obras Públicas, para fomentar la arquitectura de calidad en nuestro país, sin embargo, las gestiones en conjunto han sido difíciles, ya que se requieren procedimientos particulares que faciliten las logísticas, como el cambio en los reglamentos o la generación de procesos de concursos que fomenten una mejor arquitectura a nivel nacional. No obstante, se ha logrado desarrollar una estrategia de colaboración entre diferentes organismos públicos y privados. Como vimos recientemente, esta colaboración ha sido más fructífera a través de los organismos pertenecientes al Ministerio de Relaciones Exteriores, lo que ha permitido poner en marcha el programa del Área de Arquitectura orientado a fomentar la internacionalización de la arquitectura.

Al referirse a la política cultural en Arquitectura, Molina (2012 e.p) menciona la Política Nacional de Desarrollo Urbano como referente, la cual es convocada por el Ministerio de Vivienda y Urbanismo y es sesionada por agentes externos organizados en una comisión. Rescata además la transversalidad en la creación de políticas públicas, en las que deberían integrarse diferentes organismos como el Consejo de la Cultura, el Consejo de Monumentos, el Ministerio de Vivienda y el Ministerio de Obras Públicas.

No se considera el concepto de mediación ni de consumo cultural claramente aplicados al desarrollo y fomento de la arquitectura. Sin embargo, se plantea la posibilidad de hacer aportes al sistema educativo con la finalidad de acercar la arquitectura a la ciudadanía, por medio de medidas concretas como la incorporación de contenidos a los programas escolares; la generación de textos de capacitación a profesores; y actividades culturales como la Bienal de Santiago.

En resumen para hacer proyecciones respecto a cómo se enfocaría una política de arquitectura desde en CNCA, es posible reconocer los siguientes aspectos como aquellos de mayor consideración en un diseño preliminar:

- Promoción de la arquitectura como expresión cultural (educación)
- Fomento a la producción de arquitectura de calidad
- Difusión de los valores de la arquitectura contemporánea y patrimonial
- Internacionalización

En el desarrollo de una política de arquitectura, sería importante además considerar los conceptos de **consumo cultural** y **generación de audiencias**, que si bien no se mencionan como tareas prioritarias del Área de Arquitectura, corresponden a objetivos explicitados en la “Política Cultural 2011-2016”, a partir de la cual se debieran diseñar las políticas sectoriales. (Ver FIG. 6)

En el siguiente apartado se estudiarán en profundidad estos conceptos, que además de involucrarse en la construcción de una política cultural en arquitectura, están siendo desarrollados en otras institucionalidades culturales latinoamericanas, lo que ayudará a entender esta área desde el ámbito cultural.

2. Consumo cultural en arquitectura: apropiación y participación

En este apartado estudiaremos de manera introductoria el concepto de **consumo cultural** desde una perspectiva **económica, sociológica y antropológica**, con el fin de establecer cuál de estas nociones podría ser aplicable al campo de la arquitectura para efectos de este estudio. Para ello, se considerarán las conceptualizaciones formuladas en otros estudios culturales referentes al consumo y al diseño de políticas culturales.

La expansión del capitalismo y el actual sistema de mercado en el que nos desenvolvemos a diario, ha tenido un impacto también en el desarrollo cultural y las actividades que se desprenden de esta materia (Güell, Moreno y Peters, 2010). En las últimas décadas, la formulación de políticas culturales en América Latina ha pasado por procesos de complejización e institucionalización, y parece haberse instalado un nuevo paradigma de desarrollo que involucra a la economía en el quehacer cultural. Esto podemos constatarlo a través del crecimiento de las industrias culturales, las cuáles han incorporado una serie de conceptos propios de la economía en el léxico cultural, como marketing, consumo, oferta y demanda. Por ejemplo, en el diseño y posterior evaluación de las políticas culturales ha tomado relevancia la medición de asistencia a espectáculos y la participación de la ciudadanía en materia de cultura. En este escenario se ha instalado el tema del **consumo**, como un espacio clave en la comprensión de los procesos sociales. A través del estudio de autores como Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini hemos podido obtener aproximaciones conceptuales que nos permiten abordar el estudio del consumo, con la finalidad de que el diseño de políticas culturales esté orientado a responder ante las demandas reales de la población. (Sunkel, 2002)

Ante el concepto de consumo cultural, pareciera ser más familiar la definición desde la dimensión económica, en la que se compromete el intercambio de dinero por un bien cultural, como comprar un libro, pagar por una entrada al teatro, etc. Este tipo de consumo está asociado a la satisfacción de una necesidad particular, y como cualquier bien o servicio de otra índole, forma parte de una cadena productiva en la que le anteceden las fases de producción y distribución. En la mayoría de los objetos y servicios que consumimos a diario, existe un agotamiento del bien o eliminación del producto consumido, fase que daría fin a la cadena productiva. Sin embargo, y de acuerdo a lo planteado desde la antropología, García Canclini (2007) define el consumo como un conjunto de **procesos socioculturales** en los que se realiza una **apropiación y uso** de los productos, pasando a jugar un papel fundamental en el desarrollo simbólico y cultural de las sociedades. En materia cultural, los bienes que circulan y que son consumidos o apropiados tienen la particularidad de poseer un **valor simbólico que prevalece sobre los valores de uso y de cambio**. Por otra parte, no siempre los

consumos culturales están mediados por objetos y en algunos casos tampoco por “servicios” culturales, sino que tienen que ver con ciertas **prácticas o formas de participación social** que realizan los miembros de una comunidad, atendiendo a sus tradiciones, gustos, experiencias estéticas, etc. En relación a la arquitectura, podríamos pensar en el caso de una comunidad orgullosa de su patrimonio inmueble. Quienes se sienten identificados con algunos edificios que componen su barrio, podrían sentir la amenaza de perder su identidad debido a la construcción de proyectos inmobiliarios que atenten contra la imagen urbana del sector. Frente a esto, la comunidad podría organizarse con el fin de difundir el valor arquitectónico del espacio y así llamar la atención de las autoridades.

En el ejemplo anterior, se le estaría otorgando valor simbólico a un bien que no fue necesariamente comprado, pero que forma parte de la identidad de un grupo de personas y da origen a la participación cultural de una comunidad completa.

Desde este punto de vista, no sería necesario un intercambio económico, ya que se puede hacer recepción, uso y apropiación de un bien cultural que se ha obtenido desde las propias vivencias, como obsequio o legado. Al respecto, Douglas & Isherwood (1990), entienden el consumo no sólo como un intercambio económico, sino, y ante todo, como un intercambio cultural y simbólico en cuyo acto se busca **emitir significados socialmente relevantes**. En esta práctica de carácter cultural, los bienes o mercancías, pasarían a ser portadores de mensajes y significados que "sirven para pensar". Por lo tanto, consumo se entiende, en este caso, como un espacio de comunicación, en el que **se construye significado** a partir del uso y apropiación de los bienes. De manera similar, Michel de Certeau (1996) plantea una construcción cultural que el consumidor fabrica a partir de sus prácticas de consumo:

“Parece posible considerar estas mercancías ya no sólo como datos (...), sino como el repertorio con el cual los usuarios proceden a operaciones que les son propias. A partir de ese momento, estos hechos ya no son los datos de nuestros cálculos, sino el léxico de sus prácticas. Así una vez analizadas las imágenes distribuidas por la televisión y el tiempo transcurrido en la inmovilidad frente al receptor, hay que preguntarse lo que el consumidor *fabrica* con estas imágenes durante estas horas. Los quinientos mil compradores de la revista *Information-santé*, los usuarios del supermercado, los practicantes del espacio urbano, los consumidores de relatos y leyendas periodísticas, ¿qué fabrican con lo que “absorben”, reciben y pagan? ¿Qué hacen con esto?” (De Certeau, 1996:37)

La reflexión de De Certeau nos lleva a consideraciones profundas respecto a la importancia que tiene el entorno construido en la ciudadanía, en tanto ésta genera sus acciones a partir de las imágenes absorbidas del medio ambiente. Se podría especular, que factores como el sector en el que se habita, y la calidad arquitectónica y urbana a la cuál se tiene acceso a diario son determinantes en la construcción de ámbitos culturales.

En este sentido, la noción de construcción es profundizada por Martín Barbero (1987) que desarrolla también el concepto de consumo a través de los modos de apropiación cultural y de los usos sociales de la comunicación, entendiendo que el objeto no se agota en la posesión del mismo sino que su uso, o la práctica que permita, da origen a la producción de sentidos y a espacios para la **constitución de identidades**.

A partir de lo expuesto, podemos entender una diferenciación entre el consumo de productos y servicios, que realizamos a diario en función de satisfacer nuestras necesidades cotidianas y el consumo que realizamos de bienes culturales. Estos últimos estarían ampliando nuestra base de conocimiento al cargar de significado el bien, a partir del uso o práctica cultural que origine. **De esta forma, podemos concluir que en los productos culturales prevalecería el valor simbólico y estético sobre los utilitarios y mercantiles y sus procesos de apropiación prevalecen sobre los valores de uso y cambio.**

A continuación, se presenta un esquema con el objetivo de resumir lo concluido en relación al consumo cultural. Es de interés de este estudio, destacar las diferencias del consumo a partir de las fases de la actividad económica, entendiendo que en el campo cultural, surgen nuevas fases que agregan valor simbólico al bien. En estricto rigor no debíamos hablar de consumo de bien cultural, ya que éste no termina siendo eliminado, sino que su uso y apropiación generan nuevos contenidos culturales:

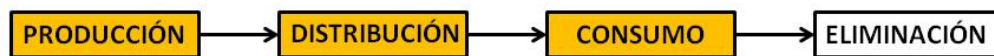


FIG. 7 Esquema fases del proceso de consumo económico (Elaboración propia)

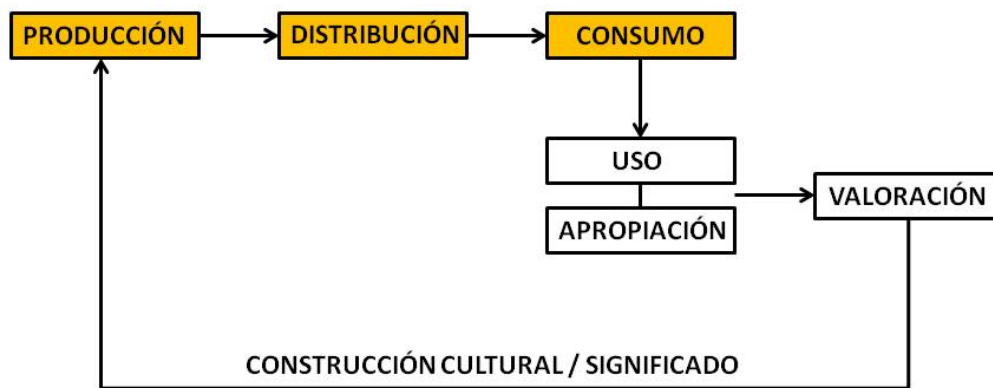


FIG. 8 Esquema fases del ciclo de consumo cultural (Elaboración propia)

En ambas dimensiones del consumo, podemos entender los objetos consumidos como signos que develan estilos de vida y clases sociales. Es importante poder entender estas diferenciaciones para la implementación de políticas culturales, ya que un objetivo relevante en ellas, es poder ampliar el acceso a la participación en el campo cultural. Al respecto, la Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural afirma:

“La economía de mercado en la que se desenvuelve el consumo cultural, implica un acceso, apropiación y uso diferenciado de los bienes culturales, debido no sólo a las diferencias de poder adquisitivo que existen en los diferentes grupos sociales, sino además a las disparidades en cuanto a la educación, el capital cultural y el estatus social”. (CNCA, 2011a: 16)

Según Pierre Bourdieu (1988), el consumo es el lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre grupos, define un **capital cultural** estrechamente vinculado con las clases socioeconómicas a las que pertenecen los individuos. De ese modo, las prácticas, productos y juicios que se puedan generar al interior de los grupos sociales, estarían determinados por las condiciones de existencia de los individuos que componen los grupos. De esta manera, la condición económica y social generará diferenciaciones entre grupos sociales determinando diferentes estilos de vida. En materia de consumos culturales, se establecerían consumos designados como “distinguidos, de las fracciones mejor provistas tanto de capital económico como de capital cultural, y los consumos socialmente considerados vulgares, porque son a la vez fáciles y comunes de los más desprovistos a los capitales económico y cultural” (Bourdieu, 1988:175). De acuerdo a lo planteado por el autor, el espacio

de los estilos de vida es donde se cruzan las prácticas y los gustos, es el escenario en el cual la distribución del capital se transforma en distribución de capital simbólico. Si entendemos que el capital cultural, a diferencia del capital económico, puede adquirirse en la escuela y en otras instituciones educativas, se podría definir una democratización de la cultura y una valoración de algunos elementos culturales que hoy no son significativos para algunos grupos.

De la misma manera en que se puede democratizar la arquitectura mediante la educación, existen algunos bienes culturales con los que se vinculan todas las clases, pues permiten apropiaciones diversas y en lugar de funcionar como separador entre las clases y los grupos, en este caso el consumo favorece la sociabilidad, entregando un escenario para la integración y comunicación (Sunkel, 2006). Un ejemplo de consumo cultural de este tipo, sería a través de un bien común como lo es el espacio urbano, capaz de generar una identificación y apropiación de la ciudadanía con su territorio.

A partir del análisis de las diferentes visiones, podemos plantear que si bien la definición de la palabra “consumo” hace referencia al uso de un producto que se extingue (RAE, 2012). En el aspecto de las prácticas culturales, y en base a la perspectiva sociológica o antropológica de un bien, este se comprende como una apropiación, que en lugar de ser agotada, se le otorga nuevos valores y significados, los que permiten seguir construyendo una identidad y la generación de nuevo conocimiento. Para efectos de referirnos al consumo cultural de arquitectura, tomaremos en cuenta el consumo como parte de un ciclo productivo que es capaz de dar origen a nuevos significados culturales. El consumo de bienes y servicios culturales lo consideraremos como las prácticas que van más allá de la compra y venta, entendiendo su rol fundamental en el desarrollo de las personas y los países. En términos de este estudio y para el desarrollo de los capítulos que vienen a continuación, utilizaremos la siguiente definición de consumo cultural:

“El consumo cultural se refiere a los distintos tipos de apropiación de aquellos bienes cuyo principal valor percibido es el simbólico, que son producidos y consumidos en circuitos relativamente diferenciados y que requieren de ciertos conocimientos especializados para su apropiación y uso.” (Güell, Moreno y Peters, 2010:18)

Esta definición permite entender el consumo de arquitectura, como una experiencia cotidiana y vivencial con el medio ambiente construido, y no solo como una adquisición de una obra arquitectónica, como pudiera ser en el encargo de un privado. La arquitectura estaría generando apropiación

ción y nuevos significados en la medida que sus consumidores le dan un valor, para lo cuál es imprescindible generar un grado de compromiso con el entorno urbano, que se logra mediante la participación.

La valoración de la arquitectura y el espacio público está encerrada en contenidos académicos y parece necesario que este conocimiento sea traspasado hacia la ciudadanía. Para esto, antes se requiere conocer el interés de la sociedad chilena y su disposición a recibir estos contenidos. Además, es fundamental incentivar la participación en las actividades relacionadas con el entorno urbano y arquitectónico. Al respecto, la Política Cultural Nacional plantea:

“La participación ciudadana se comprende como aquella acción mediante la cual la ciudadanía, tanto individual como organizada, se involucra en las decisiones que le afectan.” (CNCA 2011b: 49)

Para comprender a cabalidad la propuesta, en el próximo apartado se analizarán los resultados obtenidos en la aplicación de la Encuesta de Consumos Culturales en Arquitectura, y se estudiará el concepto de mediación con el objetivo de indagar en las posibilidades de formar audiencias y democratizar el acceso a la arquitectura como expresión cultural y obtener un aumento en los consumos culturales por parte de la ciudadanía.

3. Formación de audiencias, percepciones y mediación en Arquitectura

De acuerdo a la definición establecida en el apartado anterior, los consumos culturales se dan de manera diferenciada de acuerdo a los distintos grupos socioeconómicos y la disparidad existente en educación y capital cultural. El consumo cultural, implica un acceso, apropiación y uso de bienes culturales, por lo que es materia de las políticas culturales apuntar a plantear medidas para reducir las brechas de acceso y la participación en cultura. La noción de acceso, entendido como la democratización del derecho a la participación ciudadana en el campo cultural, es una de las principales problemáticas que debe enfrentar una política cultural, “considerando la cultura como un bien social susceptible de ser abordado por un servicio público” (CNCA, 2011a: 14). Sólo la acción pública nos garantiza la incorporación de criterios de equidad, promoción de la diversidad y la protección del patrimonio cultural de nuestras sociedades. (Güell, Morales y Peters, 2011)

Con el fin de abordar el tema del consumo cultural en Chile y poder establecer mediciones relacionadas con la participación ciudadana en este campo, el Consejo de la Cultura en conjunto con la Universidad Alberto Hurtado desarrollaron en 2009 la Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC)¹. La encuesta corresponde a una herramienta metodológica que tiene por objetivo comprender la percepción de los chilenos y chilenas frente a la participación en cultura, reflejada tanto en sus hábitos de consumo, como también en sus prácticas simbólicas. El análisis de sus resultados permitirá al CNCA identificar los desafíos para facilitar el diseño de políticas culturales “relacionadas con acceso, gustos, fallas de mercado y otras temáticas del campo cultural.” (CNCA, 2011a:18)

Debido a que la ENPCC no considera datos relacionados con la Arquitectura como expresión cultural, para efectos de este estudio se diseñó y aplicó una Encuesta de Consumos Culturales en Arquitectura,² que permite dimensionar el comportamiento de las posibles audiencias y ofrecer un diagnóstico inicial para una implementación de políticas culturales en esta área.

De los resultados obtenidos en las Encuestas de Consumos Culturales en Arquitectura, realizadas para efectos de esta tesis, podemos entender que a pesar de lo que se podría creer, tanto desde el Área de Arquitectura del CNCA como desde la opinión pública, la arquitectura es ampliamente considerada como una expresión que aporta a la cultura e identidad de un país, como grafica la Figura 9:

¹ La tercera ENPCC se está desarrollando actualmente, por lo sus resultados no pudieron ser utilizados para efectos de esta tesis.

² Todos los resultados de la encuesta pueden ser consultados en ANEXO 2.

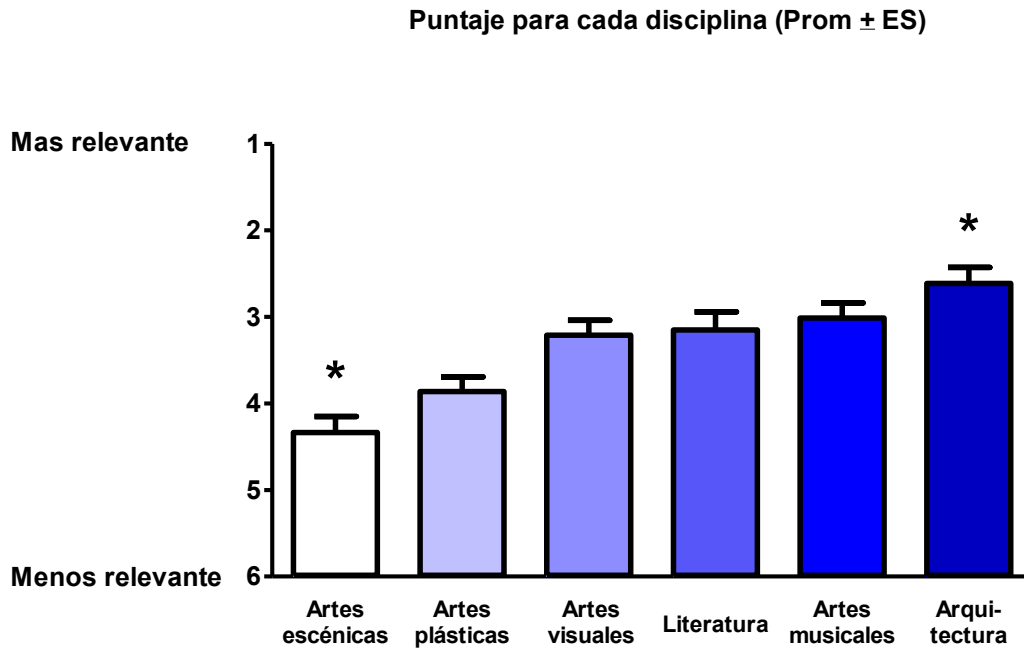


FIG. 9 Calificación de 6 disciplinas según su importancia para el desarrollo cultural del país

Se aprecia en la figura 10, la poca relevancia que tiene el “mall” como hito representativo en la imagen de ciudad que tienen los jóvenes hoy, sobretodo en una sociedad regida por el consumo. Sin embargo, en el último tiempo, los edificios de este tipo han sido parte del debate público, en diferentes ciudades del país, como la inserción del mall de Castro en una zona patrimonial de palafitos y al lado de la catedral de la ciudad protegida por UNESCO. En Santiago el mall Costanera Center inaugurado en junio de 2012, también ha sido tema de discusión respecto al impacto urbano que generará en la imagen del sector y en el colapso vial que provoca su apertura. Estos resultados señalan que si bien el mall parece haberse instalado en la construcción de la imagen de nuestra ciudad, sus habitantes no lo consideran un hito rescatable, lo que podría deberse a las numerosas críticas a dichos proyectos, presentes en la prensa, medios de comunicación y redes sociales. Por el otro lado, como hitos significativos dentro de la ciudad aparecen en primer lugar las propias casas de los encuestados y luego la plaza y el museo, situación que puede estar dando cuenta del valor que dan los encuestados a sus entornos más cercanos.

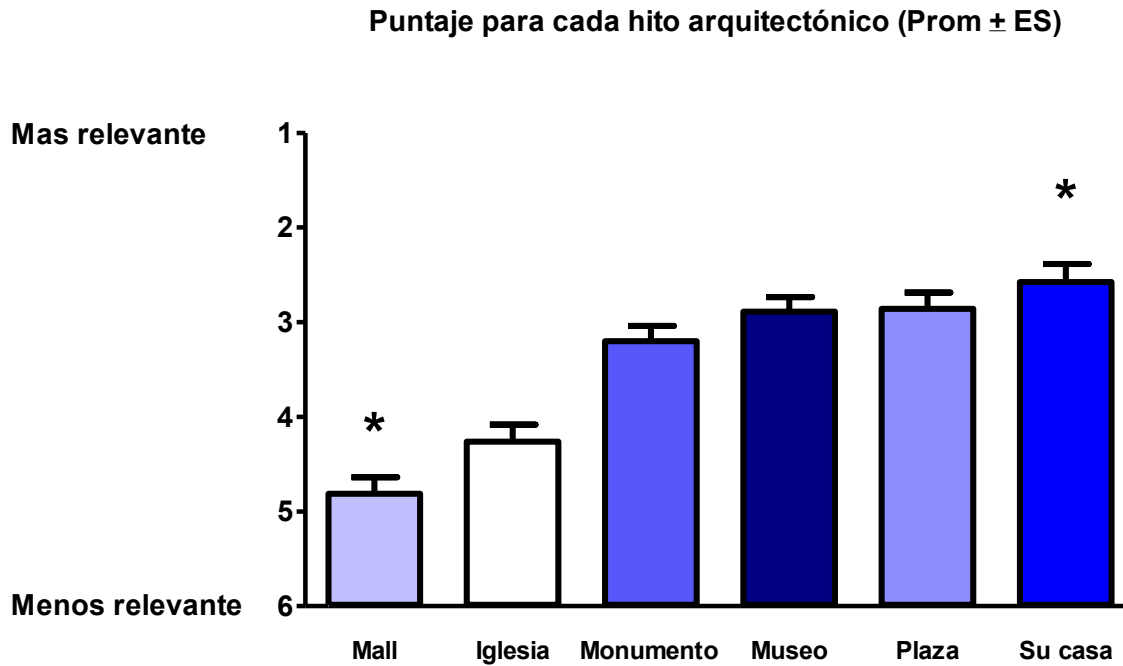


FIG. 10 Calificación de 6 hitos arquitectónicos según la importancia en la vida cotidiana del encuestado

Se observa también que una gran mayoría considera la “buena” arquitectura, como importante en la calidad de vida de los ciudadanos, en el fomento al turismo de las ciudades, e identifican los edificios patrimoniales como elementos que enriquecen la cultura de las ciudades. Contrarresta con este entusiasmo frente a la arquitectura, como potenciador de la cultura, el bajo interés en la participación en actividades culturales vinculadas con arquitectura, tales como: bienales, visitas a edificios patrimoniales y la participación en organizaciones ciudadanas que defienden el patrimonio. Una de las razones que explicaría la poca participación, refiere al desconocimiento de los lugares dónde se realizan estas actividades como motivo de la baja participación, sin embargo más de la mitad de los encuestados (59%) estaría interesado en participar de talleres gratuitos vinculados con la arquitectura.

Es importante remarcar que en relación al consumo cultural en arquitectura, parece no haber una correlación con los niveles socioeconómicos, quedando de manifiesto que la participación en actividades culturales vinculadas con la arquitectura en todos los niveles es baja.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En des-acuerdo	Muy en des-acuerdo	No sabe
¿La arquitectura es importante en la construcción de identidad de una ciudad o país?	71,3%	27,5%	0%	0%	1,2%
Al momento de elegir una ciudad para visitar con fines turísticos ¿su arquitectura es un elemento a considerar?	47,5%	47,5%	3,8%	1,2%	0%
La conservación de barrios típicos en las ciudades no me parece relevante.	8,8%	3,8%	18,7%	67,5%	1,2%
Habitar, estudiar y trabajar en edificios de calidad arquitectónica tiene un impacto positivo en la calidad de vida de todos los ciudadanos.	45,0%	43,8%	7,5%	1,2%	2,5%
Santiago de Chile posee atractivos arquitectónicos para los turistas	22,5%	53,8%	20,0%	1,2%	2,5%
Los edificios de valor patrimonial enriquecen la cultura de las ciudades	73,8%	21,2%	5,0%	0%	0%

FIG. 11 Grado de acuerdo respecto a las siguientes afirmaciones (Pregunta 7)

	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	No sabe
Bienal de arquitectura en Santiago	3,8%	5,0%	6,2%	10,0%	67,5%	7,5%
Visitas guiadas a lugares de interés histórico y arquitectónico	1,2%	6,3%	45,0%	26,3%	21,2%	0%
Asistencia a conferencias o encuentros relacionados con temas urbanos y arquitectónicos	2,5%	3,8%	12,4%	23,8%	55,0%	2,5%
Visita de algún sitio web dedicado a la arquitectura	5,0%	8,8%	31,3%	21,3%	33,8%	0%
Revisión de libros o revistas especializadas en arquitectura	2,5%	12,5%	23,7%	27,5%	33,8%	0%
Compra de un libro o revista especializadas en arquitectura	1,2%	3,8%	10,0%	28,8%	55,0%	1,2%
Revisión de los suplementos dedicados a vivienda y decoración que vienen en los diarios el fin de semana	10,0%	20,0%	40,0%	17,5%	12,5%	0%
Participación en organizaciones ciudadanas que buscan defender el interés patrimonial y arquitectónico de algunos barrios en Santiago	3,8%	6,3%	15,0%	15,0%	59,9%	0%

FIG. 12 De las siguientes actividades relacionadas con la arquitectura, ¿en cuales ha participado en Santiago? (Pregunta 8)

En la Figura 13 se muestra un resumen de los mayores porcentajes obtenidos en las preguntas 7 y 8. Queda en evidencia una significativa diferencia entre un alto grado de interés y un bajo grado de participación, escenario que podría propiciar una buena recepción por parte de la ciudadanía de contenidos e información referida a la arquitectura y la ciudad.



FIG. 13 Cruce de mayores frecuencias entre preguntas 7 y 8

De los dominios culturales expresados por UNESCO (2009) en el marco para estadísticas culturales, como los conceptos de patrimonio cultural, las artes escénicas y visuales, entre otras, se desprenden dominios transversales que juegan un rol clave en el ciclo de la producción cultural y la transmisión de sus significados. Uno de dichos dominios, corresponde a la educación y capacitación, entendidas éstas como medios de transmisión de los valores propios de las diferentes culturas. El aprendizaje de actividades culturales potencia el desarrollo, la comprensión y la recepción de la cultura, incluyendo procesos de crítica. **La educación sería entonces, el proceso mediante el cual la cultura se puede transmitir de generación en generación y el medio a través del cual las personas aprenden a apreciar o formar juicios de valor en torno a actividades o productos culturales.**

“La educación y capacitación ayudan al individuo a adquirir habilidades para crear bienes culturales. Enseña a las personas a apreciar las potencialidades del consumo de bienes y servicios culturales o el beneficio social de la participación en actividades culturales.” (UNESCO 2009: 13)

En el contexto chileno, la educación en materia de cultura, cuando no es entregada a través de los currículos escolares, se hace por medio de la “formación de audiencias” y la “mediación”. La **formación de audiencia**, se entiende como “las estrategias que colaboran en el desarrollo de públicos fidelizados para las artes” (Ibacache, 2012) y surgió como un diagnóstico respecto de las carencias de espectadores en determinados espectáculos culturales. No obstante, si bien responde a una baja demanda, no busca fidelizar a futuros consumidores a partir de una buena estrategia de marketing, **sino que mediante la vinculación del público con las manifestaciones artísticas**. Javier Ibacache, director de Programación y Audiencias del Centro Cultural GAM, desde hace varios años ha trabajado la formación de audiencias en el área del teatro a través de la iniciativa “Escuela de Espectadores”, que inicialmente hizo un seguimiento de un público variado en el tiempo de acuerdo a su asistencia a algunas obras de teatro particulares. Se concluyó que la participación está mediada por la primera experiencia de ir al teatro y está muy marcado por el nivel socioeconómicos. “En los niveles más altos era la familia el agente que permitía la participación en el teatro, mientras que en los bajos el agente es el profesor. Esto es decisivo para entender por qué la gente no participa” (Ibacache, 2012). Para el estudio cuantitativo, se trabajó posteriormente comparando gente que asistía a la escuela de espectadores y gente que no, siendo el principal impacto del grupo que sí asistía, su capacidad de lectura de las obras. Más allá de la anécdota, lograban elaborar un discurso respecto al contenido que se les había entregado a través de la obra.

A partir de este ejemplo, se observa la existencia de una barrera económica que generaría una desigualdad de accesos, en este caso al teatro. Pero además nos enfrentamos a una barrera simbólica, que es resultante de las capacidades que se puedan tener para el acercamiento a una manifestación artística, es decir, el conocimiento de las claves de lectura de apreciación para su comprensión. (Ibacache, 2012).

El acceso, entendido como la democratización del derecho a la participación ciudadana en el campo cultural, es una de las principales problemáticas que debe enfrentar una política cultural (CNCA, 2011a). Sin embargo, es importante no caer en errores que consideren que sólo mediante eventos culturales masivos gratuitos se está aportando a estrechar la brecha cultural, sino que es necesaria una formación previa que permita la comprensión y apreciación de ciertos contenidos que den el

espacio para la generación de nuevos discursos. Como vimos en el apartado anterior, los nuevos significados que surgen del consumo cultural, luego de la apropiación y valoración de un bien, lo diferencian del consumo que solamente implica una transacción económica y un agotamiento del bien adquirido.

“La literatura confirma que quien tiene la oportunidad de vivenciar los haceres artísticos es potencialmente un mejor público para las manifestaciones artísticas y culturales (...) Toda práctica cultural exige la acumulación previa de un mínimo de información y, en la mayor parte de los casos, de conocimientos.” (Botelho, 2009:13)

En este contexto, la **mediación** sería entendida como ese “lugar” desde el cual es posible percibir y comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción o consumo (Martín-Barbero, 1987), ya que la producción cultural no debiera responder únicamente a requerimientos del sistema industrial, sino que también a exigencias propias de los consumidores y de los modos de participación en cultura. Los bienes y manifestaciones culturales dependerán del encuentro entre demanda y oferta, por lo que si se busca ampliar la demanda, es decir, el interés por parte de la ciudadanía por consumir o participar en cultura, se hace necesaria la ampliación de la base social de los públicos a través de la educación artística y cultural, con el fin de “aumentar los mecanismos de selección y de búsqueda de aquello que realmente interesa y enriquece, invirtiendo en la creación de una demanda calificada y no pensar solamente en la oferta” (Güell, Morales y Peters, 2011:14).

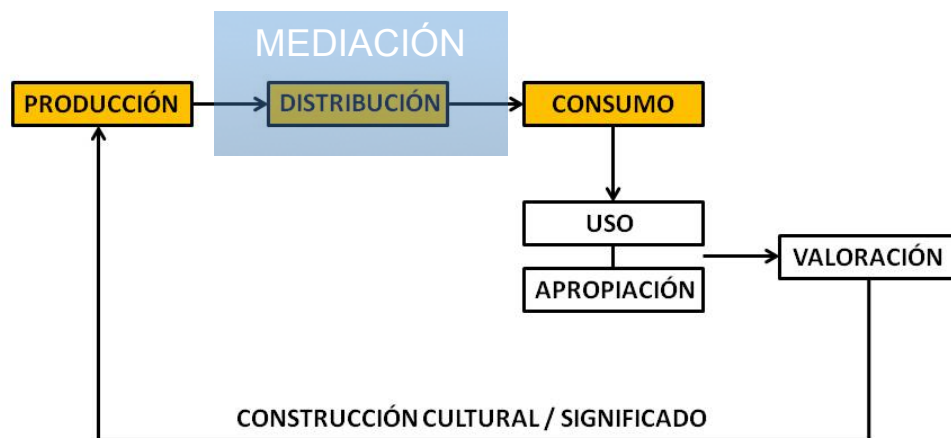


FIG. 14 Incorporación fase de mediación al ciclo de consumo cultural

De esta manera, se integraría una nueva fase al ciclo de consumo cultural (FIG. 14), la mediación puede funcionar a la par con la distribución del bien cultural, con el fin de obtener una demanda más calificada, y por lo tanto, más crítica, que permita mejorar la producción cultural. La función de la mediación, además, sería generar instancias que permitan difundir el producto, y así crear una mayor demanda o aumentar el acceso. Por ejemplo, en el caso de la participación ciudadana, en el consumo cultural simbólico de un bien de difícil distribución, como lo es un conjunto arquitectónico de valor patrimonial, el consumo cultural se realiza en la experiencia. En estos casos, la mediación pasa a reemplazar a la distribución, pudiendo desarrollarse a través de talleres de formación de audiencias, la difusión por medio de exposiciones o libros, o cualquier actividad que permita dar a conocer el bien cultural y de este modo, ampliar los accesos a él.

Si la política cultural en Chile está enfocada a fomentar la creación artística, pero a su vez apunta a promover el acceso y la participación de la ciudadanía en estas iniciativas, debe atender a las necesidades tanto de la población como de la comunidad de artistas y productores culturales. Para esto es fundamental considerar la mediación, en un amplio sentido, tanto en el traspaso de contenidos a ciudadanía, en lo que podríamos entender como actividades de formación de audiencias, como también, en la difusión y oferta de oportunidades culturales, como programas y proyectos proporcionados por instituciones y equipos culturales multidisciplinarios, despertando así un deseo de cultura, de participar activamente en su propio desarrollo personal y en el de la sociedad.

A continuación revisaremos el campo de la **Industria Creativa**, que toma un lugar relevante en la implementación de las políticas culturales en Chile, pues es a través de éstas que el bien cultural logra mayor cantidad de vías de distribución.

4. Industria Creativa, arquitectura y producción cultural

En relación a lo estudiado, se entiende por consumo cultural: **una forma de apropiación de un bien cultural, que requiere de espacios de mediación para su fomento**. Para comprender en profundidad este concepto, debemos estudiar la industria que produce los bienes y servicios culturales, lo que nos ayudará a buscar maneras de fomentar la producción cultural, específicamente en Arquitectura.

Se debe considerar que existen diferentes niveles de reproducción de un bien cultural. Un nivel, considera aquellos bienes que tiene la posibilidad de la producción en serie que permite una amplia distribución; otro es la de los bienes únicos en su producción, y que por tanto son de menor alcance.

El caso de la arquitectura es paradigmático, ya que si bien está considerado por el Consejo de la Cultura como un **industria creativa**, su producción corresponde más a un servicio que a un bien particular fácilmente distribuible y exportable al extranjero. Para entender estas dos “escalas” de producción usaremos las definiciones de Cuadrado y Berenguer (2002), que distinguen entre servicio y bien cultural. Un **bien cultural** representaría una actividad artística, cuya creación individual y producción en serie utiliza un soporte tangible, que facilita su consumo masivo ante la posibilidad de una amplia distribución. No cabe duda que una obra arquitectónica corresponde a un bien cultural, en tanto es una producción creativa y tangible, sin embargo, el edificio no es distribuible, ni exportable. En este caso el registro fotográfico o audiovisual puede ser un soporte de difusión de la obra del arquitecto a cargo, para eventualmente poder diseñar edificios en el extranjero. En este caso lo que se estaría internacionalizando es el **servicio cultural**, que se define como una actividad artística que se contempla o consume en el momento de su exhibición o ejecución y que por lo tanto es de menor alcance y baja reproducción.

Todos estos bienes y servicios culturales provienen de diversas industrias creativas, que de acuerdo al documento de UNESCO "Comprender las Industrias Creativas - Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas", se definen de la siguiente manera:

“El término **industria creativa** supone un conjunto más amplio de actividades que incluye a las industrias culturales más toda producción artística o cultural, ya sean espectáculos o bienes producidos individualmente. Las industrias creativas son aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo substancial e incluye sectores como la arquitectura y publicidad.”(UNESCO, 2006:11)

Por otra parte, en el primer informe de Economía Creativa, publicado por la UNCTAD EN 2008, se concluye que las industrias creativas se encuentran entre los sectores más dinámicos de la economía global ofreciendo, además, altas oportunidades para los países en vías de desarrollo (UNCTAD, 2010). En el mismo informe se define a las industrias creativas como todas aquellas actividades que se generan desde la intersección entre tres ámbitos disciplinarios correspondientes al arte y la cultura; la empresa y la innovación; y la ciencia y tecnología (Antoine, 2011):

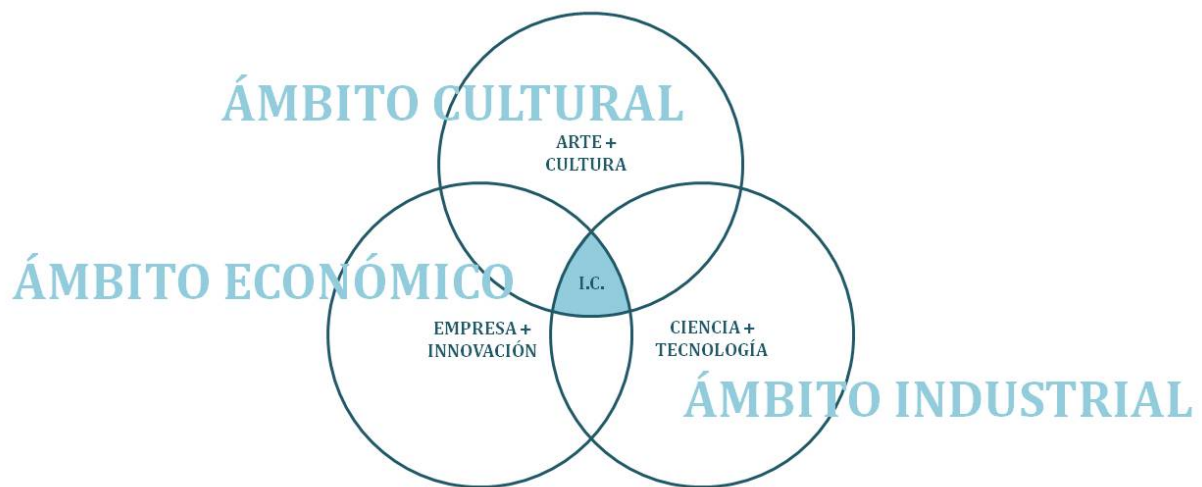
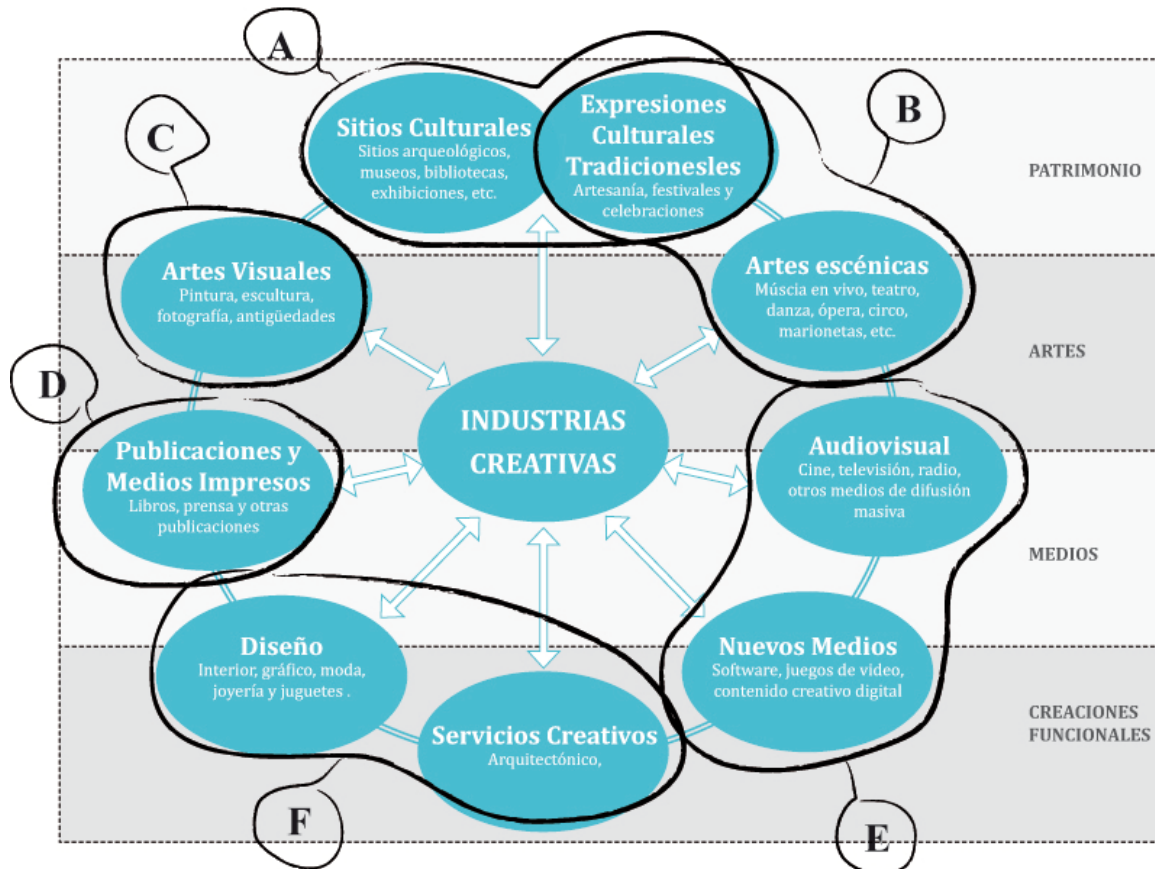


FIG. 15 Diagrama de la industria creativa como intersección de tres ámbitos (Elab. Propia)

A partir del diagrama, **la industria creativa** sería la **articulación** entre la cultura, la economía y la tecnología, “expresada en la habilidad de crear y poner en circulación capital intelectual con el potencial de generar ingresos, empleos y exportaciones, junto con la promoción de la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano”. (Newbiggin, 2010:22)

De acuerdo a la UNCTAD existe una clasificación de las **industrias creativas**, en relación a los bienes y servicios que producen y las formas de demanda de sus consumidores (UNCTAD, 2010), que se ven representados en las nueve áreas de la FIG. 16. Cada uno de estos campos pertenece a los seis dominios culturales que UNESCO (2009) considera representativos para comprender el alcance del sector cultural en el desarrollo de las naciones y sus estructuras de funcionamiento.



- A. Patrimonio cultural y natural
- B. Artes escénicas y festividades
- C. Artes Visuales y artesanía
- D. Libros y Prensa
- E. Audiovisual y medios interactivos
- F. Diseño y servicios creativos

FIG. 16 Cruce clasificaciones Industrias Creativas UNESCO 2009 y UNCTAD 2010

(Elaboración propia)

A partir de la información expuesta, la arquitectura se entiende como una **industria creativa** cuya producción cultural elabora tanto bienes culturales como servicios creativos, representados en arquitectura construida. Del cruce de las clasificaciones de industrias creativas hechas por UNCTAD y UNESCO, se puede entender a la Arquitectura como un servicio creativo, sin embargo su impacto tendría implicancias en otros ámbitos como en el patrimonio, los sitios culturales y las festividades. Además su producción podría ser fomentada a través de otras industrias creativas como publicaciones, el área audiovisual y la prensa, como veremos en el próximo capítulo.

La importancia del estudio de las **Industrias Creativas** para el diseño de políticas públicas recae en **la necesidad de reconocer su valor para la economía y entender los procesos productivos de cada industria, con el fin de detectar cuál es la fase que se deberá fomentarse para aumentar la producción y distribución hacia la ciudadanía.** Al respecto, es interesante considerar la producción arquitectónica nacional de los últimos 20 años, la cual ha sido muy renombrada a nivel internacional, pero desconocida para nuestra ciudadanía. Lo anterior sugiere, la necesidad de espacios en los que se permita generar un intercambio más estrecho de estos contenidos, a modo de incrementar la demanda local por arquitectura de alto nivel.

La “Política Cultural 2011-2016” de la Región Metropolitana (2012a), destaca la importancia de las industrias creativas en la planificación de estrategias de desarrollo, ya que tienen un gran potencial en la generación de empleo y como fuente de riqueza para el país. En el año 2007 se implementó la Cuenta Satélite de Cultura, que aportó con datos económicos sobre el desarrollo cultural en Chile, revelando, entre otras cosas, que el sector cultural contribuyó con un 1,6% al Producto Interno Bruto (PIB) de 2009 (CNCA, 2012). Como referencia, cabe señalar que en países como Estados Unidos, el aporte de las industrias creativas al PIB es del 11,12%, y de 8,49% en el empleo, mientras que en México representan el 4,77% del PIB con una repercusión en el empleo altísima, del 11% (Antoine, 2011).

De acuerdo a lo revisado anteriormente, el Área de Arquitectura a través de diversas actividades culturales, ha podido difundir los valores de la arquitectura chilena en el extranjero. Existen oportunidades para incrementar la exportación de servicios arquitectónicos al mercado internacional, cuestión que estimularía la exportación de servicios de construcción. La producción del entorno construido es un factor significativo en la economía, porque al mismo tiempo incrementa el número de empleos y genera valor agregado, no obstante, es necesario tener una estrategia respecto al Área de Arquitectura primero al interior del país. Respecto de esto, Leonardo Ordoñez, Gerente de “Santia-

go Creativo”³ explica que, no serán muy productivas las participaciones en bienales si no existe detrás el apoyo de un grupo, con una decisión sectorial creada en conjunto con las asociaciones gremiales, como el Colegio de Arquitectos, con universidades y definir qué es lo que se busca desarrollar:

“Gracias a esta estrategia se puede reconocer el potencial de desarrollo de negocio y de industria, pero esto, siempre y cuando haya mediano consenso, de que tengamos ejemplo de algunos emprendedores que les haya ido bien exportando sus bienes y servicios o desarrollando modelos aquí, para formar un pequeño mercado en el extranjero. Todo eso en la medida que haya una estrategia, de lo contrario el sector público se va a poder vincular sólo en la medida en que exista un interés. Pero es poco concreto, si se trata de invertir fondos públicos en poquitos proyectos.” (Ordoñez; 2012 e.p)

Sin embargo, en la “Política Cultural 2011-2016” y en el planteamiento de los Fondos Concurables 2013 en el Consejo de la Cultura, se está enfocando en el mercado y el desarrollo de las industrias, **lo que podría llevar a un eventual abandono de los procesos culturales simbólicos**. Es importante remarcar este punto, sobre todo en el conocimiento de que existen organismos como CORFO, dedicados exclusivamente al fomento a las industrias y que posee un área especializada en emprendimientos creativos. “No debieran destinarse fondos públicos para el desarrollo de la industria, si no hemos desarrollado antes bien el problema de los accesos”. (Ordoñez; 2012 e.p)

Como hemos visto en el desarrollo de este capítulo, en materia de cultura tenemos un diagnóstico de **desigualdad de accesos**, y específicamente, en arquitectura el problema radica en la falta de espacios que puedan difundir y reforzar los valores culturales de la arquitectura e informar respecto a temáticas relacionadas para propiciar la participación. **Al respecto, el desarrollo de la industria creativa no apunta a una solución en la desigualdad de accesos, sino que busca fidelizar nuevas demandas para poder aumentar la productividad.**

“No estoy seguro si el énfasis se debiera dar en la creación de sectores culturales, en la creación de una industria cultural, porque corremos el riesgo de quedar entrampados en el único enfoque de la industria cultural que es la internaciona-

³ Programa Territorial que surge en 2011 desde CORFO para apoyar a emprendedores de la Industria Creativa de la Región Metropolitana de Santiago, para que superen brechas y puedan desarrollar negocios con potencial exportador.”

lización de la oferta artística y desentendernos del dialogo con las audiencias mas cercanas.” (Ibacache, 2012)

Para efectos de este estudio, el discurso de la industria creativa nos ayudará a darle un valor a la Arquitectura dentro de la economía general, con la finalidad de aumentar el interés por parte de la ciudadanía y las autoridades. Este valor a la economía, podrá ser cuantificable con cifras en el nivel de empleo; el número y tamaño de negocios creativos que genere exportaciones; aportaciones al producto interno bruto. Para llegar a estas cifras se utilizan los “mapeos de industrias creativas” que de acuerdo al British Council “es ante todo, un método para lograr que las industrias creativas sean reconocidas y tomadas en cuenta” (BOP Consulting, 2010:24).

En este capítulo se observó que la “Política Cultural 2011 -2016” se enfoca, entre otros lineamientos, a la generación de accesos a la oferta cultural y a la formación de hábitos de consumo artístico cultural. Estos lineamientos debieran estar presentes en una política sectorial de arquitectura, que considere el consumo cultural de arquitectura como una apropiación simbólica del ciudadano con su entorno construido. Para esto serán necesarias estrategias de mediación, que permitan un mayor grado de participación de parte de la ciudadanía en las actividades culturales vinculadas con la arquitectura, para alcanzar una formación en torno a estos temas. Estas estrategias serán estudiadas en el próximo capítulo, por medio de casos chilenos y extranjeros, que potencien la fase de mediación con el fin de formar un público informado de los aspectos culturales de su entorno construido. Previamente se buscará visualizar el panorama productivo de la arquitectura en Chile, para entender su impacto a nivel cultural. Para ello se construirá un mapeo, cuyo objetivo es el de detectar cadenas productivas que den origen a nuevos bienes culturales que fomenten el conocimiento de la arquitectura

CAPITULO III

CULTURA ARQUITECTÓNICA

Hemos visto que la arquitectura enfocada como área desde el CNCA, se agrupa junto al Diseño y la Artesanía, como parte de las industrias creativas en vías de desarrollo, sin embargo, la arquitectura desde la disciplina también puede ser considerada una actividad cultural del grupo de las artes plásticas, ya que “conjuga singularidad creativa, generalmente certificada por la firma del autor; posee un carácter único, al ser cada obra un producto original y de producción limitada; posee un valor simbólico, al transmitir determinados códigos estéticos; se orienta al mercado y valoración o cotización económica peculiar, al no existir una relación directa entre horas de trabajo y precio de una obra.” (Cuadrado y Berenguer, 2002:11).

Respecto de estas características de la práctica cultural de la arquitectura, este capítulo analizará la producción arquitectónica a partir de un mapeo de la industria creativa en el contexto chileno actual, y los productos que derivan de este, incluyendo incluso aquellos que pudieran pertenecer a otras industrias, como la editorial, audiovisual o el turismo, ya que se considera, para efectos de este estudio que estos bienes tributan tanto a su industria en cuanto al formato al que pertenecen (libro, película, etc.), como también a la arquitectura en tanto son soportes de difusión y distribución de la obra arquitectónica. Recordemos que la obra de arquitectura es de difícil reproductibilidad y distribución, como podría ser una pieza de diseño industrial, por ejemplo.

Finalmente, estudiaremos casos ejemplares en Chile y el extranjero que han logrado involucrar la arquitectura como actividad cultural entre la ciudadanía, a través de iniciativas de mediación de apuntan al diseño de políticas de arquitectura que consideran relevante la participación ciudadana como consumo cultural, logrando definir, a partir de sus proyecciones, una “cultura arquitectónica”.

1. Panorama cultural de la Arquitectura en Chile

A partir de las definiciones de bien y servicio cultural entregadas por Cuadrado y Bereguer (2002) y revisadas en el capítulo anterior, se entiende que la Arquitectura origina prácticas culturales que podrían considerarse tanto como **bienes culturales duraderos** para quien los adquiere, como **servicios culturales** que se vinculan más como una experiencia temporal. En el primer caso, bien cultural, podríamos ejemplificarlo con el diseño de un encargo privado, como una casa en las afueras de la ciudad. La persona que paga por la casa está realizando el consumo de un bien cultural, un consumo privado, sin embargo, la imagen que esa casa puede producir en su entorno y cómo sus imágenes se podrán definir a través de medios especializados en arquitectura, también aportan a la construcción de una identidad cultural y permite una experiencia estética, tanto para su propietario, como para quienes la perciben desde el exterior. En el caso del servicio cultural desde la industria de la Arquitectura, podríamos pensar en la visita a edificios de carácter patrimonial o al turismo a ciertos hitos arquitectónicos en ciudades. La misma casa del ejemplo anterior puede ser de interés cultural, ya que supone una obra de carácter estético único. En ambos casos, nos referimos a consumos culturales que se hacen de manera consciente en la búsqueda de una experiencia estética, que le otorga un valor simbólico al bien.

Con el fin de definir con mayor precisión los diferentes bienes y servicios culturales que se desprenden de la Arquitectura como industria creativa, así como también entender quién es el receptor/consumidor final de los productos que de ella derivan, se realizó un estudio de mapeos de la producción arquitectónica en Chile.

La idea de construir un mapa que grafique el desarrollo de la arquitectura en el ámbito cultural en el contexto chileno, apunta a poder entender las relaciones con otras industrias creativas, y las diferentes modalidades en las que se desarrolla la producción de bienes culturales desde la arquitectura. Para esto se estudió el informe de British Council “Guía práctica para mapear las Industrias Creativas” (BOP Consulting, 2010). Además se aprovechó la instancia de participación en mesas redondas para la construcción del mapeo del sector de la Arquitectura, que el CNCA encargó al Centro Internacional de Economía Social y Cooperación de la USACH a fines del 2011, con el objetivo de dimensionar, caracterizar e interpretar las Economías Creativas de Chile (CIESCOOP, 2012).⁴

⁴ El resultado de este estudio será de alta relevancia en la construcción de políticas culturales en el área de la arquitectura, sin embargo, al cierre de esta investigación aún no se publicaron los resultados.

El mapeo que se presenta a continuación es de carácter cualitativo y no busca establecer el aporte económico de la arquitectura como industria creativa, sino que **detectar los principales agentes involucrados en su producción cultural y creativa**, interpretar sus lógicas de funcionamiento productivo en el campo cultural nacional, las relaciones con otras industrias creativas y su potencial desarrollo. A través de este mapeo, se busca comprender el desarrollo del sector, con el fin de obtener un panorama claro en el cual intervenir con medidas de participación ciudadana y mediación, que potencien la arquitectura como manifestación cultural.

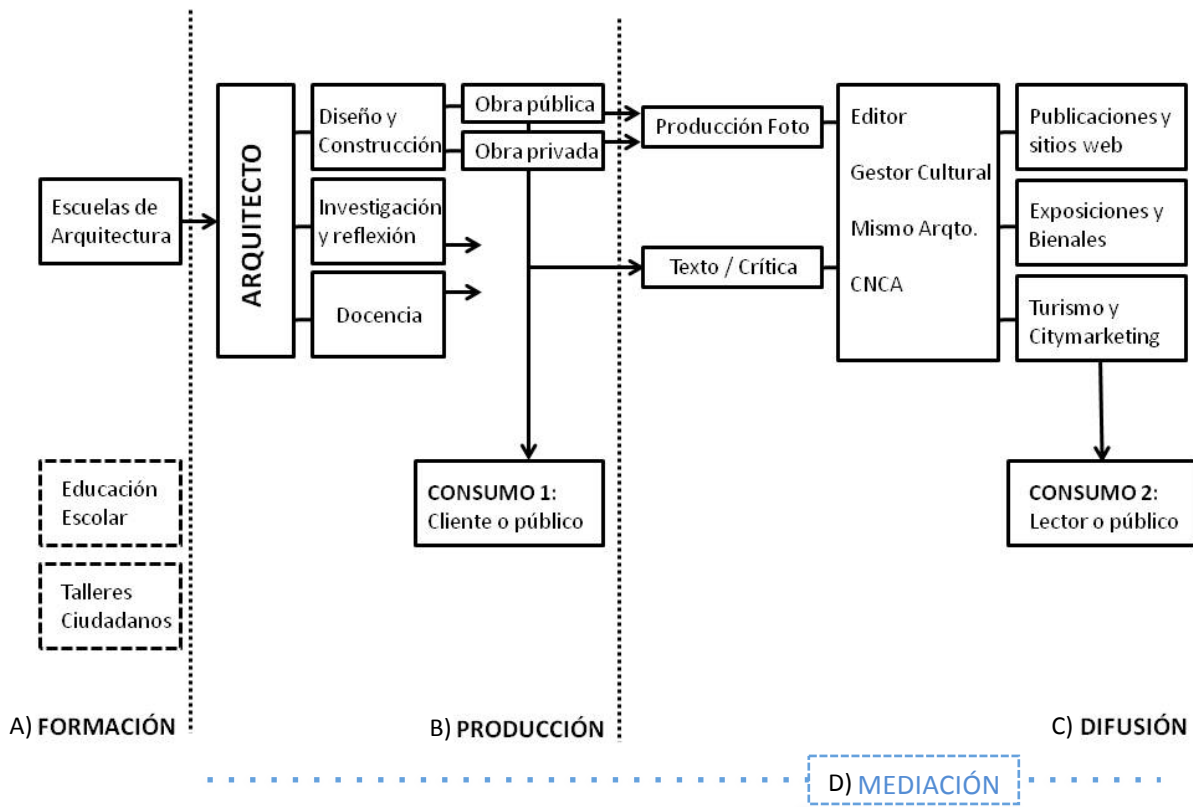


FIG. 17 Mapeo Industria Creativa Arquitectura (Elaboración propia)

A continuación explicaremos las diferentes fases de la cadena productiva de la Arquitectura en Chile: Formación, Producción, Difusión y Mediación presentadas en el diagrama.

1. A) Formación

Actualmente en Chile la única “fuente” de enseñanza de la arquitectura son las Escuelas de Arquitectura de diversas universidades a lo largo del país (aproximadamente 40 universidades imparten esta carrera en Chile). A diferencia de otro tipo de industrias creativas, como la danza, la fotografía, las artes visuales, etc. no existe la instancia de talleres que incentiven la participación de niños y jóvenes en la “construcción de ciudad” a través de una mejor comprensión de la arquitectura nacional patrimonial y contemporánea.

Las escuelas de arquitectura forman arquitectos que en su vida profesional se desempeñan de diversas formas (muchos incluso ejerciendo en otras disciplinas vinculadas con el diseño, como el industrial, vestuario, iluminación, fotografía, etc.). Dentro del grupo de arquitectos ejerciendo en ámbitos efectivamente relacionados con la arquitectura, se detectan 3 áreas definidas, que pueden relacionarse, o desarrollarse de manera independiente una de otra.

1. B) Producción

Muchos arquitectos no ejercen la práctica de la disciplina, es decir no diseñan ni construyen edificios, sino que se desempeñan en la **investigación y reflexión de la arquitectura**, sobre todo en temáticas relacionadas a la ciudad, traspasando su conocimiento a través de la **docencia**. Esta situación podría estar denunciando una situación de falta de regulación importante: año tras año aumenta la oferta de arquitectos en Chile que salen de las 44 escuelas de Arquitectura. Es evidente que no existe una demanda de arquitectos para diseñar y construir edificios en Chile, en relación a la cantidad de arquitectos que egresan cada año, por lo que para muchos resulta económicamente estable la dedicación a docencia en universidades.

Existe un segundo grupo de arquitectos vinculados al **diseño y construcción de obras**, aportando con su trabajo a la inserción de nuevos edificios y espacios públicos al entorno construido y a la construcción de ciudad. El arquitecto puede desarrollar su trabajo a partir de un encargo privado o participando en los llamados a concurso público, para desarrollar proyectos arquitectónicos y urbanos de mayor envergadura.

De estos tres lineamientos diseño; construcción de obras; e investigación y docencia. Podemos desprender diferentes tipos de bienes culturales:

- Textos y crítica arquitectónica
- Obra arquitectónica de carácter privado construida
- Obra arquitectónica de carácter público construida

- Obra arquitectónica proyectual, en el caso de los proyectos que no son ganadores en un concurso público.
- Registro fotográfico de las obras construidas

La comercialización directa o “**consumo 1**” de la producción arquitectónica, se daría en los casos en que un cliente encarga al arquitecto el diseño y construcción de una obra. La transacción monetaria del bien de consumo en este caso es clara y al ser de carácter privado, corresponde a una experiencia estética exclusiva de su dueño.

Esto enmarcaría la producción en un **ámbito privado**, permitiendo que la obra arquitectónica sea entendida como un **bien de consumo**, al cual se accede a través de su “comercialización” o encargo. En este caso existe un cliente que realiza una transacción económica con el productor del bien, el arquitecto.

En relación al consumo de la obra pública, en Chile son varias las entidades públicas que se preocupan del quehacer arquitectónico, la visión del Ministerio de Obras Públicas (**MOP**) y el Ministerio de Vivienda y Urbanismo (**MINVU**), entienden la **obra arquitectónica** como un **servicio** que apunta al desarrollo económico, social y urbano de nuestras ciudades, a partir de la dotación de infraestructura vial, habitacional y otros edificios de **carácter público**. A su vez, cada ministerio se preocupa de desarrollar las obras e infraestructura que le corresponde de acuerdo a su materia de acción: colegios (Mineduc), centros culturales (CNCA), hospitales (MinSal), etc.

Cuando es el Gobierno quien a través de sus ministerios, encarga una obra arquitectónica para el diseño y construcción de colegios, centros culturales, hospitales, parques, etc., la transacción económica del bien de consumo es clara, sin embargo, se distingue por su carácter público, porque existe una apertura del bien que permite el acceso de un mayor número de personas. Podríamos decir que en este caso el acceso a arquitectura de calidad está siendo ampliado.

En ambos casos, la obra arquitectónica de carácter privado y la de carácter público, la arquitectura está definiendo una imagen urbana y una identidad cultural de determinada ciudad que va construyendo significados, tanto a nivel local para sus habitantes, como en el extranjero para generar eventuales visitantes y potenciar el turismo.

1. C) Difusión

Luego de la producción de la obra arquitectónica, existe una fase de difusión en la que ingresa un nuevo actor dentro de la cadena, el editor o gestor cultural. No obstante, en ocasiones la difusión puede ser cubierta por el mismo arquitecto que quiere transmitir su obra. Para esta etapa se hace uso de textos, críticas, fotografías, videos, planos y dibujos que forman parte de un **segundo tipo de consumo** en arquitectura, basado en la participación en actividades más que la posesión de una obra arquitectónica.

A nivel nacional e internacional, existe un gran número de **revistas impresas** especializadas en arquitectura. Varias de ellas han publicado obras contemporáneas chilenas en el extranjero. Esta vía es de gran importancia para la internacionalización de la arquitectura chilena, pues promueve producciones de arquitectos chilenos fuera del país, la participación de pabellones chilenos en Ferias y Bienales genera el interés internacional por visitar Chile. Al menos en Chile, la circulación de estas revistas se hace en círculos pertenecientes al campo de la arquitectura y el diseño. **Muchas de estas revistas tienen su versión online**, pero existen otros portales especializados en la difusión de arquitectura contemporánea que cuentan con muchas visitas diarias. Revisaremos particularmente el caso de Plataforma Networks, en el próximo apartado, considerada para muchos arquitectos jóvenes como un trampolín para sus carreras.

Es importante destacar en esta sección, que si bien las revistas son mayormente consultadas por profesionales relacionados con carreras a fines a la arquitectura, los resultados de la Encuesta de Consumos Culturales en Arquitectura muestra que la revisión de suplementos especializados adicionados en los periódicos los fines de semana, corresponde a la práctica cultural en arquitectura más recurrente entre los jóvenes de entre 15 y 29 años (ver ANEXO 2).

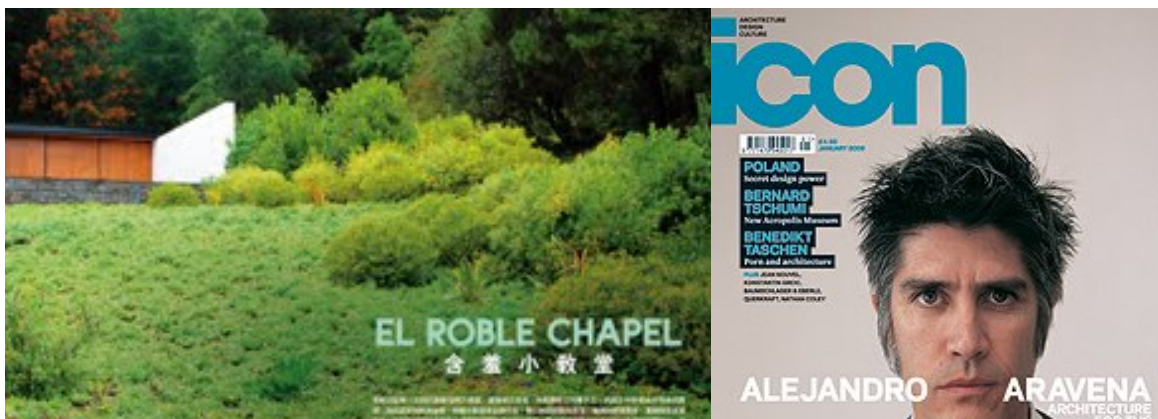


FIG. 18 Apariciones de arquitectura chilena en medios especializados extranjeros (Fuente: Icon)

Una vez difundida la obra de ciertos arquitectos a nivel internacional en revistas, publicaciones o sitios web, estos podrían ser invitados a **exhibir su obra en bienales y exposiciones de arquitectura**. Ese ha sido el caso de varios arquitectos reconocidos a nivel internacional, como la oficina chilena Pezo Von Ellrichshausen, que fue invitada a exponer maquetas e imágenes de sus proyectos, para inaugurar la galería *LIGA – Espacio para Arquitectura*, que abrió sus puertas el 2010 en Ciudad de México.

En Santiago, específicamente, en el Centro Cultural Matucana 100, desde el año 2010 se realiza durante el verano el montaje del proyecto ganador del YAP (Young Architects Program), programa que busca potenciar a arquitectos jóvenes y entregar un espacio público a la ciudadanía durante dos meses y que se realiza en Santiago, Roma y Nueva York. Revisaremos este caso en detalle en el próximo apartado.

Es importante destacar la participación de arquitectos chilenos en Bienales Internacionales, por ejemplo, en el año 2010 Kazuyo Sejima arquitecta japonesa llamada a liderar la Bienal de Venecia ese año, invitó especialmente a los arquitectos Smiljijan Radic y Mauricio Pezo, quienes tuvieron espacios privilegiados para exponer parte de su obra. A principios del 2012 el pabellón chileno diseñado por el arquitecto Sebastián Irarrázabal para la IV Bienal de Arquitectura y Urbanismo en Shenzhen, China, recibió el Premio del Público, votado por los propios asistentes a la Bienal quienes escogieron la muestra local como su favorita entre 23 exposiciones participantes. (Chile Bienales, 2012)



FIG. 19 Exposición Pezo Von Ellrichshausen en Galería Liga (Fuente: Plataforma Arquitectura)

Esta forma de la difusión de la arquitectura nacional, abre la posibilidad de **incrementar el turismo** a nuestro país y potenciar nuestras ciudades como polos urbanos atractivos para la visita de extranjeros a partir de la imagen que pueda entregar su arquitectura.

Se puede realizar una buena gestión de **marketing de ciudades**, a partir de la difusión de ciertos hitos arquitectónicos y de los eventos culturales que en ellas se realicen. Santiago de Chile ha sido ampliamente difundido como destino turístico luego de que el New York Times la calificara como la ciudad más interesante para visitar durante el 2011, dentro de las cualidades destacadas aparecen: su amplio desarrollo económico, la apertura de restaurantes y centros culturales, y la realización de la primera versión extranjera del Festival “Lollapalooza”. La imagen que acompañó el artículo de atributos de nuestra ciudad fue una fotografía del Centro Cultural GAM (New York Times, 2011). En general hacen referencia al auge económico y de actividades culturales en Santiago se potencia la imagen del Centro Cultural GAM. El 2012 CNN posicionó a Santiago de Chile dentro de las 3 ciudades más cautivantes del mundo después de Tokio y Shangai. (CNN, 2012)

Los recorridos patrimoniales, que también se han potenciado en el último tiempo en Santiago, permiten una mayor cercanía de los ciudadanos con la arquitectura chilena. Casos como los recorridos en bicicleta para conocer la obra arquitectónica de Luciano Kulczewski (Art Nouveau de los años 30 y 40 en Santiago), las visitas guiadas durante el día del patrimonio y los paseos familiares por el Conjunto Habitacional Villa Portales, son buenos ejemplos de un primer acercamiento de la ciudadanía con los edificios que construyen la ciudad que habitamos.

En los tres casos revisados: **revistas, publicaciones y sitios web; exposiciones y bienales; turismo y citymarketing**. Es posible distinguir un segundo nivel de comercialización, en el que el bien de consumo deriva de la cadena productiva de la arquitectura, sin representar un producto arquitectónico en sí mismo. El consumo de estos productos, al mismo tiempo genera una difusión de la obra arquitectónica y una puesta en valor de estos bienes. Aún parece cuestionable si en los casos de la compra de un libro dedicado a arquitectura, la visita a una bienal de arquitectura o la participación en un recorrido patrimonial, son un consumo cultural de arquitectura o, de manera rotunda, se está siendo consumidor de un bien de consumo proveniente de otra industria como la editorial o la del turismo. De cualquier forma, el consumo de estos bienes está retroalimentando a la misma industria arquitectónica, construyendo nuevos significados culturales en torno a ella, lo que permite que la cadena de producción no termine en el mero consumo de la obra.

1. D) Mediación

Como vimos en el Capítulo II, en materia de cultura, la cadena productiva de bienes pasa a ser un ciclo que vuelve a enriquecer la producción a partir de los contenidos adquiridos por el público en el consumo cultural. A través de instancias de mediación, como puede ser la formación extracurricular o actividades de difusión, la ciudadanía puede comenzar a valorar lo que se percibe como “buena arquitectura”. Como se revisó en el anterior apartado, la difusión se convierte en un elemento fundamental, para el fomento de la producción de esta arquitectura de alto nivel en nuestro país, la publicación de obras en revistas especializadas puede generar un aumento en la demanda de privados que aumente la producción de ciertas oficinas de arquitectos. En conclusión, las revistas, sitios web, exposiciones y recorridos arquitectónicos sirven de herramienta para que aquellos ciudadanos que no pueden acceder a realizar un encargo privado de arquitectura, conozcan la arquitectura de primer nivel que se está desarrollando en nuestro país junto con las mejoras en la calidad de vida que conllevan los espacios arquitectónicos adecuadamente diseñados. De esta forma, podría empezar a haber una demanda por parte de la ciudadanía de edificios habitacionales, educacionales, espacios públicos, etc. de mayor calidad y valor estético. Se podría lograr una mayor participación de la ciudadanía en la construcción de su hábitat, asistiendo a eventos vinculados con temas ciudad, como exposiciones o bienales, o informándose a través de medios de prensa especializados. Es importante destacar, que por lo general, quienes forman parte de estas actividades son personas vinculadas en cierta medida con la arquitectura, el diseño y el urbanismo.

Para lograr obtener un verdadero nexo de la ciudadanía con el diseño de los edificios y con la construcción de la ciudad que habitan, **parece faltar un actor relevante en el desarrollo productivo de la arquitectura, que pudiera funcionar relacionado con las Escuelas de Arquitectura debido a la estrecha relación que tiene con la extensión académica y cultural propia de las universidades.** Tal como han surgido “escuelas de espectadores” para las artes escénicas con la finalidad de fomentar la asistencia a funciones de teatro y danza, podría existir algún organismo o institución que fomentara el conocimiento de obras arquitectónicas y espacios públicos y el valor estético y simbólico que representan en nuestras ciudades. En el próximo apartado revisaremos una serie de casos representativos de productos provenientes de la Arquitectura como Industria Creativa y que podrían estar haciendo cargo de esta situación apuntando a contribuir al desarrollo de la arquitectura nacional a través de la mediación.

2. Mediación en arquitectura, una práctica incipiente en Chile

De acuerdo a los conceptos estudiados en el capítulo II, hemos podido entender que el consumo cultural corresponde a una apropiación de bienes cuyo principal valor es el simbólico. (Güell, Moreno y Peters, 2010). Estos bienes son producidos y consumidos en circuitos diferenciados, lo que no permite un acceso democrático a ellos. Sin embargo, es posible obtener ciertos conocimientos especializados para su apropiación y uso, a través de la mediación y la formación de audiencias, instancias que apuntan a resolver en alguna medida esta desigualdad de acceso.

Los siguientes casos de estudio, representan iniciativas que propician un espacio para el conocimiento y la discusión en torno a materias relacionadas con la arquitectura y nuestro entorno construido. A través de formatos de fácil acceso, la participación o consumo de estos productos permitirá un fomento a la Industria Creativa de la Arquitectura, ya que funcionan como puentes entre la producción arquitectónica y la ciudadanía, que luego de informarse y darle un valor, es capaz de generar crítica y nuevas demandas.

Más allá del campo netamente profesional o académico, los casos fueron escogidos de acuerdo a su nivel de impacto en relación a la cobertura que han obtenido estas iniciativas en prensa y televisión, medios en los que pocas veces se publican noticias relacionadas con arquitectura. Se destaca, además, la diversidad de origen de cada una y el soporte en el que se presenta, permitiendo una visión amplia de los diversos formatos a través de los cuales se está difundiendo la arquitectura como una expresión cultural en Chile.

2. A) Plataforma Arquitectura

En el 2005 surge el proyecto web "Plataforma Urbana", de los arquitectos de la Universidad Católica de Chile, David Assael y David Basulto, buscando ser un espacio que reúne información sobre temas de ciudad con un lenguaje cotidiano. El año 2006 el proyecto se expandió a "Plataforma Arquitectura", con el objetivo de posicionar la arquitectura chilena y latinoamericana en el mundo, obteniendo en pocos meses más de 50 mil visitas diarias. En el 2007 decidieron replicar el modelo en inglés, bajo el nombre de "ArchDaily", sitio web que hoy alcanza las 200 mil visitas, sobre todo de usuarios de EEUU (Espinoza, 2011a). En entrevista al diario La Tercera, Assael explica:

"Desde el principio tuvimos claro que los principales actores no eran los privados que construyen, ni el Estado que regula, sino los ciudadanos que con su capacidad de compra deciden dónde quieren vivir. La idea es informar y generar

discusión sobre los problemas de la ciudad y de la arquitectura actual. (...) De pronto, nos dimos cuenta que nos habíamos convertido en la fuente de las editoriales de arquitectura, de estudiantes, profesores y también del público común" (Espinoza, 2011a).

Varias oficinas locales y extranjeras se han hecho conocidas en el mercado luego de publicar sus obras en Plataforma Arquitectura, el formato web permite involucrar la participación de los lectores a través de foros y votaciones. Cada año Plataforma Arquitectura realiza una votación para elegir la mejor obra del año, de acuerdo a todas las publicadas. El año 2011 se premió como mejor obra el Centro Gabriela Mistral, gracias a la votación de más de 50 mil usuarios del sitio.

Leonardo Ordoñez, Gerente de "Santiago Creativo", comenta: "este es un ejemplo de emprendimiento exitoso dentro del área de la arquitectura, que nace de un 'estado del arte' de la arquitectura en Chile, para convertirse en un sitio web que hoy es referente internacional y en el que todos los arquitectos jóvenes quieren publicar. (...) Si publican un proyecto tuyo en esta revista, puede significar trabajo para el futuro, porque algún país va a querer saber de ti y eventualmente querer contratarte". Todo esto se reconoce como una innovación en el mundo de la arquitectura, que surge simplemente gracias a entender una problemática particular y desarrollar una buena estrategia y modelo de negocios:

"Para el correcto desarrollo de un emprendimiento de este tipo es necesaria la claridad en el modelo de negocios y estrategias que se utilizarán, esto es, los elementos y esquemas de relaciones que presenta un emprendimiento para crear y comercializar valor y la posición que la firma quiere obtener en un largo plazo en el mercado." (Ordoñez, 2012 e.p)

El proyecto en un comienzo contó con el apoyo de Corfo, y se sustenta a través del pago que realizan las empresas del rubro de la construcción, para publicitar sus productos en la web y puedan darse a conocer ante los arquitectos que visitan el sitio. Por lo demás, existen alianzas con las escuelas de arquitectura nacionales que pagan por publicar sus actividades de extensión, como concursos y charlas. Plataforma Arquitectura hoy funciona en tres oficinas con sede en Santiago, donde trabajan alrededor de 40 personas. Plataforma Urbana por su parte funciona como organización sin fines de lucro y el 2011 ganó un proyecto FONDART para desarrollar una sección dedicada al Patrimonio.



Plataforma Urbana en tu mail

Recibe lo nuevo cada mañana

ingresa tu email

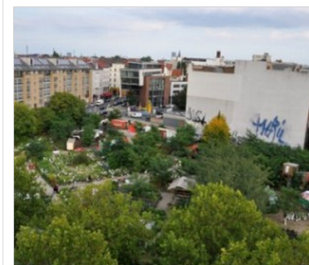
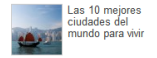
¿Qué es Plataforma Urbana?

¿Tienes un dato de ciudad?

Twitter

Facebook

PORTADA CIUDAD EN LA PRENSA COLUMNAS ENTREVISTAS PATRIMONIO SUSTENTABILIDAD GUÍA URBANA ^{NEW!} Google Búsqueda personalizada



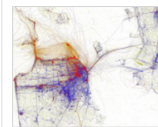
Guerrilla gardening en Berlín

CÓMO HACER CIUDAD

Cada vez escuchamos más de las guerrillas urbanas, organizaciones ciudadanas activas y del concepto de placemaking, con proyectos diseñados por las mismas personas que le van a dar uso. En esta idea se enlista el caso de Prinzessinnengärten (Jardín de las Princesas), en el barrio Kreuzberg de Berlín, a partir de la iniciativa de dos amigos que alquilan a la ciudad un terreno para construir un jardín urbano desde y para la comunidad local.



Guía Urbana de Santiago: Museo Nacional de Historia Natural



Ciudad en la prensa

Generadoras realizan dura crítica a institucionalidad ambiental »
20 Jul | Estrategia

Keller: el país ha perdido competitividad y requiere de una definición en la política energética »
20 Jul | Diario Financiero

First Solar prevé construir dos plantas solares fotovoltaicas en 2013 »
20 Jul | Diario Financiero

FNE Exige Cooperación En Caso Colusión de buses »

PORTADA PRODUCTOS UNIVERSIDADES LIBROS OBRA DEL AÑO 2011 SECCIONES ¿QUÉ ES PLATAFORMA? CONTACTO

Recomendamos: Sustentabilidad - Oficinas - México - Argentina

Bienvenido Paola Mora a MI PLATAFORMA CERRAR SESIÓN



CNPT 2012 BLANCA MONTAÑA MUEBLES ENTREVISTAS FOTÓGRAFOS



Entrevistas

Felipe Assadi

Con más de diez años de trayectoria en el medio chileno e internacional, Felipe Assadi es un arquitecto con un reconocido trabajo.

VER »

Me gusta A Paola Mora Diaz, Joaquin Gonzalez Garbarini y 163.609 personas más les gusta esto.

Jardines del Príncipe de Girona / Jordi Farrando

Por José Tomás Franco

21 JUL 2012

Destacados »

2338 días 10212 artículos 68423 comentarios



Vivienda Lago en el Cielo / ...



2 Casas en Punta Pite / ...



Ants' House / Espejel...

Google Búsqueda personalizada

Buscar

Recibe nuestro newsletter »

ingresa tu email

Con qué frecuencia le gustaría recibirlo?

Diario Quincenal

INTERIORES Corporativo Grupo San Pablo / SPACE



HOME SELECTED WORKS AD SOFTWARE BOOKS & MAGAZINES AD CLASSICS INTERVIEWS BUILDING OF THE YEAR 2011 ABOUT CONTACT / SUBMIT WORKS ADVERTISE

Welcome, Guest! SIGN IN REGISTER



The world's most visited architecture website

Me gusta A Paola Mora Diaz, Sebastián Laclabère Arenas y 559.907 personas más les gusta esto.

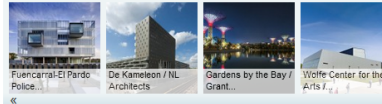
Tel Aviv Fastlane Control and Coordination Center / Amir Mann-Ami Shinar Architects

Filed under: Educational Projects Selected Amir Mann-Ami Shinar Architects and Planners, Israel, Tel Aviv



21 JUL 2012

* Featured



Google Custom Search

14931 pages, 340363 comments, 1540 days

Latest Comments »

- John on How 3D Printing Will Change Our World (Part I) Neri Oxman is not an architect. If she is an architect (as this... [+]
- Sela on Looking for a Frank Lloyd Wright? You Have 30 Days. There was only ever one FLW home built in Oregon, the... [+]
- ok on Mlstein Hall at Cornell University / OMA chuihn kò cùn chih... [+]
- c3 on corvette parts on Youth Center in Nafourang / Project Nafourang Very rapidly this web site will... [+]
- Adam on Hanaha / mA-style architects the elevated courtyard takes all this design to a new level. I love the concept... [+]

Daily newsletter »

enter your email for daily updates

Submit

Our partners »



Browse by keyword »

Australia Austria Brazil Brick California


2. B) Constructo

CONSTRUCTO es una Plataforma cultural creada en Santiago de Chile el año 2008, por los arquitectos Jeannette Plaut (UCH) y Marcelo Sarovic (PUC). Sus principales áreas de desarrollo están asociadas a la gestión, promoción y disseminación de la arquitectura, diseño y arte de Latinoamérica y los puntos contemporáneos de convergencia. En el espacio se incluye la investigación, publicaciones, seminarios, curatoría y desarrollo de exposiciones nacionales e internacionales de arquitectura, diseño y arte. Busca construir puentes y redes en el ámbito de la arquitectura y diseño entre profesionales, industrias de la construcción, clientes, hacedores de políticas y público a fin a nivel regional, nacional e internacional.

El año 2010 CONSTRUCTO desarrolló por primera vez en Chile el Young Architects Program (YAP), programa asociado al Museum of Modern Art (MoMA PS1), que tiene sus versiones en Nueva York y Roma. YAP consiste en la creación de un paisaje urbano amigable con el medio ambiente, teniendo como objetivo potenciar a arquitectos jóvenes y buscar soluciones creativas para la intervención de un espacio urbano colectivo, que es usado para eventos culturales durante el verano.

Como una organización independiente, CONSTRUCTO es responsable por el contenido y financiamiento de sus programas y proyectos. Sin embargo respecto al programa YAP existe una alianza estratégica con el MoMA PS1, institución que ha desarrollado esta iniciativa en Nueva York hace 20 años y con el Museo Nacional del Arte del Siglo XXI (MAXXI) en Roma. Gracias a esta alianza, la arquitectura chilena tuvo presencia en una exposición dedicada al Young Architects Program en Roma y en Nueva York, donde se realizó el lanzamiento de la publicación dedicada a la experiencia del programa en Chile en los últimos 3 años. (2012, El Mercurio). El YAP en Chile ha sido financiado por el CNCA a través del FONDART en su Línea Bicentenario (2011) y Línea mercado para las artes, área arquitectura (2012).

Young Architects Program International



ABOUT / MAP + DIRECTIONS / CREDITS

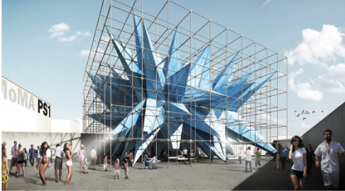
[New York](#)
[Rome](#)
[Santiago](#)

[Archive](#)

The Young Architects Program is an annual collaboration between The Museum of Modern Art and MoMA PS1 that fosters innovative design research and promotes emerging talent.

[Read more >](#)

About



Young Architects Program International

Now in its 13th edition, the Young Architects Program at MoMA and MoMA PS1 is committed to offering emerging architectural talent the opportunity to design and present innovative projects, challenging each year's winners to develop creative designs for a temporary, outdoor installation at MoMA PS1 that provides shade, seating, and water. The architects must also work within guidelines that address environmental issues, including sustainability and recycling. HWKN, drawn from among five finalists, will design a temporary urban landscape for the 2012 Warm Up summer music series in MoMA PS1's outdoor courtyard.

Jury Process

To choose an architectural firm for the Young Architects Program at MoMA PS1, deans of architecture schools and the editors of architecture publications nominate some 30

CONSTRUCTO

Quiero participar de las actividades de Constructo [ESP](#) [ENG](#)

PROYECTOS

CONSTRUCTO

CONTACTO

COMPRAR ONLINE

Yap_Constructo Publicaciones Seminarios Exposiciones TRACE Magazine

Quiénes Somos Noticias E-News Prensa

YAP_CONSTRUCTO

Publicaciones

Seminarios

Exposiciones

TRACE magazine

JULIO

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

GANADOR

YAP_CONSTRUCTO 2012

NOTICIAS

YAP_CONSTRUCTO 2012

Los 5 arquitectos/oficinas finalistas del programa YAP_CONSTRUCTO 2012 son: Guillermo Hevia - Lyon + Beals Argos, Mónica Mirera - Darío Darío



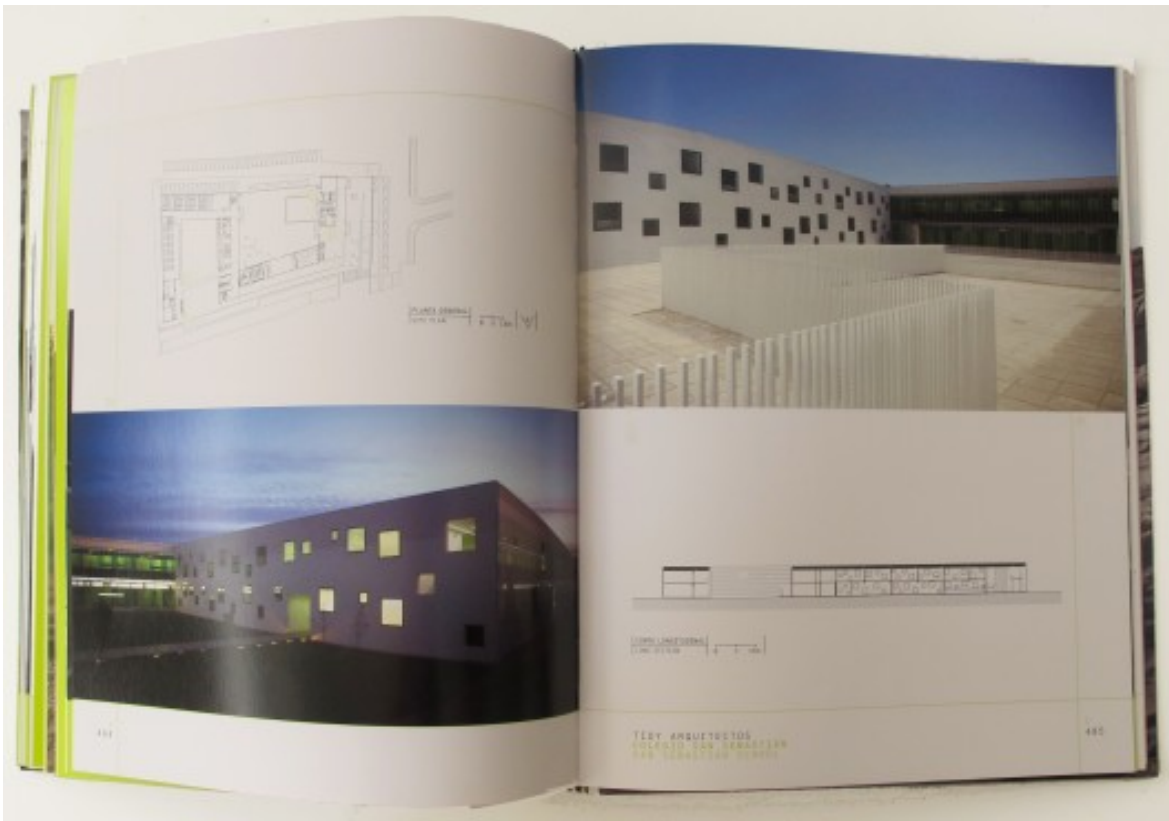
2. C) Blanca Montaña

En marzo de 2011 se publicó “Blanca Montaña. Arquitectura reciente en Chile”, libro que buscaba reunir lo más destacado de la arquitectura nacional realizada en los últimos 20 años. La publicación presenta 121 obras realizadas en Chile por 60 arquitectos o sociedades de arquitectos pertenecientes a diferentes generaciones. La elección de las obras estuvo a cargo de un comité editorial y el editor español Miquel Adriá, “poseedor de una amplia visión y conocimiento de la producción arquitectónica internacional”, de acuerdo a palabras de los responsables del proyecto. El arquitecto Tomás Andreu PUC y la publicista Claudia Pertuzé, quienes además son creadores de la Editorial Puro Chile, tienen como propósito “rescatar las principales manifestaciones de nuestro patrimonio nacional y posicionar a nuestro país en el exterior mediante ediciones pensadas para exportar nuestra cultura”.

El libro fue presentado con gran énfasis en México y la Bienal de Arquitectura de Shenzhen, China, no obstante, en Chile logró la atención sólo de los entendidos en materia de arquitectura (La Tercera, 2012). Por este motivo los creadores del libro, en conjunto con los arquitectos Mathias Klotz y Ricardo Abuaud, buscaron la forma de potenciar los logros de la arquitectura nacional, publicados en el libro, entre el público masivo. De esa forma surgió la muestra Blanca Montaña, inaugurada el 25 de julio de 2012 en el GAM, que recoge a través de fotografías y videos una selección de las obras aparecidas en el libro más otros 23 proyectos, buscaron “acercar esta disciplina a todos los públicos, no sólo especializados, mostrando el gran momento creativo que atraviesa la arquitectura chilena, catalogada como la más interesante y original del continente.” (GAM, 2012)

En la realización del libro fueron relevantes ciertos actores como la DIRAC y el CNCA, quienes distribuyeron la publicación en Chile y el extranjero. La publicación recibió además el apoyo de empresas privadas como BHP Billiton, Constructora Sigro, Empresas Copec, Hormigones Transex, Hunter Douglas, Masisa, Moneda Asset Management, Pinturas Sipa y Tres Mares

Por otra parte, la exposición en el GAM contó con el apoyo de la Escuela de Arquitectura de la Universidad Diego Portales, que estuvo a cargo del diseño de la exposición y de la coordinación de un ciclo de mesas redondas en torno al tema. El financiamiento de la exposición fue gracias a donaciones culturales de empresas privadas. Además existe una alianza estratégica con Pro-Chile y la marca sectorial “Arquitectura Chile”, que permitirá que la muestra viaje en octubre a Berlín, al Instituto AEDES, uno de los más influyentes de Europa. (La Tercera, 2012)



EXPOSICIÓN
BLANCA MONTAÑA

Alejandra Wood, Directora del Centro Cultural GAM, Claudia Pertuzé, Directora de Ediciones Puro Chile, Mathias Klotz y Ricardo Abuaud, Decano y Director de la Facultad de Arquitectura, Arte y Diseño de la Universidad Diego Portales, tienen el agrado de invitarlo(a) a la inauguración de la exposición:

'BLANCA MONTAÑA. ARQUITECTURA RECIENTE EN CHILE'

Miércoles 25 de julio de 2012 , 19.30hrs
Sala de Artes Visuales, GAM
Av. Libertador Bernardo O'Higgins 227

www.puro-chile.cl

Vea Calendario e inscripciones de Actividades y Mesas Redondas aquí

Elige: Puro Chile
Colaborado: Universidad Asociada Udp
Redes Partner: plataforma arquitectura
Asociados: Arquitectura de Chile, Chile, proCHILE
 Arquitectura Cultura, MASSA, HunterDouglas, Aca
 Arroyo, Muebles ecore

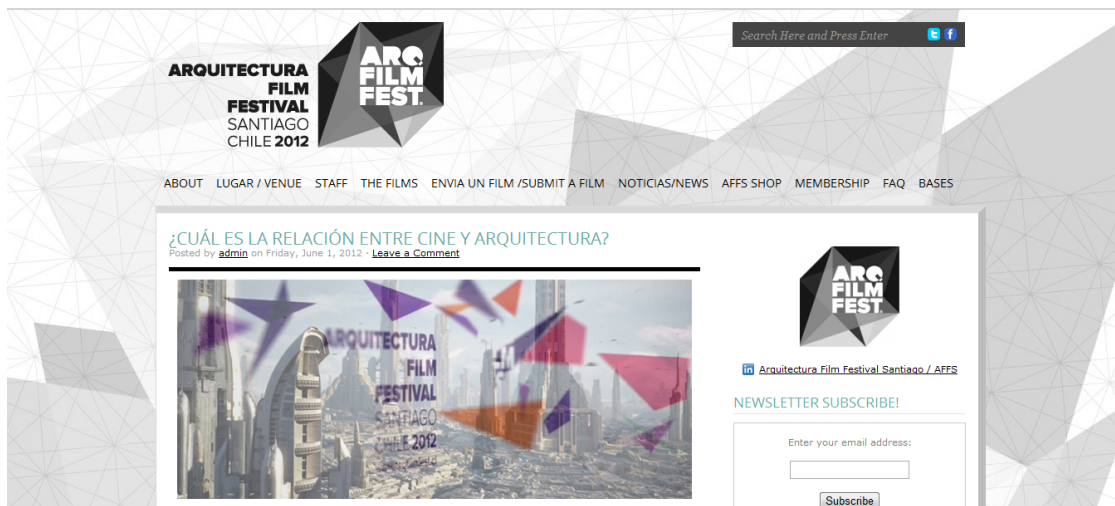
Proyecto acogido a ley de donaciones culturales

2. D) Arquitectura Film Festival Santiago

Arquitectura Film Festival Santiago se realizó en octubre 2012 en el Centro Cultural GAM. Es una iniciativa de los arquitectos de la Universidad de Chile, Francisca Muñoz y Miguel Angel Contreras, para disfrutar del Cine y la Arquitectura, uniéndose al espíritu de eventos similares alrededor de todo el mundo. Ciudades importantes de Norteamérica, Europa y África desarrollan festivales que revelan al ciudadano la importancia del paisaje urbano a través del cine, es una forma de entretener y de educar sobre nuestro “patrimonio urbano”.

AFFS quiere ser una mirada fresca a la ciudad; desde Latinoamérica en cuanto a su mestizaje cultural; desde lo cosmopolita por ser reflejo de un país que quiere ser “desarrollado”. Por esto AFFS se permite tematizar el material filmico disponible en géneros no tradicionales de cine, creando subgéneros “arquitectónicos y urbanos”. (AFFS, 2012)

AFFS es una iniciativa privada que cuenta con el apoyo del Architecture Film Festival Rotterdam y con el auspicio de Instituciones culturales como Goethe Institut, Institut Français, Centro Cultural GAM y la Embajada de Francia en Chile.

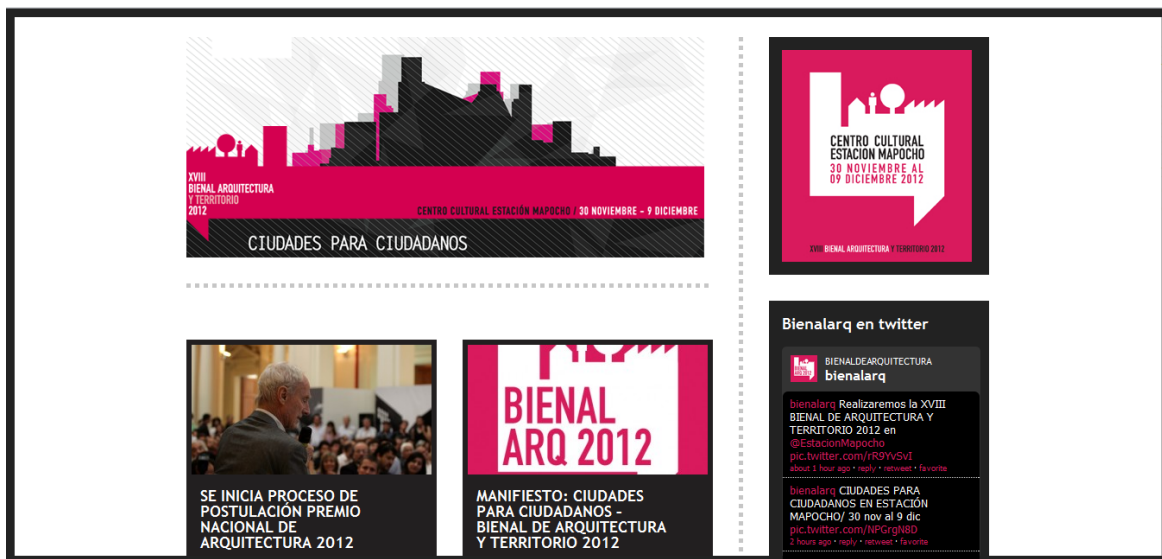


2. E) Bienal de Arquitectura de Santiago “Ciudades para ciudadanos”

Bajo la curatoría del arquitecto Sebastián Gray (PUC), y la dirección del Presidente del Colegio de Arquitectos, Luis E. Bresciani P., la XVIII Bienal Nacional de Arquitectura y Territorio, tuvo lugar en el Centro Cultural Estación Mapocho, entre el 30 de noviembre y el 9 de diciembre del 2012, bajo el lema CIUDADES PARA CIUDADANOS. La Bienal intentó hacer evidente el vínculo entre participación ciudadana y arquitectura edilicia, urbanismo y paisajismo de calidad, así como la necesidad urgente de promover ese vínculo en la institucionalidad del país. Con este propósito el curador de la Bienal junto al equipo organizador, reconoce un cambio de paradigma en los contenidos expositivos de un evento de esta naturaleza, que no deben apuntar sólo a una muestra de obras de arquitectura, sino que por sobre todo, un espacio para la reflexión, la socialización y el debate.

En la gestión del evento se entregó gran importancia al aporte reflexivo que significa la participación de las escuelas de arquitectura nacionales, y se convocó, además de miembros del mundo profesional y de la academia, al público general. La reunión de personas con diferentes habilidades y profesiones generó una experiencia que permitió comprender de manera sencilla el rol que tiene un arquitecto en nuestra sociedad contemporánea y futura.

Para su desarrollo, la Bienal de Arquitectura fue organizada por el Colegio de Arquitectos y se acogió a la Ley de Donaciones Culturales. Se financió por medio del arriendo de espacios a empresas vinculadas con la arquitectura y la construcción para difundir sus marcas durante la Bienal.



2. F) City Tour

City Tour es un programa de televisión chileno emitido desde 2009 por el canal de cable 13C. Es conducido por el arquitecto y diseñador Federico Sánchez y con voz en off del animador de televisión Marcelo Comparini. Sánchez recorre diferentes calles y lugares de Chile y el mundo, mostrando la arquitectura y diseño, haciendo críticas y comentarios en un lenguaje cotidiano. A través del programa City Tour, Federico Sanchez logró conquistar a miles de personas a través de su entusiasmo y facilidad para explicar los problemas de la ciudad, lo que lo ha llevado a convertirse en un referente cuando se habla de este tema. (Mella, 2011).

En 2010 Federico Sánchez, fue distinguido con el Premio de Periodismo “Alberto Hurtado Cruchaga” que se otorga desde hace cinco años por el Club de la Prensa, entidad que agrupa a distintos periodistas quienes reconocieron al arquitecto y académico, “por su valiosa contribución al país reflejada en su profesionalismo y ejemplar vocación de servicio que aporta al desarrollo de Chile”. (UDP, 2010) Este reconocimiento se sumó al premio que recibió el programa y su conductor el mismo año, como mejor programa de televisión por el Círculo de Críticos de Arte de Chile.



2. G) Ciudad Viva

En el año 2000, luego de cuatro años de intensa actividad como la Coordinadora No a la Costanera Norte, 25 organizaciones comunitarias, representando a los grupos de La Vega, locatarios, artistas, residentes y otras agrupaciones activas, fundaron Ciudad Viva. Su compromiso fue tomar el conocimiento adquirido durante la lucha de cinco años contra el primer gran proyecto de autopista urbana en Chile (Costanera Norte), que hubiera destruido la rivera norte del río Mapocho y todo su patrimonio tangible e intangible.

El objetivo de esta organización, es poner el patrimonio a disposición de las comunidades urbanas en conflicto o que estén buscando jugar un rol más activo en la planificación, para construir barrios y ciudades más justas socialmente y sustentables ambientalmente. Hoy, Ciudad Viva es una fuerza reconocida en temas urbanos.

El 2002 fue por sus innovadores métodos participativos para el reciclaje, basados en liderazgos locales y sistemas existentes. El 2004 ganó este premio nuevamente, por su proyecto Muévete por una ciudad mejor: una propuesta ciudadana de transporte para la equidad. En el 2009, Ciudad Viva logró el primer lugar, a nivel de la Región Metropolitana, del Concurso de Buenas Prácticas para el Desarrollo de los Territorios. Por otra parte, ha ganado dos veces el prestigioso Premio a la Innovación en Ciudadanía, otorgado por el Instituto de Políticas Públicas de la Universidad de Chile, la Fundación para la Superación de la Pobreza y la Fundación Ford.

Uno de los más grandes logros obtenido por la agrupación, fue la conducción del proceso participativo que propició el rescate patrimonial de los galpones industriales de la manzana compuesta por las calles Constitución, Pío Nono y Bellavista, para la realización del complejo gastronómico y cultural que actualmente funciona allí, el Patio Bellavista. El inversionista tenía presupuestada la construcción de torres de vivienda y oficina, proyecto ante el cual arquitectos especializados pertenecientes a Ciudad Viva, presentaron una alternativa que cumplía con los requerimientos urbanos y arquitectónicos del lugar, generando además una gran rentabilidad comercial y social.

La agrupación Ciudad Viva es una corporación sin fines de lucro, con alto poder de influencia; sus integrantes son tanto profesionales como dirigentes vecinales, que viven en Providencia y Recoleta con altos niveles educacionales y culturales, y con redes de contacto lo suficientemente potentes como para influir, hasta cierto punto, en decisiones urbanas. Ciudad Viva es una organización comunitaria, democrática, de base dirigida por una directiva de nueve miembros, elegidos cada dos años por una asamblea de socios. Está involucrada con una comunidad de líderes, la mayor parte de barrios locales, ciclistas, recicladores y otros grupos ciudadanos, como también funcionarios de

gobiernos locales, regional y nacional con un compromiso por la construcción de mayor gobernanza democrática y sustentabilidad en los métodos locales de planificación urbana. Ciudad Viva ha desarrollado una serie de asociaciones estratégicas con ONGs internacionales, como Fundación AVINA y Ashoka. (Ciudad Viva, 2012)

Ciudad Viva



2. H) Marca Sectorial Arquitectura de Chile

PROCHILE es una institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de promover una adecuada inserción de Chile en el mundo, mediante la negociación y administración de acuerdos económicos internacionales y la promoción de exportaciones de bienes y servicios nacionales. Con este objetivo se enmarcan las acciones del programa “Marcas Sectoriales”, responsable de apoyar el desarrollo y gestión de sectores productivos representativos que contribuyan al posicionamiento de la oferta exportable de la imagen de Chile en el exterior.

Arquitectura de Chile es una de las marcas sectoriales que busca potenciar la imagen de Chile en el extranjero. Esta iniciativa además de contar con el apoyo de ProChile, se desarrolla bajo la dirección de la Asociación de Oficinas de Arquitectos de Chile (AOA), que reúne a casi 170 oficinas y más de 900 arquitectos. Se creó en el año 2009 con el objetivo de posicionar la marca “Arquitectura de Chile” en el mercado chino, mediante una campaña que muestra una arquitectura de vanguardia, que aborda la diversidad geográfica y climática, seguridad antisísmica y sustentabilidad como componentes inseparables de todo proyecto. En el año 2011 se dio inicio a la segunda etapa, como reforzamiento del posicionamiento alcanzado en China a partir del primer proyecto, aprovechando el contexto de la Bienal de Arquitectura y urbanismo de Shenzhen, a la cual Chile fue invitado de honor.

La iniciativa cuenta con un trabajo de segmentación y posicionamiento que permita diferenciar servicios de arquitectura en Beijing y Hefei, así como un plan de comunicación que hará de la arquitectura chilena un servicio altamente deseable. El posicionamiento que se alcance permitirá al sector utilizar la marca “Arquitectura de Chile” como un sello de calidad internacional, para determinadas especialidades y mercados. (PROCHILE, 2012)



2. I) DÍA DEL PATRIMONIO

El Día del Patrimonio Cultural de Chile se instauró en 1999 , a través del Decreto 252 del 2 de mayo del 2000, (CMN, 2012) que lo establece cada último día domingo del mes de mayo. La iniciativa desde sus inicios es coordinada por el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN) y la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM), y ha sido posible gracias a la participación de múltiples entidades públicas, privadas y comunitarias.

La actividad se ha convertido en una fecha esperada por todos los ciudadanos quienes visitan diversos edificios y lugares patrimoniales, generándose incluso la apertura de edificios de difícil acceso como el Palacio La Moneda o el edificio de CEPAL.

“Desarrollar una jornada festiva y de reflexión en torno al conocimiento de los valores, el rol y el significado de nuestra herencia cultural, es el objetivo del Día del Pa-

rimonio Cultural de Chile. En sus inicios esta celebración se orientó a la apertura de edificios protegidos por la Ley N° 17.288 de Monumentos Nacionales de Chile, pero poco a poco se han sumado diferentes inmuebles y numerosas actividades culturales promovidas por la ciudadanía a través de diversas organizaciones sociales.” (CMN, 2012)

Esto refleja una apertura en la noción de patrimonio, vista como parte de la construcción de identidad de nuestra sociedad, a partir del conocimiento y valoración de su territorio, bienes culturales y prácticas colectivas. En los últimos años se ha visto un gran incremento de participación e interés de parte de la ciudadanía, por lo que a su vez, han aumentado los organismos que deciden ser parte de esta festividad, con el fin de compartir su quehacer y difundir la importancia de los edificios que albergan sus actividades.

El éxito de esta actividad ha permitido que comiencen a surgir otras iniciativas similares que se desarrollan durante el resto del año. De estas se puede destacar, el recorrido al interior del Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), organizado por el área de Audiencias, cuyo enfoque es remarcar la carga simbólica propia de este espacio arquitectónico de carácter público que aprovecha la estructura del antiguo Edificio Diego Portales, que a su vez se emplazaba sobre la sede de la UNCTAD III, inaugurada en 1972. Existen varios tipos de recorridos para conocer el edificio y enfatizar el diálogo y la reflexión como parte de su servicio de mediación cultural. Según puede consultarse en el sitio web del centro, el recorrido dedicado a la *Arquitectura* corresponde a un “análisis de la infraestructura, el diseño de los espacios y la inserción en el entorno de GAM, a fin de identificar algunos componentes del lenguaje de la arquitectura”. (GAM, 2012)



Estas iniciativas expuestas son destacables y surgen como potenciales formas de hacer mediación entre la producción arquitectónica y la ciudadanía, al fin de dar a conocer aspectos positivos de nuestra arquitectura nacional. Si bien el Área de Arquitectura del CNCA, parece estar concentrándose en la internacionalización de la arquitectura, y entiende la mediación desde un cambio más fundamental dentro del sistema educativo, patrocina algunas de ellas y apoya financieramente muchas otras a través de Fondart.

A pesar que estas actividades no son numerosas, son una muestra representativa de las diferentes áreas a través de las cuales se puede difundir nuestra arquitectura, con la finalidad de causar un impacto en la ciudadanía no especializada en la materia. De esta manera surgen diferentes formatos, como las exposiciones, los sitios web, las publicaciones y hasta los programas de televisión, cuyo contenido involucra el conocimiento de nuestra arquitectura. El caso del programa City-tour es uno de los más exitosos si nos referimos a impacto mediático, mientras que otros formatos, como las publicaciones, exposiciones y bienales aún no logran salir del círculo de arquitectos. Por su parte las organizaciones ciudadanas, parecen ser una de las instancias que permite mayor apertura a la participación de la ciudadanía. Esto se debe a que son los mismos ciudadanos los que realizan actividades en sus barrios para dar valor a su patrimonio y defender sus territorios. Sin embargo, no es objetivo de estas organizaciones dar a conocer la arquitectura nacional y en ocasiones no existe la participación de arquitectos en el desarrollo de sus actividades.

Por otra parte, al revisar las exposiciones y publicaciones en los casos analizados podemos notar una amplia presencia de obras de carácter privado, lo que estaría señalando que la “buena arquitectura” no está llegando a un amplio porcentaje de ciudadanos.

Cada vez surge un interés más amplio por posicionar la arquitectura en el debate público. De parte de los arquitectos se busca mejorar la calidad de vida de nuestras ciudades, en cuanto a la imagen y valoración de la arquitectura de calidad. De parte de la ciudadanía participativa se busca defender el territorio y patrimonio que les pertenece, de la irrupción inmobiliaria que atenta contra la identidad de sus barrios. Al respecto, el manifiesto de la XVIII Bienal de Arquitectura que se realiza en diciembre de 2012 anuncia:

“La falta de crítica arquitectónica en la prensa chilena es tal vez la prueba más tangible de la tenue relación entre la profesión del arquitecto y la opinión pública. Parece cada vez más improbable que arquitectos, urbanistas y paisajistas—como gremios o individuos—influyan efectivamente en la generación de políticas públicas, de leyes y normas, o que proyecten en concordancia con las visiones de progreso y bienestar

que normalmente surgen de procesos participativos, garantizando así a la ciudadanía un sentido de legitimidad y pertenencia.

No obstante el enorme prestigio internacional de la arquitectura chilena, gracias principalmente a ‘obras de autor’ de excelente calidad, numerosas intervenciones recientes a escala urbana, con consecuencias conflictivas para el paisaje, la identidad nacional y el bienestar de la ciudadanía, han puesto en duda la institucionalidad del desarrollo urbano e incluso el prestigio de nuestro gremio en cuanto a su responsabilidad social. Si no aparecemos directamente involucrados en el desarrollo de ciudades más armónicas, ambientes más sanos y territorios mejor planificados, ¿Cuál es el verdadero rol del arquitecto chileno hoy?” (Gray y Bresciani, 2012)

Al respecto, la conservación del patrimonio inmueble en Chile ha generado mucho debate y controversia en los últimos años, debido al auge inmobiliario que se está desarrollando en nuestro país. Esto ha dado origen a una entusiasta participación de parte de algunas comunidades en materia del rescate y conservación patrimonial de zonas urbanas, de carácter típico, que corren peligro de desaparecer ante del desarrollo inmobiliario. A partir de este compromiso de los habitantes con sus barrios han surgido distintas agrupaciones conformadas por los mismos vecinos y ciudadanos organizados que exigen a sus municipios poder tener una mayor participación en los procesos de diseño urbano.

Estos bienes inmuebles de carácter patrimonial guardan relevancia en el panorama cultural, en tanto sirven de vínculo entre la gente y su propia historia. El consumo cultural se entiende aquí a través de las visitas que se pueden hacer a edificios o lugares patrimoniales, así como también en la participación de la ciudadanía en el cuidado de zonas típicas de su ciudad. Existe mediante este tipo de consumo, una valoración y apropiación del bien cultural, como también una construcción simbólica en la práctica de visitar o participar. Puede entenderse en este caso, el sentido más amplio del consumo de bienes culturales tangibles, como “el uso y goce de los bienes culturales por individuos o comunidades, su puesta a disposición para la investigación científica o artística y su utilización como insumo para la educación y cultura” (Krebs y Schmidt-Hebbel, 1999: 212).

En el próximo apartado revisaremos experiencias de mediación en arquitectura desarrolladas en el extranjero, algunas desde hace veinte años, lo que da cuenta de su relevancia para el ámbito cultural.

3. La arquitectura instalada en el campo cultural: Casos en el extranjero

Para materia de este estudio, es importante hacer una revisión de diferentes experiencias en el extranjero, que han buscado apuntar a contribuir en un enfoque más cultural de la arquitectura para valorar la buena calidad del medio ambiente construido y a largo plazo, poder mejorar la construcción de mejores ciudades, involucrando la participación de la ciudadanía informada en estos procesos.

3. A) Política pública en Arquitectura, *The Royal Architectural Institute of Canada*

Países como Finlandia, Escocia, Holanda, Austria y Francia, desde el año 2000 han reconocido la importancia de la arquitectura y diseño urbano de excelencia para el desarrollo social y cultural de sus pueblos, además de potenciar su riqueza creativa y bienestar económico.

A partir de estas consideraciones y basándose en la experiencia europea, en el año 2005 *The Royal Architectural Institute of Canada* (RAIC) desarrolló un documento que establecía la importancia y el rol social de la arquitectura y diseño urbano “de calidad”, como borrador a una propuesta de las políticas públicas en Arquitectura.

El documento parte argumentando la necesidad de una política en materia de arquitectura de la siguiente manera:

“Si la arquitectura fuera tan importante para la sociedad canadiense como el hockey, la literatura o la música popular, no sería necesaria una política tan radical. De seguro nuestros hogares, nuestros lugares de trabajo, y nuestras comunidades son tan importantes como los deportes que jugamos, los libros que leemos y la música que escuchamos.” (RAIC, 2005:2)

Esta primera afirmación, nos da cuenta de la preocupación existente por la poca valoración que se le entrega a la arquitectura en relación a otros campos artísticos y recreativos. La RAIC, toma como modelo para fomentar la arquitectura de calidad la gestión de países europeos.

Un punto relevante dentro del discurso canadiense para difundir estas ideas entre la ciudadanía, es el concepto de participación, no entendida como la ejecución de diseños hechos por los propios ciudadanos, o la colaboración en la plantación de árboles para la construcción de un nuevo parque público, como se entiende en nuestro país. Para el proyecto de políticas en arquitectura canadiense, los objetivos apuntan a una participación que surge de un conocimiento previo, generado a través de

discusiones públicas respecto al rol y la importancia de la arquitectura y el diseño urbano en la vida canadiense. Para esto se fomenta la inclusión de la arquitectura y temas urbanos como parte de la programación académica en colegios.

Entendiendo que a partir de un entorno bien diseñado, se puede asegurar una calidad de vida sustentable con el medio ambiente y una cultura y economía vibrantes, se busca que el debate público que pueda realizarse en la ciudadanía apunte al cumplimiento de los siguientes objetivos:

- Mejorar la calidad de vida de los ciudadanos
- Alcanzar la sustentabilidad
- Contribuir al enriquecimiento de la cultura y el patrimonio
- Promover la innovación y la investigación para mejorar las tecnologías en construcción.

El documento presentado por la RAIC, fundamenta la necesidad de una política que fomente la alta calidad en el diseño urbano y arquitectónico de las ciudades, partiendo de la base de la valorización que sus habitantes otorgan a estos aspectos. Para esto se pone especial énfasis en el enriquecimiento de la calidad de vida de las personas, que pueden visitar, vivir o trabajar en edificios que están diseñados no sólo con propósitos funcionales, sino además ser un deleite a la vista, inspirando nuestros sentidos y ayudando a nuestro bienestar. Por otra parte rescata el enriquecimiento de la cultura a través del patrimonio que significa cada edificio:

“De todas las formas artísticas la arquitectura es la más visible al público y muchas veces la más duradera. Y como todas las artes, contribuye a nuestro autoconocimiento como individuos, ciudadanos y como nación. De esta manera, para enriquecer nuestra cultura y patrimonio a través de la arquitectura se deben involucrar dos tipos de conciencia: primero, la conciencia del público respecto al valor de su patrimonio arquitectónico, y en segundo lugar, una conciencia de parte de los desarrolladores inmobiliarios respecto a que los edificios de hoy se convertirán en el patrimonio de mañana.”(RAIC, 2005:13)

Con esta premisa, la RAIC propone el desarrollo de tres áreas en una política de arquitectura a implementar: la creación, la educación y el patrimonio.

Respecto a la “creación” se busca incentivar la arquitectura de calidad, a través de premios y el fomento de los concursos existentes, así como también generar mayor número de presentaciones

públicas, conferencias y publicaciones. Estas actividades debieran ser desarrolladas por organizaciones culturales cuyo objetivo sea difundir la arquitectura e involucrar a la ciudadanía en las decisiones de diseño urbano y de edificios, en base a la canalización de sus necesidades y deseos.

En relación a la “educación” se busca generar un impacto a nivel escolar, a través de programas académicos para enseñar temáticas relacionadas con arquitectura en colegios. Para esto desarrollan sitios internet que incluyan imágenes, lecciones y base de datos con arquitectos dispuestos a dar conferencias en colegios. Se fomentará el desarrollo de curriculums académicos que puedan agregar información de arquitectura en las asignaturas, ya existentes de enseñanza básica y media, así como en programas de formación general en los primeros años de universidad y en programas para trabajadores de la construcción que les permita mejorar sus técnicas.

Finalmente, el área del “patrimonio” se enfoca como una manifestación de la identidad cultural del país, que en primer lugar, debe ser difundido entre los habitantes de las diferentes ciudades, mediante información que puedan entregada por las organizaciones turísticas y los profesores relacionados con arte e historia, para la etapa escolar. Esta difusión va de la mano con la conciencia que se debe crear entre profesionales del diseño y la arquitectura para promover el desarrollo de la arquitectura patrimonial, por medio de nuevos edificios públicos que reflejen las aspiraciones culturales del lugar y la reutilización de edificios patrimoniales. Como apoyo basal a esta área se considera la incrementación de fondos para conservación y restauración de edificios con valor histórico y patrimonial.

3. B) Centros de Arquitectura en Holanda, *Architectuur Lokaal*

En los años 90 y a partir de la iniciativa de asociaciones de arquitectos, surgen en varias ciudades europeas los Centros locales de arquitectura, que se plantean como polo para la discusión de temáticas vinculadas a la arquitectura y el urbanismo. En ellos se pueden desarrollar exposiciones de proyectos de arquitectura o concursos públicos en curso. Por lo general funcionan de manera independiente, no poseen colecciones propias y no se definen como museos.

Holanda ha sido uno de los países pioneros en desarrollar esta figura similar a las ONG's como apoyo a la implementación de políticas públicas en arquitectura.

La arquitectura holandesa es considerada como una de las más creativas a nivel internacional con exponentes de la talla de Rem Koolhaas, o el trabajo de la oficina MVRDV a cargo del arquitecto Winy Maas. Gracias a ellos la arquitectura contemporánea holandesa se ha hecho conocida y se ha

instalado en la sociedad, como una arquitectura de primer nivel: “Pensar que la buena arquitectura es un lujo que no puede considerarse en la vivienda social...eso ya no es posible hoy.” (Jansen, 2011 e.p)

A principios de los años 90, el Parlamento alemán planteó la necesidad de crear una política de arquitectura que debía ser desarrollada por el Ministerio de Cultura. Para esto, el Ministerio de Cultura se comunicó con las diferentes organizaciones de arquitectos, con el fin de obtener información respecto a las necesidades, problemáticas y aspiraciones propias del gremio, pero también poder recoger las inquietudes de la ciudadanía. Sin embargo, no sería ni el Ministerio ni el gremio de los arquitectos quienes establecerían los lineamientos para la ejecución de esta política, sino que se convocaría a una organización independiente que funcionaría como puente entre los requerimientos de los arquitectos, los de la ciudadanía y la institucionalidad pública. (Jansen, 2011 e.p)

De este modo, en 1993 surge *Architectuur Lokaal*, un centro de arquitectura que además de difundir la arquitectura local, busca generar lazos de interacción con los desarrolladores inmobiliarios. Cada cuatro años *Architectuur Lokaal* realiza un congreso nacional en el que se reúnen los políticos recién electos, arquitectos, desarrolladores inmobiliarios y corporaciones vinculadas a la vivienda. Además, todos los años se realizan actividades formativas orientadas a alcaldes y concejales, empresarios inmobiliarios, arquitectos jóvenes, y escuelas de arquitectura, utilizando metodologías de debates, tours educativos, publicaciones, etc. Respecto a las licitaciones públicas, se difunden ampliamente realizando incluso concursos que buscan premiar las “mejores prácticas” en arquitectura.

Como centro nacional e independiente, *Architectuur Lokaal* se enfoca a regular el desarrollo de construcciones en Holanda (*building commissioning*) actuando como mediador entre los grupos involucrados en los procesos inmobiliarios, y consultor, respecto a políticas en arquitectura y políticas respecto a calidad espacial. Además de esto, desarrolla programas de acercamiento de los clientes, en este caso la ciudadanía, a los tópicos relacionados al área de políticas en arquitectura. Estos programas están confeccionados de acuerdo a las necesidades de las autoridades locales, asociaciones de vivienda, desarrolladores inmobiliarios, y otros actores que se involucran con el desarrollo de la construcción. El *Procurement & Design Competition Office* es una unidad de *Architectuur Lokaal* que aconseja a clientes públicos y privados acerca de cómo seleccionar a sus diseñadores y constructores apropiados. Cientos de proyectos han sido revisados a través de esta metodología. La revisión, libre costo, se desarrolla de acuerdo a los criterios del *Kompas manual*, compilado gracias a la iniciativa del *Government Architect* y apoyado por varios ministerios, grupos de diseñadores, corporaciones, desarrolladores inmobiliarios y la Asociación de Municipalidades Holandesas.

Architectuur Lokaal mantiene una estrecha relación con todos los centros de arquitectura locales del país, que ya suman alrededor de 35. Su constitución como fundación independiente y sin fines de lucro, permite el trabajo colaborativo con otras instituciones, como el *Netherlands Architecture Institute* (NAi), el museo de arquitectura más grande del mundo, que entrega un contexto cultural para el desarrollo de las políticas. El NAi, ubicado en Rotterdam, funciona como una institución privada pero depende de financiamiento del estado, contando con 170 empleados. Como parte de sus actividades está el desarrollo de archivos, exposiciones, foros de discusión y tours educativos para alrededor de 1500 niños y jóvenes al mes.

La comunicación de estas organizaciones con el Gobierno también es vital. Desde hace ya varios años el gobierno holandés ha desarrollado un sistema denominados “notas”, especie de memorándum que va indicando los principales problemas en el campo de la arquitectura y de la planificación urbana. Estas notas van tomando forma en los principios de una política de arquitectura, cuyos avances son supervisados a nivel nacional por el Arquitecto en Jefe del Gobierno.

La suma de todas estas medidas que se desarrollan en Holanda desde hace aproximadamente 20 años, se traducen hoy en día en su estándar de cultura arquitectónica, altamente aclamado a nivel internacional, y que ha permitido confiar en la creatividad de los arquitectos más jóvenes y mantiene el control sobre los procedimientos de construcción mediante estrictas regulaciones. Comprendiendo la importancia de la aceptación de la ciudadanía respecto a las planificaciones urbanas, considera además el gasto de 1 euro por habitante con el fin de promover la arquitectura y las planificaciones locales. De este modo, la política de arquitectura holandesa, se orienta a alcanzar la calidad arquitectónica como parte esencial del diseño y del proceso de construcción, a través de la participación de los diferentes actores para obtener el interés público en la arquitectura.

3. C) Turismo Cultural, desde Francia a Perú

El área del turismo puede verse alejado de los otros dominios culturales y acercarse más a actividades netamente económicas, desarrollándose en función de demandas y consumidores definidos, potenciando así los elementos propios de una cultura, a la vez que genera un alto impacto económico, que en algunos países ya se está midiendo a través del desarrollo de cuentas satelitales. (Newbiggin, 2010)

Particularmente en el ámbito cultural, este tipo de turismo es referido como “turismo cultural”, y aunque aún no existe un consenso internacional respecto de la definición de este concepto, UNESCO en su marco referencial para las industrias creativas propone la siguiente:

“Excursiones hechas a la medida de un consumidor que busca la experiencia de lo diferente y quiere conocer las personas, estilos de vida, arte y patrimonio propio de una cultura a través de la visita a los lugares que expresan su contexto histórico y social.” (UNCTAD, 2010:21).

Una forma de hacer este tipo de turismo es a través de los museos. Un estudio de la Universidad de París (Newbiggin, 2010) trató de cuantificar el valor económico de los principales museos de esta ciudad. Se identificó al turista que visitaba más de dos museos en su estadía en París, como “turista de museo”, y en el año 1999 se detectaron entre 2,98 y 4,2 millones de visitas de este tipo, contribuyendo a la economía parisina ingresos de entre 2980 a 4200 millones de euros.

El turismo cultural es un importante tópico cuando pensamos en la economía creativa como una forma de reducir la pobreza, especialmente en los países en vías de desarrollo, como puede ser el caso de países latinoamericanos. En el caso de Perú, con atractivos turísticos como el Imperio Inca, el Cuzco y las ruinas de Machu Picchu y con tradiciones distintivas; el turismo cultural aparece como una buena alternativa para aumentar la calidad de vida de las personas, así como también la autoestima de la población, creando nuevos empleos, crecimiento económico y desarrollo. El turismo en Perú es la tercera actividad económica más importante, entregando empleo a alrededor de 500.000 personas, que durante el 2006 trabajaron en función de 1,6 millones de personas que visitaron el país en busca de turismo cultural. (UNCTAD, 2010)

3. D) Ciudades creativas y fomento al diseño de calidad, Buenos Aires - Montreal – Bogotá

La idea de la economía creativa ha sido aplicada especialmente a la economía de las ciudades, originando el concepto de "ciudad creativa". Este término describe, un complejo urbano donde las actividades culturales de diferentes tipos, se transforman en un componente integral de la economía de la ciudad y del funcionamiento de su sociedad.

La Red de Ciudades Creativas fue lanzada por la UNESCO en octubre de 2004. Las ciudades elegidas en la red, pueden compartir experiencias y crear nuevas oportunidades para sí mismas y para otras ciudades en el marco de una plataforma internacional, en particular en actividades basadas en la noción de turismo creativo.

Estas ciudades, utilizan su potencial creativo de diferentes maneras, como revisaremos a continuación.

Buenos Aires

La ciudad de Buenos Aires es la primera Ciudad del Diseño de la UNESCO, nominada en agosto del 2005, y es una de las dos únicas Ciudades Creativas sudamericanas presentes en la red:

“Gracias a la colaboración entre las esferas privada y pública, la ciudad de Buenos Aires ha sabido explotar la energía y la innovación del ámbito del diseño para desarrollar iniciativas a nivel local, regional e internacional.

La ciudad no sólo ha diversificado su potencial de crecimiento económico, sino que también ha movilizó un vasto abanico de agentes involucrados en la construcción de una de las escenas del diseño más activas y dinámicas de América latina.” (UNESCO, 2012)

En Argentina las industrias creativas han sido tema de estudio desde hace ya varios años. Un estudio reciente concluyó que, la contribución de la cultura a la economía nacional había aumentado de un 2,3% en 2004 a un 3,5% en 2009 (BOP Consulting, 2010). El Tercer Congreso Nacional de Cultura se desarrolló en San Juan en septiembre del 2010, incluyendo a autoridades gubernamentales, gestores culturales y artistas. Un año antes, el Observatorio de Industrias Culturales de Buenos Aires pasó a llamarse Observatorio de Industrias Creativas. La UNCTAD desde entonces ha colaborado con el gobierno argentino, particularmente con los ministros de Economía y de Cultura, con la finalidad de promover la economía creativa del país y estimular la creatividad y los emprendimientos creativos, con el objetivo de poder acelerar el desarrollo urbano (BOP Consulting, 2010).

En Buenos Aires existe, además, una institución cultural dedicada exclusivamente a promover la arquitectura contemporánea, el Museo de Arquitectura y Diseño de la Sociedad Central de Arquitectos (SCA), “MARQ Buenos Aires”. La SCA es una Asociación Civil, sin fines de lucro creada en 1886 con fines gremiales, para representar a los arquitectos y defender el prestigio de la arquitectura, la construcción planificada de las ciudades y su evolución y adecuada preservación. La Sociedad funciona en 2 sedes, siendo una de ellas el “MARQ”, donde trabajan 25 personas de planta y 145 profesionales voluntarios. Sus actividades son financiadas gracias al aporte de sus socios, de las empresas que auspician sus actividades y de las entidades públicas y privadas.

Montreal

Montreal es un verdadero caso de estudio respecto a procesos de diseño integrados y un tipo de desarrollo a partir de distritos culturales, que también puede encontrarse en otras ciudades canadienses. La noción de “diseño” está completamente integrada como parte de la estrategia de planificación urbana. En Montreal el diseño no se relaciona únicamente con el lujo, sino como un factor importante en la mejora de la calidad de vida de las personas. En 1995 las autoridades canadienses invitaron a diseñadores y arquitectos a redefinir una estética-funcional de los espacios abiertos y a reinventar y desarrollar sectores urbanos en abandono con el fin de convertirlos en sectores atractivos para los ciudadanos.

El proyecto se denominó *Design Commerce Montreal* (“Comercio Diseño Montreal”) y convocó a arquitectos y diseñadores a trabajar en el look y la esencia de las áreas comerciales rediseñando diversas tiendas y restaurantes. Con la marca *Design Commerce Montreal*, se pretendía recompensar los esfuerzos de aquellos que invirtieran en mejorar la calidad del comercio en la ciudad. De este modo, se promovió el desarrollo del talento personal de los comerciantes y se apoyaron las inversiones en arquitectura de calidad. En definitiva, la iniciativa buscó la incorporación del diseño de calidad al sector comercial, convirtiendo a Montreal en una ciudad única. Hoy en día es una ciudad más viva y más atractiva, tanto para los residentes, como para los turistas.

La marca *Design Commerce Montreal* se ha encargado de facilitar la colaboración entre los profesionales del diseño y el mundo de los negocios. Al mismo tiempo ha permitido el desarrollo de otras actividades no relacionadas con las comerciales, como visitas guiadas por la zona y votaciones populares para premiar el mejor negocio a partir de su diseño. Estas actividades se desarrollaron como estrategia del mismo proyecto, con el fin de educar a los ciudadanos respecto al diseño, para que en el futuro puedan demandar un nivel elevado de calidad en el sector comercial. A la vez se logró

identificar y apoyar a los diseñadores emergentes del país y convertir a la ciudad de Montreal en un referente mundial en las actividades de dicha materia. (Ville de Montréal, 2012)

A partir de experiencias como la mencionada, en el año 2006, la ciudad de Montreal fue designada Ciudad del Diseño de la UNESCO:

“La ciudad no sólo ha demostrado que el diseño puede ser un poderoso instrumento en la promoción de la integración y la pluralidad de valores, también ha impulsado a sus habitantes a jugar un papel crítico y activo en la movilización del diseño para inspirar entornos de vida más innovadores que mejoran la vida cotidiana y la existencia en general.” (UNESCO, 2012)

Bogotá

A principios de este año la ciudad colombiana, fue designada Ciudad de la Música por UNESCO, convirtiéndose en la segunda ciudad sudamericana perteneciente a la Red de Ciudades Creativas. Si bien este nombramiento rescata la diversidad de artistas, agrupaciones, conciertos y géneros musicales que se reúnen en Bogotá, la nominación es resultado de un esfuerzo general desde el ámbito cultural relacionados con el desarrollo urbano en Colombia, lo que se explica mediante la candidatura para esta designación que “fue impulsada desde 2010 por *Invest in Bogotá*, la Cámara de Comercio de Bogotá y el Instituto Distrital de Turismo, como primer proyecto de la estrategia de mercadeo internacional de la ciudad a través de la cultura”. (Gobierno de Colombia, 2012)

Al respecto, es pertinente referirse a los procesos de renovación urbana que han tenido ciudades colombianas como Bogotá y Medellín, que con el objetivo de disminuir los índices de criminalidad y obtener una proyección económica y cultural, apuntaron a la recuperación de espacios públicos y la redefinición de la arquitectura (González, 2012).

En las décadas de los 40 y 50, se desarrolló un período extraordinario de la arquitectura colombiana, que llevó a su diseño arquitectónico obtener gran reconocimiento por su calidad. Sin embargo, las obras arquitectónicas aparecían de manera aisladas en el contexto urbano y mostrándose mayor énfasis en el diseño formal y de interiores, que en su relación con la ciudad. De acuerdo a palabras del arquitecto Sergio Trujillo Jaramillo, “Colombia se ha caracterizado por tener el mejor conjunto de arquitectura de Latinoamérica, pero también e indiscutiblemente, por tener las más feas y caóticas ciudades” (González, 2010: xiii). No obstante, en Colombia, a fines del siglo XX y principios del XXI, se logró hacer un cambio de actitud en el que se redescubrieron algunos conceptos clave para la arquitectura, como “lo urbano”. El redescubrimiento y consciencia de lo urbano desde la

arquitectura, permitió un trabajo integrado con la política y la configuración de espacio públicos. Para ello fue necesario entender que la política, el ordenamiento territorial y la planeación urbana carecían de arquitectura y su vez, los responsables de la arquitectura no tenían una visión de la política, de la cultura ciudadana ni de la importancia del espacio público como constructor de ciudadanía:

“Las nuevas propuestas, entonces sacaron a la arquitectura de su ensimismamiento y la conectaron con la ciudad y lo urbano; y cuando las administraciones asumieron estas propuestas en sus políticas urbanas, se le otorgó carta de ciudadanía a la estética y a la belleza que tanto se le reclamaba a la arquitectura de lo público.”(González, 2010: xiv)

Las políticas colombianas, jugaron un rol relevante en el fomento de una mejor arquitectura y más accesible, pues comprendieron la arquitectura y la estética como factores cruciales en la transformación, no sólo física sino también sociocultural. Considerando que la “buena arquitectura” permitiría la posibilidad de generar un cambio en la imagen urbana, la generación de empleo y desarrollo económico, además de, una mejor calidad de vida, integración social y cambio cultural. Respecto a este último tópico se puso especial atención, pues se buscó sentido y soporte a la cultura urbana, a través de obras arquitectónicas en las que se rescatara el espacio de lo público, permitiendo el ejercicio de la democracia y la ciudadanía; “en los que se definen y recrean los espacio para el encuentro, la socialización y el disfrute colectivo, que no están pensados únicamente para el tránsito y el flujo incesante.” (González, 2010: xv) Al respecto, se acuñó el concepto “arquitectura urbana” y se planteó como tema determinante para la ciudad, definido no sólo en el hecho físico en sí, con su carácter relevante y de valor estético, que provoca cambios en su entorno material inmediato, sino que además como un gatillador de acciones de orden cultural social o político que van más allá de su mismo entorno, y en donde interesa el diseño tanto del edificio como del espacio público con cada uno de sus componentes.

En Colombia existe un amplio consenso respecto a que el desarrollo social y urbano de una nación van de la mano del desarrollo cultural (Mejías, 2012), lo que se refleja en el énfasis que se ha puesto en los últimos años en la implementación de bibliotecas y colegios de primer nivel arquitectónico en zonas vulnerables, medidas que consideran a la arquitectura y la cultura como instrumentos de regeneración social.

3. E) Educación infantil en Finlandia, *Discovering Architecture*

Como sistema de participación ciudadana en los procesos de planificación urbana en Finlandia, en el año 1993 surge un planteamiento educativo creado por arquitectos, cuya forma de enfocar el problema de la participación ciudadana, centra la atención en la educación cívica en arquitectura orientada a niños en edad escolar.

De acuerdo a un estudio realizado por los arquitectos Camila Barreau y Juan Luis Torres (2010), el planteamiento finlandés consiste en educar desde la niñez a la ciudadanía sobre temas de arquitectura, con el fin de formar mejores ciudadanos, conscientes de la importancia de su medio ambiente construido y del rol que recae sobre cada uno de ellos respecto de su cuidado y mejoramiento. En Finlandia este fenómeno había empezado a surgir en muchos lugares a la vez, sin políticas concretas al respecto, como una tendencia general para enfrentar las cuestiones de las personas y su vínculo con su medio, situación ante la cual la Asociación de Arquitectos de Finlandia (SAFA), reunió en el año 2001 todas las experiencias en un documento titulado *Discovering Architecture*. El informe se inicia con palabras del Ministro de Cultura de aquel tiempo, Suvi Linden:

“Todos los ciudadanos debieran tener un entendimiento activo del medio ambiente construido, independiente de la edad, ocupación o formación educacional. Cada uno de nosotros va a tener que tomar una posición en algún minuto acerca de temas relacionados al medio ambiente construido, y por ende, tener opinión sobre la calidad de nuestras propias vidas y la de los demás (...) A fin de producir realmente alta calidad, la industria de la construcción debe tener clientes educados y entusiastas que saben de lo que están hablando y que lo que ellos pueden y deben demandar acerca de los edificios que van a utilizar.” (Barreau y Torres, 2010)

De acuerdo a estos principios, educar en arquitectura desde la niñez, permitiría constituir un proceso educativo para conformar ciudadanos más conocedores e interesados por su entorno construido, que manejen conceptos y habilidades que les permitan ser partícipes de su construcción. Buscando potenciar esta experiencia, surgen diversas fundaciones como apoyo a los conocimientos que puedan adquirirse en el horario escolar.

Arkki, School of Architecture for Children and Youth es una organización sin fines de lucro que surgió en 1993 como la primera escuela en Finlandia especializada en entregar contenidos educativos referidos a la arquitectura y el medio ambiente, a través de talleres extracurriculares. *Arkki* ope-

ra en la ciudad de Helsinki, dónde ofrece una variedad de talleres a niños y jóvenes y diseña programas para colegios, museos y clubes artísticos y de arquitectura. Más de 400 niños de entre 4 y 19 años participan semanalmente en talleres de arquitectura, que se imparten en programas semestrales o anuales. Además de desarrollar programas de investigación y organizar eventos y conferencias, *Arkki* organiza también capacitaciones para profesores de colegios y jardines infantiles. Por medio del trabajo con maquetas, tanto en miniatura como a la escala de ellos, se busca que los niños puedan aprender a partir de sus propios descubrimientos, en lugar de recibir respuestas y contenidos entregados por adultos. La integración entre imaginación e inteligencia y teoría con experimentación son potenciados mediante el trabajo proyectual. El aprendizaje ocurre a través del juego y del trabajo de proyecto cuidadosamente planeado. En sus diversas actividades, *Arkki* busca generar ideas en la mente de los más pequeños para que estos puedan influir y participar en el futuro desarrollo de nuestro medio ambiente construido, cualquiera sea la profesión que tengan. (*Arkki*, 2012)

3. F) Universidades como polo de desarrollo cultural en Rusia, *Strelka Institute*

El gobierno ruso ha buscado a través de las industrias creativas la forma de desarrollar y modernizar el país. La ciudad de Moscú esta viviendo grandes cambios, fundiendo lo antiguo con lo nuevo y apoyando a los clúster creativos que reúnen inversionistas públicos y privados. El énfasis es entregado por las áreas del diseño, la arquitectura y los nuevos medios. Un número importante de edificios construidos en los siglos XIX y XX están siendo transformados en centros culturales, galerías de arte, estudios de artistas y agencias de publicidad. Edificios industriales en desuso están siendo renovados para convertirse en estudios de artistas, arquitectos y diseñadores. Un buen ejemplo de esto es el *Bakhmetevsky Bus Garage*. Construido en 1926, ha sido completamente remodelado y refundado como el *Garage Centre for Contemporary Culture*, actualmente una de las instituciones líderes en exposiciones de arte. Para apoyar este tipo de iniciativas, el *Strelka Institute for Media, Architecture and Design*, está lanzando un programa de postgrado para especialistas de diferentes partes del mundo, en el campo del diseño, la arquitectura y los nuevos medios.

Al respecto el *British Council* (BOP Consulting, 2010) plantea:

“Dónde quiera que encontremos un núcleo de actividad económica creativa, lo más seguro es que encontremos una universidad que ha plantado la semilla y que continúa nutriendo a las empresas creativas locales y los mercados laborales especializados de los que éstas dependen (...) Una verdadera economía del conocimiento depende de la capacidad de su fuerza laboral para pensar creativa y

flexiblemente, no sólo en el marco del sector creativo, sino también en el de la economía general.”

De acuerdo a esta óptica, las instituciones de educación superior no pueden resultar ajenas a la economía sino que pasan a formar parte integral de esta. El desafío estaría puesto entonces en la capacidad de generar redes y estrechar vínculos con la industria sin perder su autonomía intelectual y académica.

3. G) *Building Culture*, Alemania

En varios países europeos se utiliza el concepto *Building Culture*, para referirse a la importancia del medio ambiente construido. El concepto podría traducirse como “Cultura arquitectónica”, sin embargo, es importante dejar de manifiesto que lo que engloba, no corresponde tan sólo a la arquitectura, sino a todo el entorno construido, comprendiendo también las obras de responsabilidad de otras disciplinas, como la ingeniería, la construcción y el urbanismo, siendo además materia de preocupación de clientes y ciudadanos. De este modo, podríamos entender la palabra “arquitecto” como quien supervisa cualquier tipo de obra que contribuye a la construcción de nuestras ciudades. La forma en la que un país logra integrar diversos aspectos de su entorno construido, como edificios, calles, parques y puentes, nos sirve para medir su cultura arquitectónica, que vendría a ser algo así como la forma construida de la propia experiencia humana (Kähler, 2001). La arquitecta holandesa Cilly Jansen, plantea este concepto como una manera estratégica de comprometer a todos los actores implicados en la construcción de nuestras ciudades:

“No deberían decir políticas en arquitectura, si quieren comprometer a la ciudadanía y las demás áreas, deben decir *Building Culture*, ya que se trata de cultura y edificios, y no pertenece a un dominio único de los arquitectos o específicamente a un solo ministerio...” (Jansen, 2012 e.p)

A fines del 2001 el Ministerio de Transporte, Obras públicas y Vivienda alemán lanzó el informe *Building Culture Initiative*, con la finalidad de instalar en el debate público temas como la calidad de la planificación urbana, la construcción de las ciudades en Alemania y el rol que juega en esto el servicio que entregan los arquitectos. El énfasis que se le otorgó al informe, consideró la determinación de un status quo para hacer un levantamiento de información relacionada con *building culture*, con el objetivo de familiarizar al público con estos temas. Se buscó con este informe contribuir al mejoramiento del entorno construido, para lo cual se fomentaron las competencias creativas, incre-

mentando las licitaciones existentes y evitando aquellas que se enfocaban netamente en licitar proyectos de bajo costo.

De acuerdo al informe (Kähler, 2001) la cultura arquitectónica se definiría de acuerdo a las siguientes cualidades:

- En la integración con el espacio público del diseño de edificios y la construcción de nuestro entorno.
- En su uso y función
- En la sustentabilidad medioambiental, social y económica
- En los procedimientos y regulaciones propios del encargo y la ejecución de la obra.

La cultura arquitectónica se obtiene mediante la integración y el equilibrio de los aspectos mencionados, a través de un proceso continuo de asimilación con el entorno construido, que engloba las más reconocidas obras de arquitectura, como también los requerimientos más mundanos del día a día y las aproximaciones a nuestro patrimonio cultural. Es entonces tarea de arquitectos, ingenieros, urbanistas, paisajistas y constructores, el lograr un equilibrio entre los cambios necesarios de acuerdo a nuestros tiempos y al deseo de estabilidad e identidad por parte de la ciudadanía. Por otra parte se necesita además la cooperación activa y la contribución individual de los otros involucrados en los procesos de planificación urbana y construcción, los clientes y ciudadanos, así como también es fundamental fomentar la preocupación de sector público en relación al valor de un ambiente bien construido.

En el estudio de algunos casos en el extranjero, ha quedado de manifiesto que es generalizado el interés por fomentar el aumento en la calidad del entorno construido, como uno de los ejes fundamentales para obtener un óptimo desarrollo urbano, social y económico. Además es vital la participación del Gobierno en la implementación de políticas públicas que apunten a este objetivo, así como también la colaboración de la ciudadanía en los procesos de planificación de nuestras ciudades, para lo cual es primordial una educación que permita entregar contenidos necesarios a ciudadanos no vinculados con las áreas de la arquitectura, el urbanismo o la construcción.

Para profundizar en esta discusión en el próximo apartado utilizaremos el concepto de Cultura Arquitectónica para englobar los distintos elementos de fomento al mejoramiento de nuestros entornos urbanos, entregados por los casos en el extranjero estudiados. De esta forma integraremos los conceptos clave desprendidos de los siete casos estudiados, a modo de entender de qué manera puede implementarse en la cultura chilena la valorización de nuestra arquitectura.

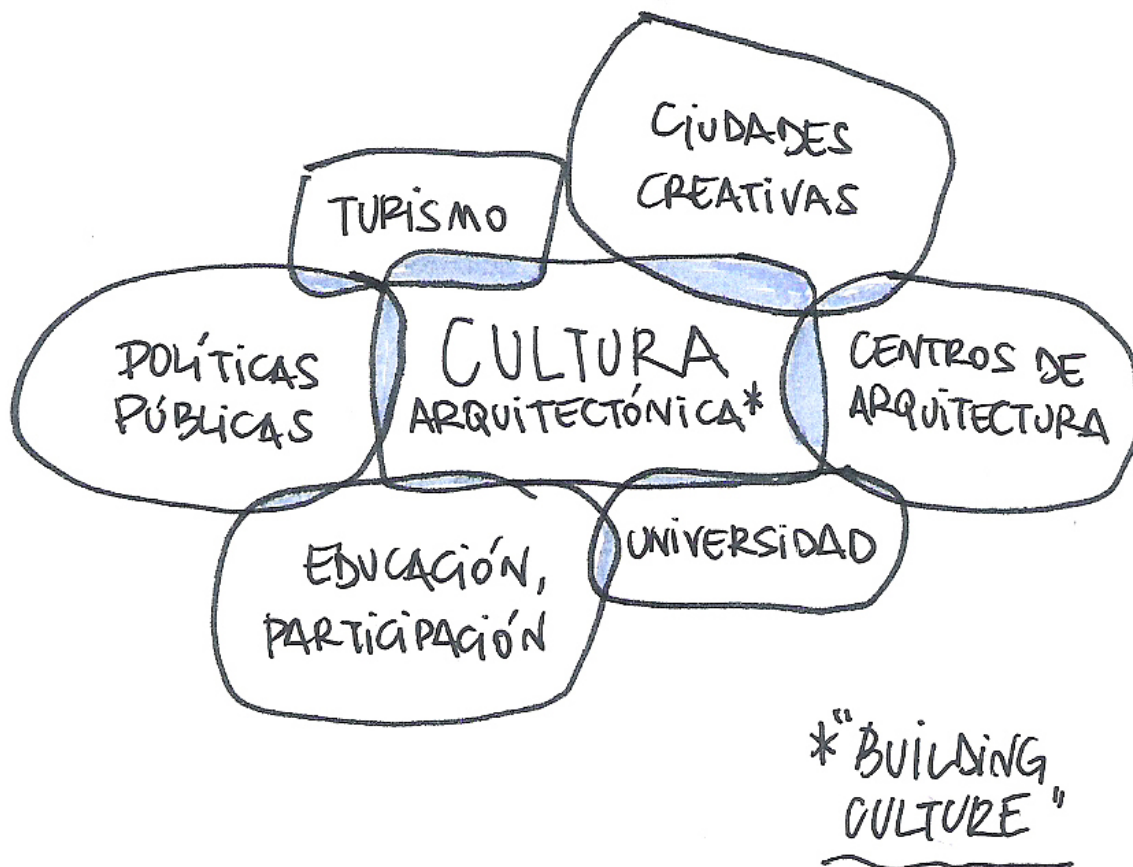


FIG. 20 Esquema de las implicancias de la Cultura Arquitectónica (Elab. propia)

4. Cultura arquitectónica, apropiaciones para un mejor entorno construido

De acuerdo a lo revisado, la calidad de la cultura arquitectónica está determinada por el grado en el que la sociedad se siente responsable por su entorno urbano y su mantención. Para esto es necesaria la integración de diversos elementos desde la educación, hasta la implementación de políticas públicas. El estándar estará determinado por su diseño, uso y función, sustentabilidad medioambiental, social y económica; y por los procesos equitativos que pudieran guiar su desarrollo. La calidad dependerá de la integración y el equilibrio de los aspectos mencionados, y no de la optimización de sólo uno de ellos. Así la cultura arquitectónica no es una meta que pueda ser alcanzada en un solo esfuerzo, sino que corresponde a un proceso continuo de asimilación e interacción con el ambiente construido.

“El concepto *building culture* debiera ser motivo de preocupación de todos, ya que el entorno construido afecta y cambia los modos de habitar de cada individuo. Mientras la experiencia de la cultura tradicional – las artes visuales, literatura, teatro y música – sólo puede ser adquirida a través de la exposición consciente, la experiencia de la cultura arquitectónica es inevitable, ya que se encuentra en todas partes.” (Kähler, 2001:8)

El entorno construido inevitablemente afecta a todas las personas, de manera negativa y positiva, razón por la cual la calidad de este entorno, desde la unidad de la casa propia, hasta el espacio público, contribuye a la salud física y psicológica de poblaciones completas. Si consideramos que la cultura es parte indispensable de nuestra sociedad, y que como tal, requiere de un apoyo económico adecuado, entonces la cultura arquitectónica, con sus efectos directos en cada individuo, debiera considerarse igualmente importante y de interés a conservar. Tanto el sector público como el privado, debieran esforzarse por lograr un entorno “bien-construido”, pero para obtener este compromiso es necesario entender por qué puede beneficiarnos esta cultura arquitectónica.

En el aspecto netamente económico, las profesiones vinculadas con el diseño de edificios, planificación urbana y construcción, comparten responsabilidades en la calidad de nuestro entorno urbano aportando un amplio segmento de nuestra economía. La calidad presente en este entorno construido, generará demandas por mejores planificaciones urbanas -mejores ciudades, plazas y edificios-. Esto afecta la demanda de más empleos en esta área, así como también posibilidades de exportar servicios de arquitectura, planificación urbana y construcción (Kähler, 2001). Por otro lado, la mejora en la calidad del entorno construido en ciudades y barrios afectará positivamente el bienestar de la comunidad, y una disposición a invertir en ella, como también el interés de visitantes mediante el

turismo cultural. Sin embargo, es necesario considerar que incrementar los gastos en la construcción de un edificio para aumentar su calidad arquitectónica, no asegura un mejor resultado, ya que además de los factores estéticos, se deben conjugar los factores de uso, de sustentabilidad, y de procedimientos de ejecución de la obra. Esto último hace referencia al nivel de participación que pueda tener la ciudadanía en la decisión del proyecto a realizarse. Sebastián Gray, curador de la XVIII Bienal de Santiago “Ciudades para ciudadanos” plantea que una “arquitectura bien hecha” es económica, es decir, que su construcción es adecuada al lugar donde está, a los medios y aspiraciones, que es pensada como un servicio, y eficiente en todo sentido. Debe tener una relación con su entorno, el clima, los materiales del lugar y la mano de obra. (Gray, 2012: información personal). Plantea además que en Chile, estas consideraciones parecen estar lejos del estándar inmobiliario, que continúa levantando torres de muro-cortina que utilizan costosos sistemas climáticos artificiales:

“El público ignorante de la diferencia, sigue aceptando lo que se le ofrezca, mientras que allá afuera la vanguardia explora precisamente lo contrario: la satisfacción que surge de lo apropiado, de lo responsable, de la economía inteligente, de la milenaria dialéctica entre obra y clima, cultura, lugar.” (Gray, 2012a)

Esta afirmación nos lleva a la importancia de la educación y difusión de la cultura arquitectónica, con el fin de obtener demandas de nuevas alternativas de diseño a la ciudadanía, así como también mayor posibilidad de participación. De acuerdo a los casos estudiados en el apartado anterior, hemos visto que **la calidad de la cultura arquitectónica de un país surge de la combinación de resultados de producción en el entorno urbano y el acercamiento de la ciudadanía a estos.** Existe un grupo importante de iniciativas que están contribuyendo a aumentar la preocupación de la ciudadanía apuntando al mejoramiento de los procesos constructivos, en Chile, aún no existe una política de arquitectura que fomente la cultura arquitectónica, y sólo en algunos colegios particulares se han incorporado contenidos relacionados con arquitectura y urbanismo en las clases de arte. No obstante, el discurso respecto al diseño y el ambiente construido podría ser también incluido en materias como historia y geografía, e incluso en la clase de lenguaje. Para esto, los profesores de colegios debieran estar capacitados en estas materias. Esta meta es de particular importancia si consideramos que las personas que trabajan como gerentes de empresas inmobiliarias o las autoridades gubernamentales, no poseen los conocimientos propios de un arquitecto, y sin embargo tienen el poder de tomar decisiones respecto a lo que se construye. Las cosas que pudiesen haber aprendido en el colegio serían invaluable hoy, en la vida profesional. (RAIC, 2005). Esta educación, si bien,

puede darse directamente a través de contenidos académicos, es completada con que la cultura arquitectónica también puede ser transmitida a través de los mismos edificios que son usados en el cotidiano, como jardines infantiles, colegios y otras construcciones de carácter público y libre acceso. Al respecto, el Estado cumple un rol fundamental, en la promoción de la cultura arquitectónica y está llamado a plantearse como modelo a seguir en los procesos proyectuales que lleve a cabo, con el fin de obtener una arquitectura pública de alto estándar. El sistema de concursos públicos en Chile adjudica proyectos generalmente de acuerdo a criterios económicos, razón por la cual no siempre se ejecuta arquitectura pública de alta calidad. Es necesario aumentar la difusión de estos concursos con la finalidad de generar mayor competitividad y una batería de propuestas más amplia que de cabida a la rentabilidad social de los proyectos. (Allard et al, 2012). De acuerdo a Cristóbal Molina (2012), este debiera ser un cambio basal, ya que sólo existiendo cambios en los reglamentos y en los procedimientos, se puede generar un proceso de concursos que fomente la mejor arquitectura. Lamentablemente, no existen mediciones que permitan establecer la buena arquitectura como tal, sin embargo la ciudadanía siempre valora los edificios que han sido diseñados en su relación con el espacio público:

“Uno sabe como arquitecto qué edificio es mejor que otro. Uno puede medirlo sobre la base de su conocimiento, el impacto que generó en publicaciones o la cantidad de visitas. El Centro Cultural GAM y el Museo de la Memoria, son un éxito en todo sentido (...) pero también se tiene que ver la calidad del espacio público, de la vivienda social. Habría que buscar herramientas para medir ese impacto positivo.” (Molina, 2012 e.p)

Los dos centros culturales mencionados, son de las pocas obras contemporáneas destacadas en la Encuesta de Consumo Cultural en Arquitectura (ver ANEXO 2), a pesar de que son obras de arquitectura pública reconocidas a nivel internacional. Si bien como país estamos “viviendo un momento estelar en el que se nos reconoce internacionalmente por la difusión y buena crítica que han tenido varias obras de arquitectura” (Adriá et al, 2012), estos logros no son reconocidos por nuestra ciudadanía, ya que en su mayoría, estas obras son de carácter privado y se ubican lejos de los radios urbanos sin generar impacto en lo que podría ser la construcción de una mejor ciudad. Al parecer en Chile estamos viviendo un panorama similar al de Colombia hace una par de décadas, en el que existe un grupo de varias obras de arquitectura destacadas, que sumadas no están generando necesariamente buenas ciudades.

Respecto de esta situación, el British Council plantea que se debe propiciar un entorno de políticas públicas que fomenten las industrias creativas, entendiendo a los gobiernos como sus principales

clientes o consumidores. Todos los gobiernos deben invertir en edificaciones entre otros servicios, por lo que fomentar la economía creativa de la arquitectura desde el poder del gasto público en un mercado abierto, puede resultar bastante efectivo para elevar la calidad del diseño y dar espacio a oportunidades laborales:

“El establecimiento de unos estándares mínimos, de criterios más rigurosos y de largo plazo para establecer una mejor relación de costo-beneficio, de licitaciones públicas y convocatorias abiertas de diseño, son herramientas aplicadas por los gobiernos de todo el mundo para hacer que los proveedores de bienes y servicios para el Estado eleven sus estándares y respondan de maneras creativas. Además de producir mejores resultados para los ciudadanos, una aproximación más creativa de cara a las compras del sector público puede ahorrar dinero, así como promover nuevos empleos y nuevas habilidades”. (Newbiggin, 2010:35)

British Council señala la importancia que tiene para el desarrollo de ciudades creativas, la existencia de un ambiente rico y variado culturalmente, en relación a la existencia y diversidad de cafés, bares, clubes, plazas públicas e instituciones educativas, como una universidad. Asimismo de las necesidades urbanas básicas, como un buen sistema de transporte y espacios de trabajo accesibles. En las últimas dos décadas, varias ciudades del mundo han desarrollado la recuperación de barrios marginales ubicadas en zonas económicamente deprimidas, mediante estrategias culturales, ya sean estas estrategias, la implementación de empresas creativas como también la incorporación de un edificio como una biblioteca o un centro cultural. Estos ejemplos pueden revisarse ampliamente en ejemplos como la renovación urbana que ha experimentado Bilbao en España, luego de la construcción del Museo Guggenheim, obra de Frank Gehry; o el puerto y muelles de Liverpool, recientemente habilitados para alojar museos, conciertos y atracciones culturales. En Latinoamérica tenemos ejemplos de arquitectura pública de primer nivel asociada a programas de educación y cultura que se emplazan en zonas marginales y deprimidas, como parte de políticas públicas que apuntan a disminuir las brechas sociales. Un caso ejemplar es el de la ciudad de Medellín que desde el año 2003 se ha convertido en un “referente de cómo una transformación urbana basada en la buena arquitectura es capaz de construir bienestar social y transformar la mentalidad de sus habitantes.” (Mazanti, 2010). En este caso, se realizó una serie de concursos públicos, para desarrollar buenas obras de arquitectura que acompañarían programas sociales, culturales y de proyectos urbanos integrales en las zonas más pobres y violentas de Medellín. Esta medida, al realizarse mediante concurso público, permitió además abrirle espacio a los arquitectos más jóvenes de Colombia.

De acuerdo a Alejandro Aravena (Adriá et al, 2012) “una ciudad de calidad requiere de clientes de calidad, para lo cual es fundamental promover la participación ciudadana con el fin de que el descontento de la ciudadanía pueda ser canalizado y convertido en propuesta.” Para esto es necesario que la sociedad se interese e involucre en la toma de decisiones respecto al desarrollo urbano, esta participación pasa por una identificación con la ciudad y la sensación de orgullo respecto al territorio que se habita, sólo así se podrá asegurar la construcción de una buena ciudad. Es parte de este aspecto, la generación de discusión pública, de carácter interdisciplinar y el trabajo de observatorios, así como la incorporación de las universidades en estos temas.

“Involucrar a las comunidades en una participación con poder de decisión requiere que el entorno arquitectónico se convierta en una asignatura educativa y forme parte importante en los planes de enseñanza”. (Rogers, 1997:17)

Si bien para que exista una participación ciudadana relevante en la toma de decisiones urbanas se requiere de conocimientos, los cuales no estarían siendo entregados en la etapa escolar, los mecanismos de control social imperantes en nuestra sociedad han propiciado la organización de agrupaciones ciudadanas que se enfrentan a las autoridades para realizar sus demandas (Kähler, 2001), a la vez que se estrechan las relaciones entre los líderes políticos y los líderes del sector privado. Desde esta premisa, el arquitecto Sebastián Gray (2012b) definiría la participación ciudadana como la institucionalización del orgullo cívico y la receta para la ciudad colectivamente defendida, que solamente se hace posible a partir liderazgos visionarios.

Se debe pensar la comunidad, no sólo como la unión abstracta entre las personas y sus recursos económicos, sino que además en función del lugar con el cual la sociedad se identifica. Esto es lo que permite a la sociedad pasar de individuos y consumidores, a ciudadanos.

En este momento la cultura arquitectónica cobra una particular importancia, ya que tanto la ciudadanía como los desarrolladores inmobiliarios se están formulando nuevas preguntas y exigiendo nuevas demandas. Es urgente una cooperación entre los diferentes interesados, y un conocimiento de sus preocupaciones e intereses para obtener los mejores resultados. El estándar de la cultura arquitectónica será definido por la calidad de cooperación entre el estado y las comunidades locales, entre el sector privado y la ciudadanía. Pero previamente es necesario colocar la necesidad por alcanzar este estándar, en el público, las autoridades, y los profesionales involucrados en los procesos de planificación y construcción.

CAPITULO IV
CONCLUSIONES

Esta tesis ha buscado demostrar que el desarrollo de políticas culturales que fomentan la arquitectura a partir de la mediación y el consumo cultural, permitirán un acercamiento de los ciudadanos a la disciplina y a su comprensión como expresión cultural. Hemos definido la noción de **consumo cultural** como una apropiación de bienes culturales cuyo principal valor es el simbólico, y para el cual se requieren de ciertos conocimientos especializados para su apropiación y uso. Esta investigación expuso, además, algunos métodos de **mediación**, entendidos como espacios a través de los cuales se percibe y comprende la interacción entre la producción del bien y su consumo. Con el fin de apuntar a un desarrollo de políticas públicas que fomenten la arquitectura como un valor cultural, capaz de repercutir positivamente en la sociedad y cuya apropiación simbólica, de parte de la ciudadanía, es esencial para el desarrollo de mejores ciudades.

A través del estudio de los casos extranjeros ha quedado de manifiesto que una **política cultural en arquitectura** sólo podrá ser exitosa si involucra a la sociedad civil, al mismo tiempo que escucha a los expertos, cuidando en definitiva, que las decisiones finales sean canalizadas y ejecutadas por las autoridades gubernamentales, y no sólo por el sector privado. De este modo, la cultura arquitectónica puede asegurarse a través de la preocupación pública y el constante diálogo entre expertos y ciudadanos, comunidades y empresas inmobiliarias. Algunos países europeos han podido reconocer tempranamente el valor de la discusión pública respecto de estos temas, y el concepto de la cultura arquitectónica es promovido como parte integral de la identidad de un país y sus comunidades. Muchos países han formulado una “política nacional de arquitectura”, con presupuestos e instituciones responsables, lo que favorece el interés público y la valoración de este tema. Al respecto, surge como parte de este estudio el concepto **Cultura Arquitectónica** como traducción de ***Building Culture***, término que se genera a principios de la década de los 90 en Europa, con el fin de crear conciencia respecto a la importancia del entorno urbano construido en la calidad de vida de todos los ciudadanos.

La arquitectura es inevitable, a diferencia de las expresiones culturales tradicionales, como las artes visuales, la música y el teatro, que sólo pueden ser adquiridas a través de la exposición consciente. En su condición “omnipresente”, podemos considerarla un bien perteneciente a toda la ciudadanía, lo que estaría propiciando su consumo cultural permanente y de fácil acceso. En efecto, hemos visto como la arquitectura es capaz de generar sentido de identidad, permanencia y compromiso con el entorno construido. En la ciudad de Santiago, existen hitos relevantes de este tipo, que han sido testigos de nuestro contexto histórico, político y social, como el Centro Cultural Gabriela Mistral, el Museo Bellas Artes o el Palacio de La Moneda, que además son valorados por los jóvenes chilenos de acuerdo a las encuestas desarrolladas durante esta investigación. Sin embargo, es cru-

cial reflexionar respecto a casos en los cuales el entorno urbano cotidiano es precario y no cuenta con espacios comunes apropiados para la sociabilización, los que por el contrario, propician la degradación del sector, o el surgimiento de polos de delincuencia e inseguridad, reflejando la falta de cultura arquitectónica en este contexto.

Para entender los tipos de participación de los diferentes niveles socioeconómicos en Santiago, se trabajó con encuestas a jóvenes de entre 15 y 29 años de diversas comunas dentro de la Región Metropolitana, para comprobar si el grado de interés y compromiso de la ciudadanía, respecto a su entorno construido, se manifiesta de igual modo en los diferentes grupos. El primer dato interesante que surgió es que no existen diferencias significativas entre las opiniones de los estratos socioeconómicos altos y bajos. Además se observó que los jóvenes otorgan mayor relevancia a la arquitectura, como disciplina que aporta al desarrollo del país, a diferencia de lo que se podría especular en relación a las otras áreas artísticas.

Del mismo modo, pudimos revisar que si bien estamos inmersos en la llamada sociedad del consumo, sistema que afecta nuestras ciudades cada vez más, con la incorporación de centros comerciales, el *mall* como hito importante en la vida cotidiana de los encuestados, es el **menos valorado**, en comparación con otros objetos urbanos y arquitectónicos, como las plazas, los museos y la propia casa de los jóvenes. Lo anterior nos permite poner énfasis en la cultura arquitectónica, desde la calidad de la unidad habitacional hasta los espacios de integración públicos y culturales. Por lo demás, se observan dos nociones: un amplio acuerdo en la importancia de la arquitectura como formadora de la identidad de nuestras ciudades; y el grado de incidencia que tiene la arquitectura de excelencia y los edificios patrimoniales en la calidad de vida de los ciudadanos y en el aporte a la riqueza cultural. No obstante, un bajo porcentaje de los encuestados participa en actividades culturales relacionadas con la arquitectura, como la visita a bienales (68% nunca ha asistido a una) o la participación en organizaciones ciudadanas que defiendan el interés patrimonial o arquitectónico de algunos barrios en Santiago (60% nunca ha participado). Frente a esta desigualdad entre el grado de interés de los encuestados, enfrentado a su grado de participación, **se abre una oportunidad en el campo de la gestión cultural enfocada a la arquitectura, al detectarse una deficiencia en los canales informativos y de mediación entre la ciudadanía y las actividades de participación cultural en arquitectura.**

Como vimos en el estudio de casos chilenos, existen diversas iniciativas privadas y públicas, que buscan dar valor a nuestra arquitectura patrimonial y difundir la arquitectura contemporánea. Sin embargo, para asegurar un éxito creciente en el interés por parte de la ciudadanía, es necesario que las actividades que actualmente se realizan de manera autónoma e independiente una de otra, lo-

grem trabajar de manera estratégica y apunten en colaboración hacia un mismo objetivo. Es necesaria una plataforma integrada de comunicación y representación que reúna a todos los actores involucrados y que pueda ser la articulación entre los intereses ciudadanos, profesionales, privados y estatales. Este nuevo actor dentro del sistema, debiese aparecer dentro de la figura de organización o fundación independiente, es decir, no gubernamental, que desarrolle un trabajo de mediación entre el público y los expertos (inversionistas, autoridades y arquitectos). Actualmente en Chile no está institucionalizada la figura de centros que refuercen este rol de mediación entre la arquitectura y la sociedad civil, y su inclusión pudiera ser un gran aporte como aglutinador de las diversas actividades que se desarrollan de manera independiente.

En dicho aspecto, el área de arquitectura del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, como entidad del Estado, otorga apoyo financiero y patrocinio a estas iniciativas actualmente en desarrollo permitiendo su funcionamiento, a partir de una política que manifiesta de manera explícita la necesidad de promover la participación ciudadana en iniciativas culturales. La Política Cultural Nacional pone un fuerte énfasis en el **desarrollo de las industrias creativas y la posibilidad de internacionalización de los bienes culturales chilenos, enfoque que podría hacer perder el horizonte respecto a un problema cultural que es más urgente, correspondiente a la inequidad de acceso a cultura en nuestro país**. Respecto a la mediación, parece no ser un tema que esté abordando el área de arquitectura del Consejo de la Cultura actualmente, salvo en el apoyo indirecto que pueda ofrecer a las iniciativas independientes mencionadas en el desarrollo de la investigación. El área más bien propone un trabajo basal, que parta con la inclusión de ciertas materias en el currículum escolar, siendo este cambio, materia a desarrollar en conjunto con el Ministerio de Educación y de largo aliento. Mientras tanto, parece no haber un interés por desarrollar, al menos por el momento, estrategias de acercamiento y participación de la ciudadanía en temáticas vinculadas a la arquitectura y el urbanismo desde el Consejo. Sin duda la política sectorial de arquitectura, que se encuentra actualmente en desarrollo, debiese instalar el concepto “cultura arquitectónica” en la agenda, con la finalidad de promover, y aumentar la producción de arquitectura nacional de alta calidad y apoyar el surgimiento de instituciones del tipo “centro de arquitectura”, que sean actor intermedio entre las demandas de la ciudadanía y el cumplimiento de los lineamientos propuestos por el CNCA.

Esta política podría respaldarse, haciendo referencia a las contribuciones de la industria creativa de la arquitectura a la vitalidad de la economía, pudiendo ser cuantificado en base al aporte directo en la productividad, valor agregado, ingresos y empleo. Indirectamente puede medirse también, por medio del turismo que se pueda desarrollar en las ciudades a raíz del interés que susciten sus atrac-

ciones culturales, y a la vez como la inversión de otros tipos de industria en la posibilidad de contar con un ambiente estimulante para sus trabajadores. De esta manera, se puede suscitar mayor interés de parte de los gobiernos y las comunidades locales, para producir bienes y servicios creativos relacionados con la arquitectura propia de sus contextos, generando un aumento en la eficiencia y la productividad, promoviendo un tipo de desarrollo de ciudades sustentables, que no sólo radican en el cuidado del medio ambiente sino que también busca un crecimiento económico, apuntando a la disminución de la inequidad social. Se observó en el estudio de casos extranjeros que, una política que pueda fomentar la cultura arquitectónica en un amplio sentido, debiera ser generada por diferentes actores implicados en la construcción de nuestro entorno urbano, tanto desde la Cultura, como desde otros ministerios tales como: Vivienda y Urbanismo; el Ministerio de Obras Públicas; el Colegio de Arquitectos; y el Ministerio de Educación, si queremos integrar este conocimiento en el aula y difundir nuestra arquitectura patrimonial y contemporánea desde la etapa escolar.

Ha sido materia de esta tesis, apuntar a la necesidad de estimular el interés público en la cultura arquitectónica para satisfacer las demandas por un entorno “bien construido”. Algunos arquitectos chilenos como Alejandro Aravena y Sebastian Gray, promueven la participación de la ciudadanía, entendida ésta, desde el orgullo y compromiso con el entorno urbano, como canalizadora de demandas que puedan ser traducidas en propuestas para una ciudad de mayor calidad. Si bien algunos procesos de desarrollo urbano se han llevado a cabo acompañados de metodologías de participación ciudadana, es necesario que se instale una cultura arquitectónica en la que todo ciudadano pueda ser parte de las decisiones relacionadas a su barrio o ciudad, en todo momento y no sólo a través de consultas programadas. Ante este escenario, surge la importancia de generar una mediación que entregue información a la ciudadanía, ampliando el interés y permitiendo el involucramiento en la toma de decisiones respecto al desarrollo urbano. Este involucramiento pasará por una mayor identificación con la ciudad y la sensación de orgullo respecto al territorio que se habita.

Si entendemos el entorno construido, como un insumo para el desarrollo de planes educativos y de información, actividades como rutas guiadas, recorridos patrimoniales o visitas a lugares de interés arquitectónico debieran ser potenciados por los agentes culturales, utilizando la ciudad misma como escenario de acercamiento al consumo cultural y apropiación de un bien como la arquitectura. Haciendo consciente el valor del entorno construido a la ciudadanía, a través de experiencias prácticas y participativas que permitan la adquisición de contenidos, se estima que se podrá desarrollar una mirada más crítica que permitirá realizar demandas de aumento en la calidad del diseño y la construcción de sus casas, espacios públicos, y otras infraestructuras urbanas.

Es importante señalar, que es necesario **reformular el concepto de buena arquitectura en Chile**, si actualmente nuestro país ha sido reconocido en la escena internacional de arquitectura contemporánea, debido a la participación en bienales y la publicación de obras en medios especializados extranjeros, en su mayoría corresponden a **construcciones de carácter privado** que se encuentran ubicadas lejos de los radios urbanos, generando muy poco impacto en la ciudadanía. Sin duda, la arquitectura de calidad **no debiera seguir siendo un bien elitista**, frente a esta situación es necesario rescatar otros valores propios de la buena arquitectura que van más allá de lo meramente estético, siendo capaces efectivamente de construir ciudad. Al respecto, hemos visto que es importante definir la cultura arquitectónica relacionada a aspectos como:

- La integración con el **espacio público**, siendo el diseño del edificio capaz de propiciar espacios intermedios, de carácter colectivo que aportan a la construcción del entorno
- El **uso** y la **función** del edificio, desarrollado en directa relación con las necesidades actuales, su mantención y proyecciones a futuro.
- La **sustentabilidad** medioambiental y social, dando lugar a otro tipo de rentabilidades además de la económica, entendiendo el impacto del entorno urbano bien diseñado y construido en la calidad de vida.
- Los **procedimientos** y regulaciones propios del encargo y la ejecución de la obra, permitiendo la inclusión de la ciudadanía informada en estos procesos.

Si bien hemos visto que el Estado cumple un rol fundamental, en la **promoción de la cultura arquitectónica**, y está llamado a plantearse como modelo a seguir en los **procesos proyectuales** que lleve a cabo, el estándar de la cultura arquitectónica será definido por la calidad de **cooperación** entre el **Estado y las comunidades locales**, entre el **sector privado y la ciudadanía**. Dentro de este sistema los **agentes culturales** deberán tomar como propia la labor de mediación entre los diferentes actores, será crucial **instalar la necesidad por alcanzar este estándar**, en el público, las autoridades, y los profesionales involucrados en los procesos de planificación y construcción.

Hoy existen ejemplos claros que nos permiten visualizar el acercamiento a una ciudadanía involucrada con su entorno construido, principalmente a través del fomento a la **conservación del patrimonio**, cuyas actividades culturales asociadas han mostrado ser una buena estrategia de mediación en arquitectura. Si bien es sólo uno de los aspectos de la cultura arquitectónica, sin duda es el que ha logrado mayor popularidad y valoración de parte del público. Por otra parte, la **crítica** especializada de arquitectura logra ser una mediación importante entre el público y el entorno construido, y

determina las extensiones que pueden generar los temas relacionados a la cultura arquitectónica en la cobertura de prensa escrita, radio, televisión y redes sociales. Diarios con una importante circulación, como El Mercurio y La Tercera, tienen suplementos o espacios dedicados a temas relacionados con arquitectura y ciudad. La dificultad en generar un acercamiento más consciente y un interés a tratar estos temas a través de estos medios, está en el hecho de que muy pocos de los protagonistas en la construcción de nuestras ciudades, está interesado en el debate crítico a nivel público. Ni los empresarios inmobiliarios, ni las autoridades, ni los arquitectos o ingenieros les gusta ser objetivo de críticas. Sin embargo, la crítica calificada significaría un proceso recíproco, es decir, un elemento respetado en el sistema cultural, capaz de impulsar nuevas demandas.

Finalmente, podemos señalar que hemos demostrado la hipótesis que afirma que **el desarrollo de políticas culturales que fomentan la arquitectura como industria creativa desde la mediación y el consumo cultural, desde un enfoque sociológico, permitirá un acercamiento de los ciudadanos a la disciplina de la arquitectura y a su comprensión como expresión de cultura.** Es necesario señalar, que si bien esta tesis hace un aporte generando conocimiento que permite enfrentar el diseño de políticas culturales en materia de arquitectura, es necesario continuar con la investigación a modo de definir propuestas y metodologías prácticas de mediación en arquitectura que puedan efectivamente aplicarse en el contexto cultural chileno. Se entiende esta mediación como un espacio complejo en el que participan muchos actores, entre ellos, gestores culturales, académicos, arquitectos y políticos, haciendo necesarias metodologías diferenciadas de acuerdo a las distintas especialidades, pudiendo desarrollarse iniciativas que van desde centros de arquitectura, hasta la incorporación de la cultura arquitectónica como asignatura en el curriculum escolar. Para estos efectos, esta investigación se instala como un aporte al estado del arte de la arquitectura enfocada desde el ámbito cultural, a través del estudio de actividades incipientes desarrolladas en nuestro país, la presentación de casos extranjeros que hacen de referentes, y el análisis de la Política Cultural 2011-2016, que lo contextualiza respecto a la institucionalidad cultural chilena.

BIBLIOGRAFÍA

- Adrià M.**, [ed] (2011), *Blanca Montaña: Arquitectura reciente en Chile*, Santiago de Chile, Ed. Puro Chile.
- Adrià, M.**, Aravena, A., Klotz, M., Gray, S., (2012) “Arquitectura chilena de exportación y su presencia en nuestras ciudades” panel de discusión *Exposición Blanca Montaña*, Centro Cultural GAM, 8 de agosto de 2012.
- Allard, P.**, Fernandez Eyzaguirre, C., Marín, F., Molina, C. y Tohá, C., (2012) “Arquitectura pública y su rol en la promoción de nuestra cultura” panel de discusión *Exposición Blanca Montaña*, Centro Cultural GAM, 14 de agosto de 2012.
- Allard, P.**, (2012) “Arquitectura, concurso de todos” en *La Tercera*. 27 de agosto de 2012, Columna de opinión.
- Antoine, C.**, (2011), “Las industrias creativas en Chile. Posibilidades y propuestas en la coyuntura de las nuevas políticas culturales del país 2011 – 2016” [en línea] disponible en <http://quadernsanimacio.net>; n° 14, julio de 2011.
- Barreau, C.**, y Torres, J.L., (2010) “Educación cívica en arquitectura y urbanismo: ciudadanos conscientes y participativos en la conformación de nuestro medio ambiente construido” [en línea] disponible en <http://www.revistaurbanismo.uchile.cl/index.php/RU/article/viewFile/301/233> [Consulta: octubre 2012]
- Besançon, I.**, López, E., (2012) “Participación ciudadana y el rol del arquitecto”, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile, 18 de julio de 2012
- BOP Consulting**, (2010) *Guía práctica para mapear las industrias creativas*, Reino Unido, Serie Economía Creativa y Cultural - British Council
- Bourdieu, P.**, (1988) *La Distinción*. Madrid, Taurus.
- Botelho, I.**, (2009), “Propuesta de una canasta básica cultural” en Güell, P., Morales. R. y Peters T., (2010) *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina. Elementos metodológicos para el derecho a la participación cultural*. Santiago de Chile, Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- CIESCOOP**, (2012) "Mapeo de las Industrias Creativas" [en línea] disponible en http://www.fae.usach.cl/ciescoop/index.php?option=com_content&view=article&id=104&Itemid=73 [Consulta: julio 2012]
- Chile Bienales**, (2012) “Chile fue premiado en la Bienal de Arquitectura de Shenzhen” [en línea] disponible en <http://www.cultura.gob.cl/institucionales/chile-fue-premiado-en-la-bienal-de-arquitectura-de-shenzhen/> [Consulta: julio 2012]
- CNNGO**, (2012) “10 most beloved cities” [en línea] disponible en <http://www.cnngo.com/explorations/life/10-most-loved-cities-068149?page=0%252C1,1> [Consulta: julio 2012]

- CNCA**, (2011a) *Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. Valparaíso, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
- CNCA**, (2011b) *Política Cultural Nacional 2011-2016*. Santiago de Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
- CNCA**, (2012a) *Política Cultural Regional 2011-2016, METROPOLITANA*. Santiago de Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
- CNCA**, (2012b) “Área de Arquitectura” [en línea] disponible en <http://www.cultura.gob.cl/artes/arquitectura/> [Consulta: julio 2012]
- Cruz-Coke, L.**, (2011) “Ministro Cruz-Coke anunció la apertura del área de Arquitectura” [en línea] disponible en <http://www.cultura.gob.cl/ministro/ministro-cruz-coke-anuncio-la-apertura-del-area-de-arquitectura/> [Consulta: julio 2012]
- Cuadrado, M.** y Berenguer, G., (2002) *El Consumo de servicios culturales*. Madrid, ESIC Editorial.
- De Certeau, M.**, (1996) *La invención de lo cotidiano I. Artes del hacer*. México D.F, Universidad Iberoamericana.
- Douglas, M.** y Isherwood, B., (1990) *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México D.F, Grijalbo.
- Espinoza, D.**, (2011a) "El nuevo reto de los creadores del sitio de arquitectura más popular de la web" en *La Tercera*. 12 de junio de 2011, Sección Cultura y Entretenimiento
- Espinoza, D.**, (2011b) "Muestra con videos y fotos de la mejor arquitectura local de exportación llega al GAM " en *La Tercera*. 7 de julio de 2012, Sección Cultura y Entretenimiento
- García Canclini, N.**, (2006) “El consumo cultural: una propuesta teórica” en Sunkel, G. (coord.), *El Consumo Cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Segunda Edición (ampliada y revisada), Bogotá, Convenio Andrés Bello.
- Gobierno de Colombia**, (2012) “Bogotá recibe designación de UNESCO como Ciudad Creativa de la Música” [en línea] disponible en <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/node/4965>[Consulta: octubre 2012]
- González, L.**, (2010) *Ciudad y Arquitectura urbana en Colombia 1980 – 2010*. Medellín, Editorial Universidad de Antioquía
- Gray, S.**, (2012a) “¿Sustentable o moda?” en *El Mercurio*. 11 de agosto de 2012, Suplemento Vivienda y Decoración.
- Gray, S.**, (2012b) “Participación ciudadana” en *El Mercurio*. 20 de octubre de 2012, Suplemento Vivienda y Decoración.

- Gray, S.** y Bresciani P, L. (2012) “Manifiesto: Ciudades para Ciudadanos, XVIII Bienal Nacional de Arquitectura y Territorio 2012, Colegio de Arquitectos, Santiago de Chile 2012” [en línea] disponible en <http://www.bienaldearquitectura.cl/xviii/?p=18> [Consulta: julio 2012]
- Güell, P.**, Morales. R. y Peters T., (2010) *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina. Elementos metodológicos para el derecho a la participación cultural*. Santiago de Chile, Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Ibacache, J.**, (2012) “Formación de audiencias” Entrevista en *Observatorio Cultural*[en línea] disponible en observatoriocultural.gob.cl/videos/ [Consulta: agosto 2012]
- Jansen, C.**, (2011) “Desarrollos de una Política de Arquitectura” conferencia dictada durante *Seminario Internacional Soportes Públicos Prácticas Privadas*, Facultad de Arquitectura, Arte y Diseño de la Universidad Diego Portales, 25 de octubre de 2011.
- Kähler, G.**, [ed] (2001) *Status Report on Building Culture in Germany, Initial Situation and Recommendations*. Berlin, German Ministry for Transport, Building and Housing (BMVBW)
- Krebs, M.** y Schmidt-Hebbel, K. (1999), "Patrimonio cultural: aspectos económicos y políticas de protección" en *Revista Perspectivas en política, economía y gestión*. Volúmen 2, Número 2, mayo 1999, pp. 207-245
- Martín-Barbero, J.**, (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Mazzanti, G.**, (2010) “Sergio Fajardo y Giancarlo Mazzanti” Entrevista en *Bombsite: Theartist'svoicesince 1981*[en línea] disponible en <http://bombsite.com/issues/110/articles/3381> [Consulta: agosto 2012]
- Mejías, J.C.**, (2012) “Políticas Públicas en Cultura, el caso colombiano” exposición para el Magister en Gestión Cultural Universidad de Chile, Biblioteca Nacional de Santiago, 13 de abril de 2012.
- Molina, C.**, (2011), “Hacia una política cultural en arquitectura en Chile” en *Revista Trace*. Número 3, sin editar.
- Newbigin, J.**, (2010) *La economía creativa, una guía introductoria*, Reino Unido, Serie Economía Creativa y Cultural - British Council
- NYTIMES**, (2011) “WHERE TO GO” [en línea] disponible en http://www.nytimes.com/2011/01/09/travel/09where-to-go.html?_r=1&pagewanted=all[Consulta: julio 2012]
- Ordoñez, L.**, Mujica, F. y García, M., (2012) “Fomento a las Industrias Creativas” panel de discusión *II Seminario Internacional Desafíos de las Políticas Culturales*, Centro Cultural GAM, 4 de julio de 2012.
- RAIC**, (2005) *A Consultation Paper on a Model Architecture Policy. Quality Architecture and Urban Design: A Blueprint for Canada*. The Royal Architectural Institute of Canada
- Rogers, R.**, (1997) *Ciudades para un pequeño planeta*”. Barcelona, Gustavo Gili.

Sánchez, F., (2011) “El desafío para Santiago parte por un cambio de switch” Entrevista en *Plataforma Arquitectura* [en línea] disponible en <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2011/05/03> [Consulta: mayo 2012]

Silva, D., (2012) “Creadores y creaciones para conocer. Nueva York, Santiago y Roma: la ruta clave de los arquitectos emergentes” en *El Mercurio*. 22 de julio de 2012, Sección Cultura.

Sunkel, G., (2002) “Una mirada otra. La cultura desde el consumo” en Mato, D. (ed.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Caracas, Clasco.

Sunkel, G., (coord.), (2006) *El Consumo Cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Segunda Edición (ampliada y revisada), Bogotá, Convenio Andrés Bello.

UDP, (2010) “Premios a Federico Sánchez” [en línea] disponible en http://www.udp.cl/facultades_carreras/arquitectura-artes-diseno/detalle_noticia.asp?noticiaId=1981 [Consulta: junio 2012]

UNCTAD, (2010) *Creative Economy Report 2010*, Nueva York, United Nations.

UNESCO, (1972) *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural* en Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 17a reunión, París del 17 de octubre al 21 de noviembre de 1972, disponible en <http://www.cinu.org.mx/eventos/cultura2002/doctos/conv.htm> [Consulta: mayo 2012]

UNESCO, (2006) *Comprender las Industrias Creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. Global Alliance for Cultural Diversity.

UNESCO, (2009) *Framework for Cultural Statistics*. Montreal, Quebec, UNESCO Institute for Statistics.

UNESCO, (2012) “Ciudades nombradas en la Red de Ciudades Creativas” [en línea] disponible en <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/creative-cities-network> [Consulta: octubre 2012]

Valenzuela-Levy, N., (2006) “Y si a los niños se les enseñara a hacer ciudad?” [en línea] disponible en <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2006/09/05/y-si-a-los-ninos-se-les-ensenara-a-hacer-ciudad/> [Consulta: octubre 2012]

Ville de Montréal, (2012) “Design Commerce Montreal” [en línea] disponible en http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_dad=portal&_pageid=5497,26455672&_schema=PORTAL [Consulta: octubre 2012]

>>Sitios web consultados

AFFS, <http://arqfilmfest.cl>

ARKKI, <http://www.arkki.nu/>

CHILE BIENALES, <http://www.cultura.gob.cl/chilebienales/index.html>

CIUDADVIVA, <http://www.ciudadviva.cl>

CMN, <http://www.monumentos.cl>

CNCA, <http://www.consejodelacultura.cl>

CONSTRUCTO, www.constructo.cl

GAM, www.gam.cl

PROCHILE, <http://www.marcassectoriales.prochile.cl/marcas/arquitectura-de-chile-en-china>

PROCHILE, http://rc.prochile.gob.cl/programa_marcas_sectoriales_2012_portada

VILLE MONTREAL, <http://ville.montreal.qc.ca>

ANEXO 1
RESUMEN DE DEFINICIONES
CONSUMO CULTURAL

RESUMEN DE DEFINICIONES DE CONSUMO CULTURAL CAPÍTULO 2

VISIONES DE CONSUMO	DEFINICIONES
Económica	Compromete el intercambio de dinero por un bien. Busca la satisfacción de una necesidad particular. Es parte de una cadena productiva en la que le anteceden las fases de producción y distribución. Existe un agotamiento del bien o eliminación del producto consumido.
Nestor García Canclini (2007)	Conjunto de procesos socioculturales en los que se realiza una apropiación y uso de los productos. Estos bienes poseen un valor simbólico que prevalece sobre los valores de uso y de cambio .
Mary Douglas y Baron Isherwood (1990)	Intercambio cultural y simbólico en cuyo acto se busca emitir significados socialmente relevantes . Espacio de comunicación, en el que se construye significado a partir del uso y apropiación de los bienes.
Michel de Certeau (1996)	Construcción cultural que el consumidor fabrica a partir de sus prácticas de consumo. Consumidor fabrica algo con lo que absorbe, recibe y paga.
Martín Barbero (1987)	Consumo da origen a la producción de sentidos y a espacios para la constitución de identidades .
Pierre Bourdieu (1988)	Consumo es el lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre grupos. Las prácticas, productos y juicios que se generan en los grupos sociales están determinados por las condiciones de existencia de los individuos que componen los grupos.
Guillermo Sunkel (2002)	Escenario de integración y comunicación , en el que los comportamientos propios del consumo, favorecen la sociabilidad.

Definición escogida: “El consumo cultural se refiere a los distintos tipos de **apropiación** de aquellos bienes cuyo principal **valor percibido es el simbólico**, que son producidos y consumidos en **circuitos relativamente diferenciados** y que requieren de ciertos **conocimientos especializados** para su apropiación y uso”. (Güell, Moreno y Peters, 2010:18)

ANEXO 2
ENCUESTAS DE
CONSUMO CULTURAL
EN ARQUITECTURA

OPINIÓN RESPECTO A CULTURA Y ARQUITECTURA

Encuesta dirigida a jóvenes de entre 15 y 29 años.

1.- Gracias por participar en esta encuesta

Esta encuesta es parte de un proyecto de tesis para optar al grado de Magíster en Gestión Cultural, perteneciente al Programa de Postgrado de la Facultad de Artes de la Universidad de Chile. La encuesta consta de 14 preguntas y no tomará más de 10 minutos responderla. Te agradeceré responder en la forma que mejor represente tu opinión.

¡Muchas gracias!
Paola Mora Díaz
Universidad de Chile

*1. Comuna en la que vive actualmente

*2. Sexo

Femenino Masculino

*3. Edad (años)

15-19 20-24 25-29

4. ¿Posee usted algún vínculo familiar con algún arquitecto o estudiante de arquitectura?

Sí No

5. De acuerdo a su opinión, ordene calificando de 1 (más relevante) a 6 (menos relevante) las siguientes disciplinas según su importancia para el desarrollo cultural del país. Cada categoría debe ser calificada con un número distinto. Los números no se pueden repetir.

	1 (más relevante)	2	3	4	5	6 (menos relevante)
a) Artes escénicas (danza, teatro y circo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Artes visuales (cine, fotografía y video)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Artes plásticas (pintura, escultura, artesanía)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Artes musicales (música popular, música clásica, folclor)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Arquitectura y Diseño (edificios, parques, objetos de diseño)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Literatura (novelas, poesía, ensayos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. De acuerdo a su opinión, ordene calificando de 1 (más relevante) a 6 (menos relevante) los siguientes hitos arquitectónicos o urbanos según la importancia que tienen en su vida cotidiana. Cada categoría debe ser calificada con un número distinto. Los números no se pueden repetir.

	1 (más relevante)	2	3	4	5	6 (menos relevante)
a) Una iglesia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Un mall o centro comercial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Plazas y parques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Un monumento o edificio patrimonial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Su propia casa o departamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Un museo o centro cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Según su punto de vista, señale el grado de acuerdo o desacuerdo respecto a las siguientes afirmaciones:

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	No sabe
1. La arquitectura es importante en la construcción de identidad de una ciudad o país.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Al momento de elegir una ciudad para visitar con fines turísticos su arquitectura es un elemento a considerar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. La conservación de barrios típicos en las ciudades no me parece relevante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Habitar, estudiar y trabajar en edificios de calidad arquitectónica tiene un impacto positivo en la calidad de vida de todos los ciudadanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Santiago de Chile posee atractivos arquitectónicos para los turistas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Los edificios de valor patrimonial enriquecen la cultura de las ciudades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. De las siguientes actividades relacionadas con la arquitectura, ¿en cuáles ha participado en Santiago?

	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	No sabe
1. Bial de Arquitectura de Santiago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Visitas guiadas a lugares de interés histórico y arquitectónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Asistencia a conferencia o encuentros relacionados a temas urbanos y arquitectónicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Visita de algún sitio web dedicado a arquitectura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Revisión de libros o revistas especializados en arquitectura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Compra de un libro o revista especializado en arquitectura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Revisión de los suplementos dedicados a vivienda y decoración que vienen en los diarios los fines de semana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Participación en organizaciones ciudadanas que buscan defender el interés patrimonial y arquitectónico de algunos barrios en Santiago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Si usted marcó "nunca" en una o más actividades de la pregunta anterior, mencione ¿Cuál es el motivo por el cual no participa de dichas actividades?

- Falta de Tiempo
- No le interesa o no le gusta
- No sabe dónde ni cuándo se realizan
- No las conoce
- Otro (Por favor especifique)

10. Si un edificio no es de su agrado, ¿Se siente capacitado para dar una opinión fundamentada?

- Sí
- No
- No está seguro

11. ¿Recomendaría a algún amigo, familiar o conocido visitar un edificio en Santiago por su interés arquitectónico?

- No
- No sabe
- Sí, cual?

12. ¿Recomendaría a algún amigo(a) visitar un edificio en otra ciudad de Chile por su interés arquitectónico?

- No
- No sabe
- Sí, cuál?

13. ¿Se siente contento con el entorno urbano (barrio) en el que vive?

- Sí
- No
- No sabe

14. ¿Estaría interesado en participar de talleres gratuitos destinados a comprender la arquitectura?

- Sí
- No
- No está seguro

Muchas gracias por haber participado.

RESULTADOS ENCUESTAS

Caracterización de la población participante en la encuesta.

Las primeras 3 preguntas tienen por objeto caracterizar demográficamente los 80 individuos encuestados. En la Tabla 1 se muestra la distribución de la población en estudio según nivel socioeconómico, género y edad.

		Edad			TOTAL
		15-19	20-24	25-30	
Sexo	F	11	16	14	41
	M	18	8	13	39
Nivel SE	Alto	12	8	15	35
	Bajo	17	16	12	45
TOTAL		29	24	27	80

TABLA 1.- Distribución de la población según género, nivel socioeconómico y edad

Los datos de edad y género también se muestran gráficamente en la Figura 1. En el primer caso se observa una distribución por tercios y en el segundo, una distribución por mitades, lo cual muestra la cautela en la elección de los participantes a fin de evitar sesgo en el resto de las preguntas.

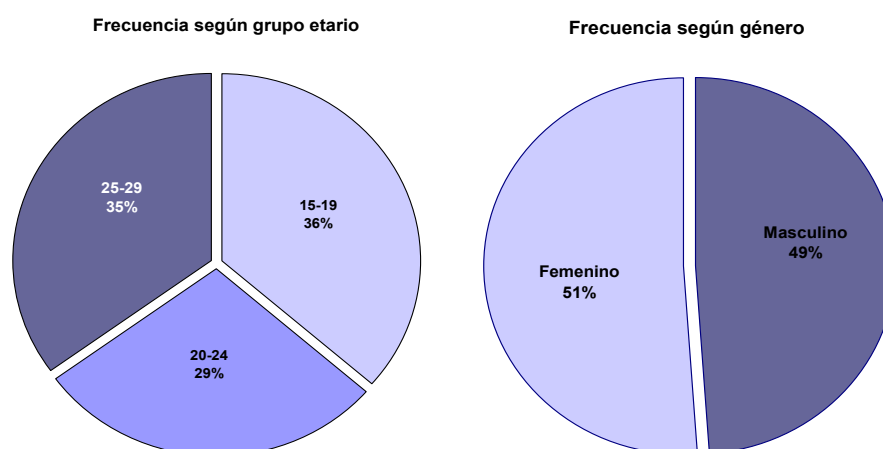


Fig. 1.- Los 80 individuos que respondieron la encuesta, distribuidos según género y edad (Preguntas 2 y 3).

En la Figura 2 se muestra la distribución de los encuestados de acuerdo a la comuna de residencia que marcaron en la pregunta 1. Las comunas se agruparon de acuerdo al cruce entre nivel de ingreso por hogar y el gasto municipal, obtenidos a través de la Encuesta Adimark y el Sistema Nacional de Información Municipal, respectivamente, para poder hacer una clasificación por estratos socioeconómicos. Se observa que un 45% vive en comunas correspondientes al nivel socioeconómico alto y un 55% vive en comunas correspondientes al nivel socioeconómico bajo. En el 5% de otras se agruparon 4 comunas: El Bosque, Independencia, Lo Prado y Quinta Normal, cada una de las cuales tenía un solo encuestado.

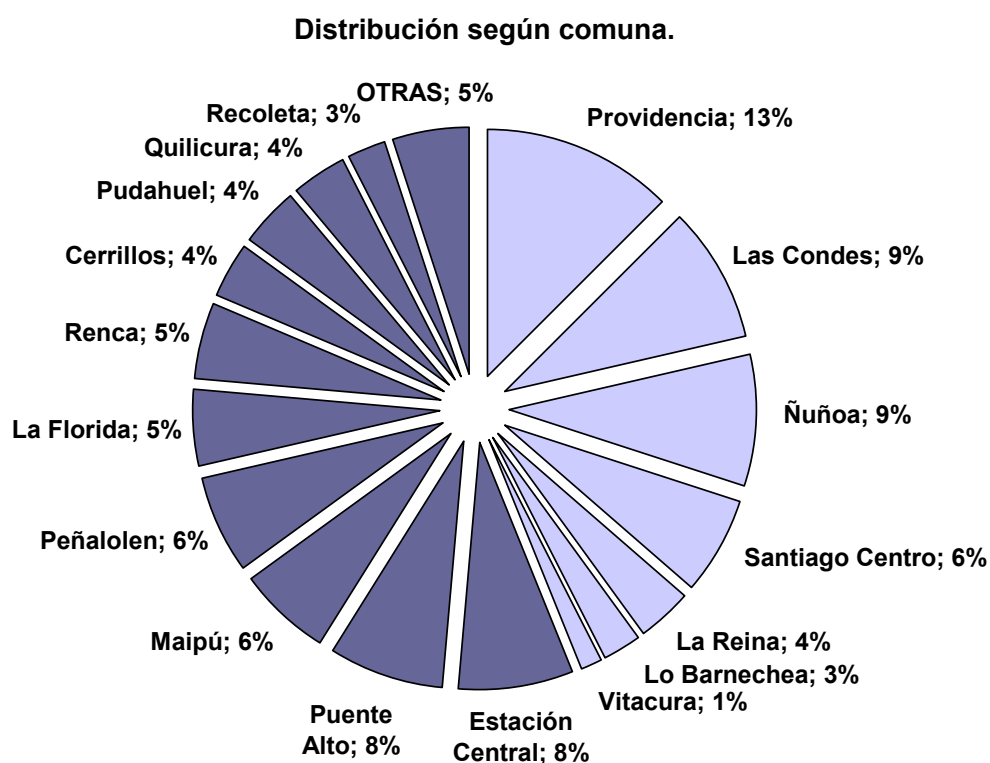


Fig. 2.- Los 80 individuos que respondieron la encuesta, distribuidos según comuna en la que viven (Pregunta 1).

Al correlacionar el género, la edad y el nivel socioeconómico, no se observó ninguna relación significativa.

Un dato que se consideró importante para evitar el sesgo en las respuestas se incorporó en la pregunta 4, con la cual se pretende averiguar si los encuestados tienen vínculos familiares con arquitectos o estudiantes de arquitectura. Se observa sólo un tercio de respuestas positivas:

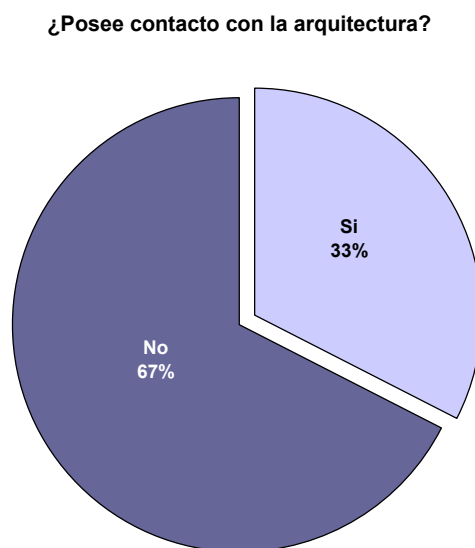


Fig. 3.- Los 80 individuos que respondieron la encuesta, distribuidos según vínculos familiares con arquitectos (Pregunta 4).

La pregunta 5 indaga la opinión de los encuestados acerca de la importancia de varias disciplinas artísticas en el desarrollo cultural del país. Arquitectura fue considerada significativamente la más relevante, mientras que las artes escénicas y las artes plásticas fueron consideradas significativamente las menos relevantes (Fig. 4).

Al relacionar estas respuestas con los parámetros demográficos, se encontró una correlación significativa para artes escénicas y nivel socioeconómico ($p < 0,05$), siendo el nivel socioeconómico bajo el que le otorga la menor relevancia. Para las artes plásticas, la correlación fue significativa para la edad ($p < 0,01$), siendo el grupo 25-29 años los que le otorgan menor relevancia.

Puntaje para cada disciplina (Prom \pm ES)

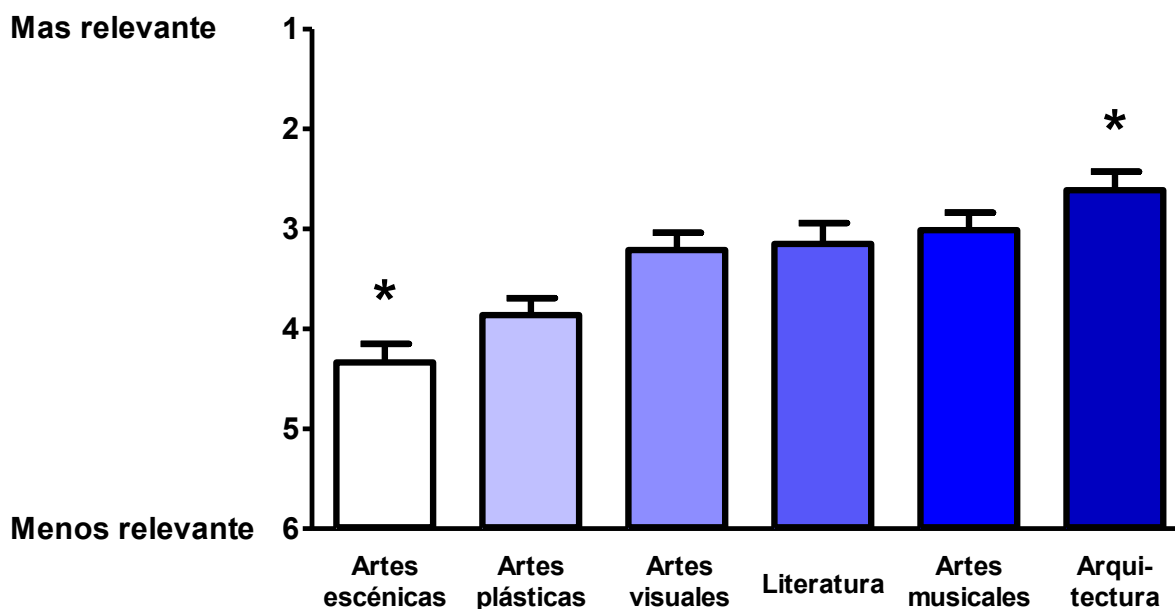


Fig. 4.- Calificación de 6 disciplinas según su importancia para el desarrollo cultural del país (Pregunta 5).

En la pregunta 6 se solicita ordenar algunos hitos arquitectónicos, incluida su casa o departamento, según la importancia que tienen en su vida cotidiana. El hito significativamente más relevante resulta ser su casa y el hito que tiene una valoración significativamente menor es el mall (Fig. 5).

Se observa una correlación significativa sólo para el mall con respecto a nivel socioeconómico y edad ($p < 0,01$ en ambos casos), siendo el nivel socioeconómico bajo y el grupo etario 25-29 años quienes le otorgan la menor relevancia en sus vidas.

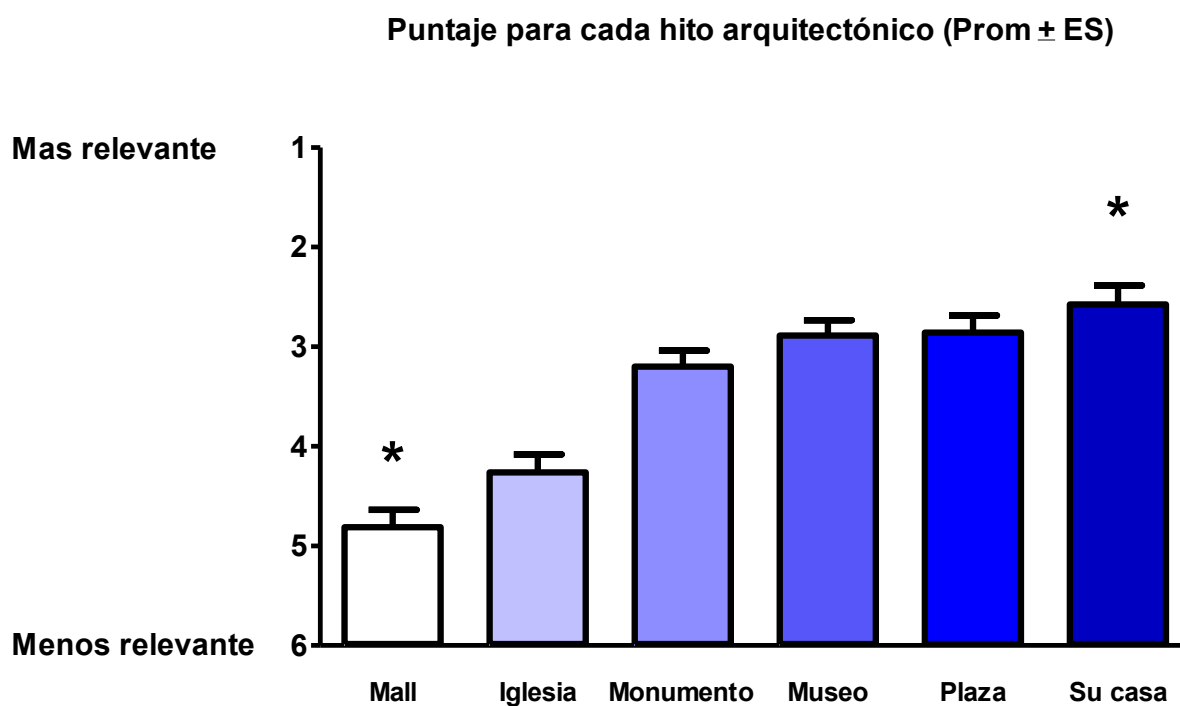


Fig. 5.- Calificación de 6 hitos arquitectónicos según la importancia en la vida cotidiana del encuestado (Pregunta 6).

En la pregunta 7 (Tabla 2) se observa un alto grado de acuerdo con las afirmaciones planteadas. Cinco de seis de ellas obtuvieron un acuerdo mayor al 75% si se suma “muy de acuerdo” con “de acuerdo”. Sin embargo, el único ítem que concentra el mayor porcentaje de “muy en desacuerdo” (67%) es una afirmación planteada en negativo “la conservación de barrios típicos en las ciudades no me parece relevante”. Ni la edad ni el género de los encuestados se correlaciona con ninguna de las afirmaciones señaladas en esta pregunta. El nivel socioeconómico se correlaciona significativamente con la afirmación “la arquitectura es importante en la construcción de identidad de una ciudad o país”, siendo los encuestados con el nivel socioeconómico alto los que presentan el mayor acuerdo con esta afirmación (89% dentro del grupo), aunque un 52% del grupo socioeconómico bajo también muestra acuerdo con esta afirmación.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	No sabe
¿La arquitectura es importante en la construcción de identidad de una ciudad o país?	71,3%	27,5%	0%	0%	1,2%
Al momento de elegir una ciudad para visitar con fines turísticos ¿su arquitectura es un elemento a considerar?	47,5%	47,5%	3,8%	1,2%	0%
La conservación de barrios típicos en las ciudades no me parece relevante.	8,8%	3,8%	18,7%	67,5%	1,2%
Habitar, estudiar y trabajar en edificios de calidad arquitectónica tiene un impacto positivo en la calidad de vida de todos los ciudadanos.	45,0%	43,8%	7,5%	1,2%	2,5%
Santiago de Chile posee atractivos arquitectónicos para los turistas	22,5%	53,8%	20,0%	1,2%	2,5%
Los edificios de valor patrimonial enriquecen la cultura de las ciudades	73,8%	21,2%	5,0%	0%	0%

TABLA 2.- Grado de acuerdo respecto a las siguientes afirmaciones

En la pregunta 8 (Tabla 3) se consulta acerca del nivel de participación de los encuestados en 8 actividades que permiten evaluar su condición de consumidores de cultura arquitectónica. Un alto porcentaje señala que no participa en ninguna actividad de este tipo. Alrededor de un 40% señala que a veces “realiza visitas guiadas a lugares de interés histórico y arquitectónico” y “revisa los suplementos dedicados a vivienda y decoración de los diarios del fin de semana”. No se aprecia correlación con la edad, género, ni nivel socioeconómico.

	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	No sabe
Bienal de arquitectura en Santiago	3,8%	5,0%	6,2%	10,0%	67,5%	7,5%
Visitas guiadas a lugares de interés histórico y arquitectónico	1,2%	6,3%	45,0%	26,3%	21,2%	0%
Asistencia a conferencias o encuentros relacionados con temas urbanos y arquitectónicos	2,5%	3,8%	12,4%	23,8%	55,0%	2,5%
Visita de algún sitio web dedicado a la arquitectura	5,0%	8,8%	31,3%	21,3%	33,8%	0%
Revisión de libros o revistas especializadas en arquitectura	2,5%	12,5%	23,7%	27,5%	33,8%	0%
Compra de un libro o revista especializadas en arquitectura	1,2%	3,8%	10,0%	28,8%	55,0%	1,2%
Revisión de los suplementos dedicados a vivienda y decoración que vienen en los diarios el fin de semana	10,0%	20,0%	40,0%	17,5%	12,5%	0%
Participación en organizaciones ciudadanas que buscan defender el interés patrimonial y arquitectónico de algunos barrios en Santiago	3,8%	6,3%	15,0%	15,0%	59,9%	0%

8.- De las siguientes actividades relacionadas con la arquitectura, ¿en cuales ha participado en Santiago?

En la Figura 6 se muestra un resumen de los mayores porcentajes obtenidos en las preguntas 7 y 8. Queda en evidencia una significativa diferencia ($p < 0,0001$) entre un alto grado de interés y un bajo grado de participación.

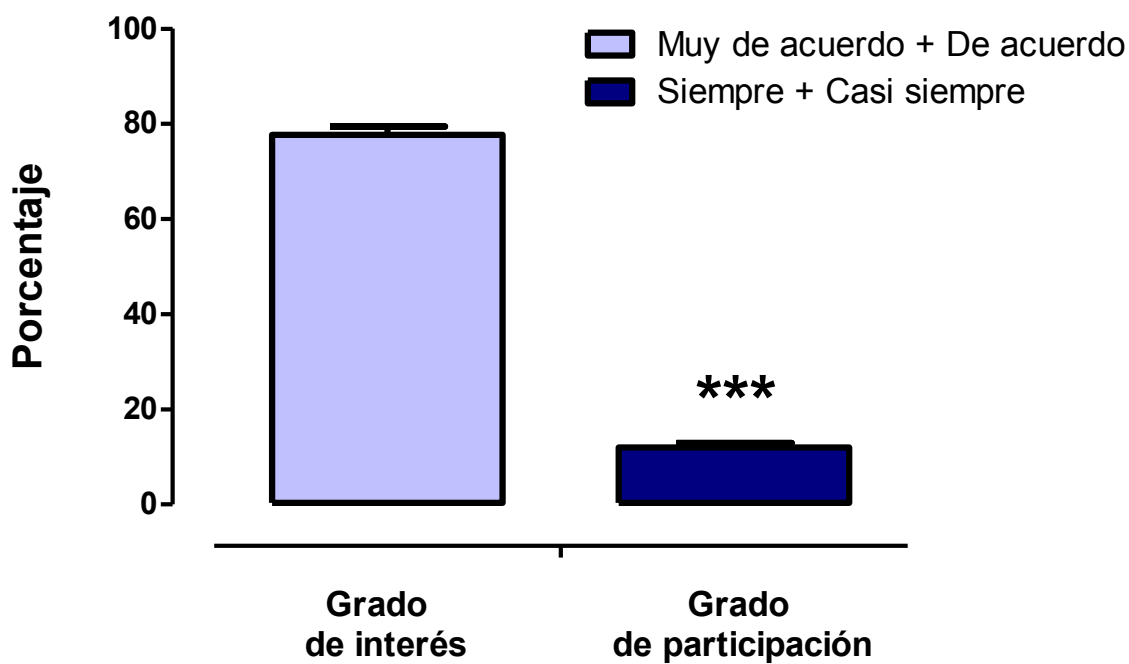


FIG 6. Cruce de mayores frecuencias de preguntas 7 y 8

En la pregunta 9 se pretende averiguar las razones de esta baja participación, ya que se solicitó ser respondida sólo por los que habían señalado “Nunca” en alguno de los ítems de la pregunta 8. La frecuencia de las respuestas se distribuye en forma bastante equilibrada, alrededor de un 20% para cada una de ellas, excepto para “no sabe donde ni cuando se realizan” que acapara un 37%. No hay correlación con la edad, género, ni nivel socioeconómico.

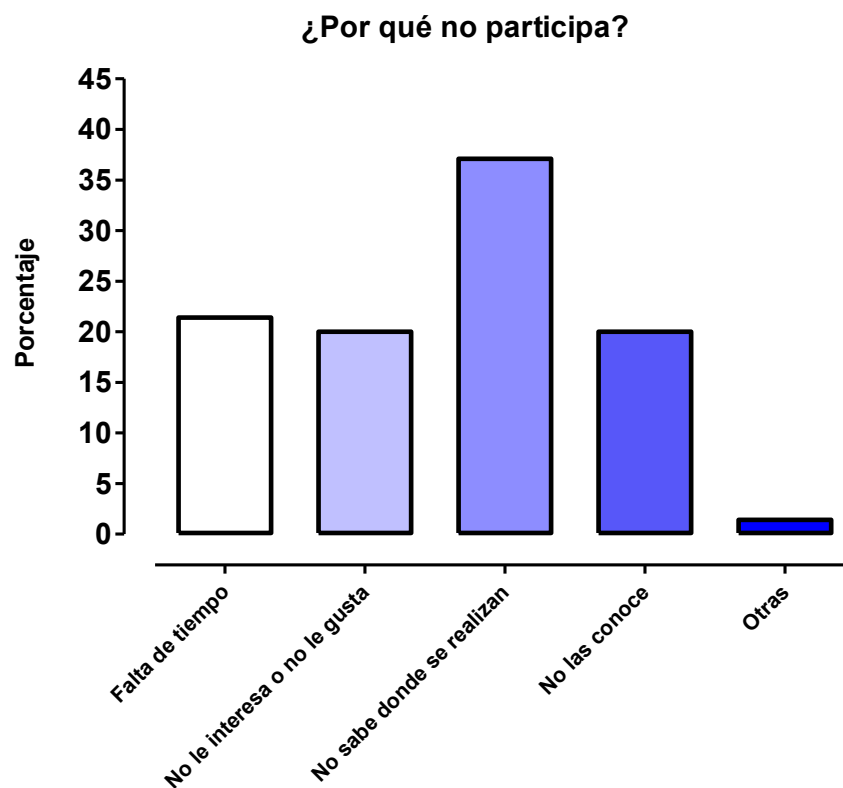


FIG 7. Razones por las cuales no participa en las actividades señaladas en la pregunta 8

En la pregunta 10 se solicita la percepción del encuestado acerca de su capacidad para fundamentar su opinión acerca de un edificio que no es de su agrado. Se observa que un 43% si cree tener los fundamentos necesarios. Considerando que esta percepción podría estar influenciada por su vínculo con algún arquitecto, esta pregunta se cruzó con la pregunta 4, (¿Posee vínculos con la arquitectura?), sin que se evidenciara una correlación significativa.

**Si un edificio no es de su agrado:
¿Se siente capacitado para dar una opinión fundamentada?**

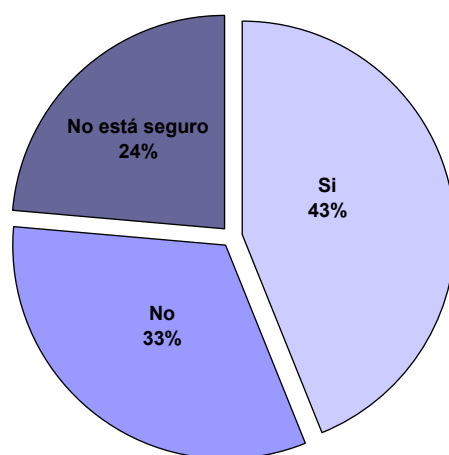
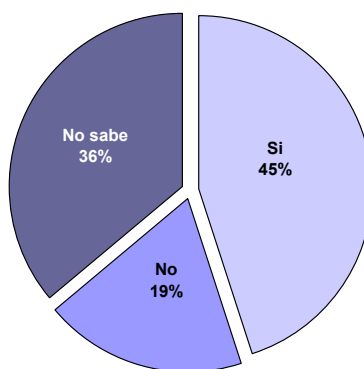


FIG 8. Capacidad para dar una respuesta fundamentada cuando no le agrada algún edificio (Pregunta 10)

En las preguntas 11 y 12 se indaga acerca de la apreciación del encuestado respecto a la arquitectura nacional, ya que se les solicita recomendar un edificio en Santiago y otro en el resto del país. En la Figura 9 se aprecia que sólo alrededor de la mitad de los encuestados (45%) señalan que recomendarían visitar un edificio en Santiago y el porcentaje baja a 34% cuando se trata de recomendar visitar un edificio en otras ciudades del país.

¿Recomendaría visitar un edificio en Santiago por su interés arquitectónico?



¿Recomendaría visitar un edificio en otra ciudad de Chile por su interés arquitectónico?

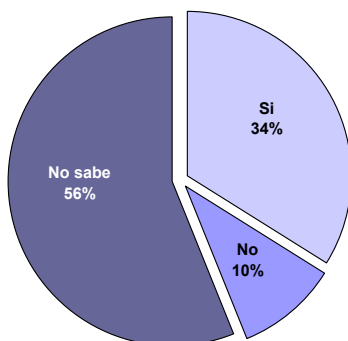


FIG 9. ¿Recomendaría visitar un edificio en A) Santiago B) resto del país?

(Preguntas 11 y 12)

Los edificios recomendados para visitar en Santiago fueron los siguientes:

Edificios recomendados	Número de menciones
Museo Bellas Artes	7
Catedral de Santiago	4
Teatro Municipal	3
Estación Mapocho, GAM, Casas de Kulczewski	2 cada una
Palacio Cousiño, Palacio La Moneda, Club de la Union, Barrio Concha y Toro, Barrio Paris Londres, Iglesia Benedictinos, Los Sacramentinos, Mercado Central, Artequin, MAC, Fundación Allende, La Chascona, Museo de la Memoria, Museo de la Moda, Edificio Telefónica, Centro Ruso.	1 cada una

A nivel nacional las recomendaciones fueron:

Edificios recomendados	Número de menciones
Iglesias Chiloé	10
Valparaíso	2
Casas Pablo Neruda	2
Casas antiguas del sur de Chile	2
Otras	10

En la pregunta 13, cuando se solicita a los encuestados manifestar su agrado por el entorno urbano en que viven, se observa un empate entre la percepción de estar contento y no estarlo (48%) (Figura 10). Al cruzar esta pregunta con el nivel socioeconómico, se observa que son los encuestados de comunas correspondientes al nivel socioeconómico alto los que más valoran su barrio. El 66% de los encuestados del nivel socioeconómico alto están contentos con su barrio, en tanto el 67% de los encuestados del nivel socioeconómico bajo no se sienten contentos.

¿Se siente contento con el entorno urbano (barrio) en el que vive?

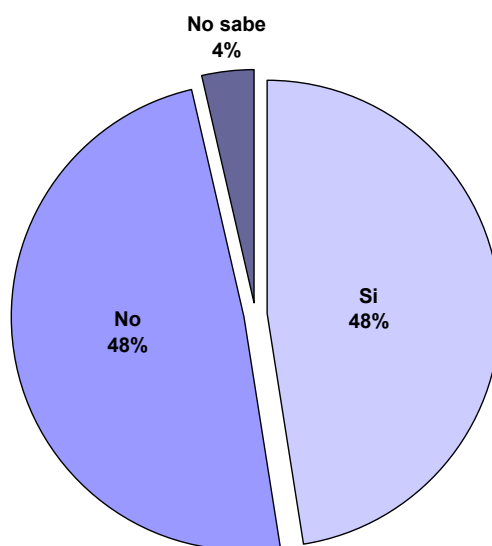


FIG 10. ¿Se siente contento con el barrio en el que vive?

(Pregunta 13)

Por último, al consultarle a los encuestados si estarían interesados en participar en talleres gratuitos destinados a comprender la arquitectura, se observa que un 59% si estarían dispuestos a participar.

¿Estaría interesado en participar de talleres gratuitos destinados a comprender la arquitectura?

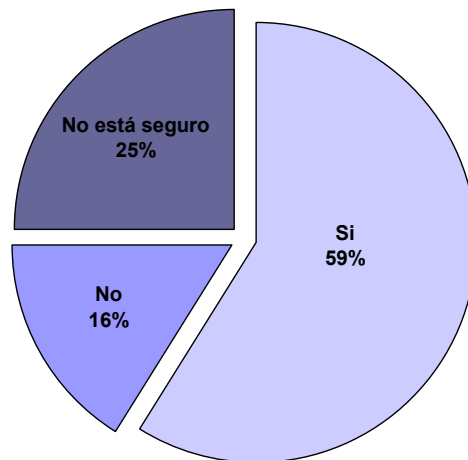


FIG 10. ¿Participaría en talleres gratuitos destinados a comprender la arquitectura? (Pregunta 14)

Para comprobar la consistencia interna, se cruzaron las respuestas en esta pregunta con las respuestas a la pregunta 9 en la cual se les preguntó la razón para no participar en actividades relacionadas con la arquitectura. Si bien, 62,5% de los que reconocieron no participar por “falta de tiempo” manifiestan estar dispuestos a participar en talleres gratuitos, un 53,3% de los que reconocieron que “no les interesaba” participar no muestran interés en participar en los talleres. Un 84,6% de los que “no saben donde ni cuando se realizan” si estarían dispuestos a participar en los talleres.

		Pregunta 14		
		Si	No	No está seguro
Pregunta 9	Falta de tiempo	62,5	12,5	25,0
	No le interesa	20,0	53,3	26,7
	No sabe donde	84,6	3,8	11,5
	No las conoce	42,9	14,3	42,9

ANEXO 3
SISTEMATIZACIÓN ENTREVISTAS
A INFORMANTES CLAVE

1) Sistematización Entrevista a Cristóbal Molina
Coordinador Área de Arquitectura CNCA
Santiago, viernes 25 de mayo de 2012, 10:00
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Tópico	Idea	Conceptos clave
Creación Área de Arquitectura	<p>"La creación del área de arquitectura ha sido una tremenda apuesta de esta administración, y comienza con reconocer a la arquitectura como una expresión artístico-cultural."</p> <p>"El ministro comentó que a él le interesaba mucho la arquitectura, estaba informado y reconocía su importancia dentro de la cultura, pero, que necesitaba a alguien que se dedicara a formar el área, a realizar diagnósticos, y que tuviera una visión especial de cómo se podía fomentar la arquitectura desde el CNCA."</p> <p>"Como el objetivo era crear el área de acuerdo al contexto chileno, yo hice un estudio de políticas culturales de otros países para ver cómo estaban abordando los temas."</p> <p>"Hice un trabajo diagnóstico, bien importante, donde sistematicé información que ya existía. Formé un comité asesor de un grupo de diez arquitectos (...) Con ese comité asesor yo he ido compartiendo ciertas ideas, teniendo un <i>feedback</i> de parte de ellos; también se gestionaron discusiones con Gabinete. Así hemos estructurado el área de arquitectura programa y plan de acción bastante simple."</p>	<p>Arquitectura como expresión artístico-cultural.</p> <p>Referentes internacionales</p> <p>Asesoría de un comité de diez arquitectos</p>
Organización del Área	<p>"Nosotros tenemos que tratar de intervenir, para construir políticas de arquitectura que contribuyan al desarrollo cultural y al bien común, pero siendo estratégicos, porque los recursos humanos son súper limitados."</p> <p>"Nosotros conocemos nuestras limitaciones y competencias, yo trabajo con una persona más, y eso somos el área de la arquitectura. No somos un departamento. El área recién se está generando. Tampoco podemos hacer miles de cosas. Tenemos las mejores intenciones de hacer un buen trabajo, pero estamos creando el área y siguiendo lineamientos estratégicos muy definidos."</p>	<p>Escasos recursos humanos</p>
Ejes programáticos	<p>"Promoción de la arquitectura de calidad o de excelencia. Promover que es un valor cultural, lo que tiene una repercusión positiva en la sociedad, pues mejora la calidad de vida de la gente. Esto va muy vinculado a tratar de corregir algunos aspectos de cómo opera el Estado en Chile, en torno a cómo se construye arquitectura pública."</p> <p>"El segundo eje programático, tiene que ver con difundir el rol o el valor de la arquitectura en la sociedad. Transmitir un tipo de conocimiento que ha estado históricamente encerrado en el mundo académico y que no ha logrado traspasarse a la ciudadanía."</p>	<p>Promoción arquitectura de calidad</p> <p>Arquitectura valor cultural</p> <p>Arquitectura pública</p> <p>Rol de la arquitectura en la sociedad</p> <p>Internacionalización</p>

	<p>"El otro eje es la internacionalización de la arquitectura chilena (...) Si bien ha habido reconocimientos individuales y los arquitectos chilenos han sido invitados a distintos lugares frecuentemente y hay buenas publicaciones. No se ha logrado que a Chile se le reconozca por su arquitectura contemporánea y no ha sido capitalizada en cuanto a productividad, ni entendida, cabalmente, en término de imagen país."</p> <p>"Básicamente estamos asumiendo tareas de representación de Chile en el exterior, en todas las bienales de arquitectura. Todas esas actividades pasan a ser lideradas por el Consejo de la Cultura, a través de su área de arquitectura."</p> <p>"A mí me interesa que se plantee una política pública transversal en arquitectura, pero acá en el Consejo se quiere hacer una política cultural de cada área, llamadas políticas sectoriales"</p> <p>" Cuando hablo de una política transversal me refiero a que sea elaborada en conjunto entre varios ministerios"</p>	
Referentes extranjeros	<p>"Cilly Jansen comentó en su charla, que la promoción de la arquitectura, desde cultura, en Holanda debe llevar 20 años. Países como Finlandia, Dinamarca, Noruega, Suecia, tienen una tradición bien fuerte en eso."</p> <p>"Hay otros países que tienen sistemas mixtos que es interesante de analizar, como es el caso de Reino Unido, Nueva Zelanda o Australia, que tienen una mezcla público-privada."</p> <p>"Esto se debe a que en Chile no ha habido una política de valorar la arquitectura y el patrimonio, como sí lo tienen los países que nosotros consideramos ejemplares en torno a esto."</p> <p>"Hay muy buenos ejemplos, tampoco hay que inventar, se podrían asimilar a la realidad chilena programas que han tenido éxito en otros países."</p>	<p>Holanda</p> <p>Sistemas mixtos público privado</p> <p>Políticas de valorar la arquitectura y el patrimonio</p>
Relación con otras instituciones	<p>"Obras Públicas está mandatado para ejecutar las obras. Es la contraparte técnica. Administran y hacen gestión de obras. Por eso nosotros queremos trabajar estrechamente con ello,s para promover la calidad de los edificios que construye el Estado."</p> <p>"El ministerio de Vivienda, en tanto, tiene como principal misión el plan habitacional, donde se han sumado temas urbanos. Ahora también la reconstrucción. Siempre con una lógica de cubrir necesidades de una manera más rápida, con una cobertura bien amplia."</p> <p>"El Consejo de Monumentos Nacionales está abocado a la protección del patrimonio declarado"</p>	<p>Ministerio de Obras Públicas</p> <p>Ministerio de Vivienda y Urbanismo</p> <p>ProChile</p> <p>DIRAC</p> <p>Fundación Imagen de Chile</p>

	<p>"Una ventaja adicional, es que hay un trabajo bastante bueno con otras instituciones, que tienen injerencia en el exterior como ProChile, que es el Programa de fomento a las exportaciones chilenas."</p> <p>"La Dirac, que es la Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores, quien antiguamente se encargaba de liderar estas iniciativas, ha funcionado como un socio y una contraparte desde el punto de vista diplomático muy importante."</p> <p>"La Fundación Imagen Chile ha sido un aliado natural. Esto ha sido muy bueno. Nosotros como Consejo vemos lo programático y estas instituciones contribuyen con su experticia para fortalecer estas ideas, y sin duda para aportar al presupuesto que es muy importante."</p> <p>"Es un cambio basal, porque entendemos que ir a hablar con cada institución y decirle que haga un mejor edificio va a ser una cosa larguísima y con muy pocos resultados, pero si hay un cambio en los reglamentos y en los procedimientos, se puede generar un proceso de concursos que fomente una mejor arquitectura."</p> <p>"La ley del Consejo de la Cultura dice que tiene que coordinar al Consejo de Monumentos y a la Dirección de Archivos y Museos, pero en realidad esas instituciones funcionan de una manera bastante autónoma."</p> <p>"Cuando hablo de transversal me refiero a que sea entre ministerios. Es decir, que la política pública sea elaborada por el Consejo de la Cultura, por el Consejo de Monumentos, el Ministerio de Vivienda, el Ministerio de Obras Públicas."</p> <p>"La gracia del modelo de las Comisiones Asesoras Presidenciales como el de la Política Nacional de Desarrollo Urbano, es que las convoca un determinado ministerio y los que sesionan son agentes externos."</p>	<p>Cambio basal en los reglamentos</p> <p>Proceso de concursos que fomente una mejor arquitectura</p> <p>Consejo de Monumentos</p> <p>Dirección de Archivos y Museos</p> <p>Política pública transversal</p> <p>Comisiones asesoras</p> <p>Política Nacional de Desarrollo Urbano</p>
Ciudadanía (consumidores)	<p>"Yo creo que la sociedad chilena no reconoce a la arquitectura como parte de la cultura, pero creo que hay un contexto muy favorable, debido a una mayor opinión pública, un mayor debate en los medios escritos sobre temas de patrimonio y ciudad."</p> <p>"Creo que no sólo los arquitectos, sino que también la gente en general, está tomando una postura respecto a temas de patrimonio y ciudad, es una sociedad cada vez más empoderada."</p> <p>"Esto no diría que es un tema "social", sino que transversal a toda la sociedad. Esto lo digo en el sentido de que muchas veces los más ignorantes son aquellos que toman las decisiones en proyectos inmobiliarios."</p>	<p>Arquitectura no reconocida como parte de la cultura</p> <p>Sociedad empoderada</p>

Educación	<p>"Nos dimos cuenta que en el currículum escolar del Mineduc, si bien se tocan ciertos temas de arquitectura y patrimonio en determinados cursos, los contenidos no están lo suficientemente elaborados, o las personas que los imparten no están bien capacitadas. Por eso la arquitectura pasa a ser algo desconocido."</p> <p>"Uno de nuestros programas en la Bienal de arquitectura de Chile (...) es un programa de educación donde vamos a financiar una capacitación de monitores que sean de universidades, y vamos a llevar a estudiantes de establecimientos educacionales de Santiago y alrededores, donde los monitores explicarán, en un afán de que este evento no se encierre siempre."</p> <p>"Me interesa más entender esto (las iniciativas de formación) de un modo estructural, como por ejemplo, explorar qué se puede incorporar en el currículum escolar."</p> <p>"Pero lo más importante consideramos es empezar a trabajar en propuestas, aportar con contenidos, quizás con pequeños cambios a los textos, con guías sobre cómo se enseña. (...) Y si logramos proponer mejoras para capacitar a los profesores en estos temas, y que ellos contribuya, a que las nuevas generaciones tengan mayor conocimiento y valoración del patrimonio, sería un éxito."</p> <p>"Es difícil porque es competencia del Ministerio de Educación. Si se debe proponer el fortalecimiento de ciertos temas en el currículum escolar, que está en continuo cambio. No es que vayamos a proponer un nuevo curso en el currículum, pero trabajamos para que se pueda fortalecer con estos temas el currículum existente"</p>	<p>Sistema educativo</p> <p>Programas educativos</p> <p>Bienal de Santiago</p> <p>Currículum escolar</p> <p>Textos de capacitación para profesores</p>
Consumo	<p>"Considero que el concepto de consumo cultural no es tan válido para una disciplina como la arquitectura."</p>	<p>No es considerado</p>
Mediación	<p>"Yo creo que el concepto de formación de audiencias está mal dirigido a la arquitectura. Tengo mis dudas."</p> <p>"En las áreas que han sido acogidas tradicionalmente por el CNCA, como artes escénicas o artes visuales, quizás se podrían entender mejor "esas bajadas". Creo que en el caso de la arquitectura es un poco raro cómo se adapta a ciertos conceptos."</p> <p>"En el caso de la formación de audiencias, uno la entiende mucho por el público, como en el ingreso a una obra de teatro y una exposición, pero en el caso de la arquitectura tiene otras condiciones y otras maneras de entenderse."</p> <p>"La arquitectura es el único arte que está permanente presente, que se vive y que se habita. Y ahí hay una discusión sobre cuál es la audiencia."</p> <p>"La mediación se entiende básicamente como de qué ma-</p>	<p>Mediación difícil de definir</p>

	<p>nera los creadores, en este caso los arquitectos transmiten un conocimiento a unas audiencias. Esa mediación ha funcionado en el formato de exposiciones, incluso de libros que ganan en mediación, programas de televisión, documentales"</p> <p>"Me interesa lo transversal y cómo se puede difundir el conocimiento de la arquitectura a un público más amplio. Yo hice un curso electivo de arquitectura contemporánea en la universidad y la mayoría de los estudiantes de otras carreras, se habían interesado por el curso gracias el programa City Tour."</p>	
Industria Creativa	<p>"Yo estoy convencido que la arquitectura, finalmente, es una industria, pero es demasiado joven dentro del Consejo. Por eso se va a tener que construir y consolidar en el tiempo"</p> <p>"Las economías creativas son súper importantes, y en eso entra la arquitectura bien. El Consejo de la Cultura va a tener una nueva versión del seminario "Economía y Cultura" (...) Este año el tema es "ciudades creativas". Hemos estado asesorando a Gabinete para ver quién podría asistir como invitado internacional a hablar del tema ciudad."</p> <p>"Hay un mapeo (de Ind. Creativa) que está todavía en proceso. Creo que es una buena iniciativa. Ha sido un estudio serio, pero considero que sí hay un riesgo, y ese riesgo es que al mapeo caiga en algunas imprecisiones (...) Están trabajando mucho con datos del Servicio de Impuestos Internos, porque están caracterizando los sectores desde el punto de vista productivo. (...) Me despierta ciertas dudas que se consideren solamente estos datos, ya que cualquiera podría boletear bajo el rubro "Servicios de Arquitectura o Técnico relacionado", o bien no todos los arquitectos emiten boletas bajo ese concepto."</p> <p>"Yo creo que los arquitectos chilenos de proyección y reconocimiento internacional están a pocos pasos de entrar, o ya están entrando, al primer nivel mundial, y de sistematizar su trabajo y exportar arquitectura a nivel global"</p>	<p>Economía creativa</p> <p>Ciudades creativas</p> <p>Mapeo de industria</p> <p>Exportar arquitectura</p>
Patrimonio	<p>"El Consejo de la Cultura tiene injerencia en el patrimonio. Es la institución que tiene que coordinar a las otras. Pero el rol del Consejo de Monumentos Nacionales es importante y se debe fortalecer."</p> <p>"Creo que la gracia del ministerio (de Cultura y Patrimonio) es que va a articular eso bien porque antes estaba un poco disperso en diferentes instituciones de gobierno."</p> <p>"A nosotros nos interesa pero desde la promoción. Nos interesa dar a conocer el valor, pero no vamos a tener injerencia directa en su conformación."</p>	<p>Ministerio de Cultura y Patrimonio</p> <p>Consejo de Monumentos</p> <p>Dibam</p> <p>Promoción de su valor</p> <p>Unidad de Infraestructura del CNCA</p>

	<p>"Hay un programa patrimonial, del Consejo de la Cultura, que se creó con el terremoto. Es parte del fondo de reconstrucción patrimonial y lo ve la unidad de infraestructura del Consejo."</p> <p>"Respecto del patrimonio estamos por promover su valoración, por difundirlo, pero el Consejo de Monumentos Nacionales tiene mucho más que decir en eso, es su rol principal."</p>	
Buena Arqui- tectura	<p>"Es difícil medir eso, porque uno sabe como arquitecto qué edificio es mejor que otro. Uno puede medirlo sobre la base de su conocimiento (...) creo que hay que buscar herramientas para medirlo. A los sociólogos les encanta que todo sea cuantificable y está bien, porque nosotros somos mucho más subjetivos a veces."</p> <p>"El GAM y el Museo de la Memoria son un éxito en todo sentido."</p> <p>"Yo propuse un estudio para este año, que no me lo aceptaron, era un borrador sobre el impacto positivo de la arquitectura en la calidad de vida de las personas."</p> <p>"Para mí no ha sido difícil discutir estos temas con el ministro, pero también me ha dicho: oye pero cómo podemos demostrar que un edificio, en un determinado concurso, tiene un valor agregado, en relación a otro que no."</p> <p>"Después que hayan sido bien pensados y su relación con el espacio público, yo creo que todos lo valoran. "</p>	<p>Herramientas de medición</p> <p>GAM</p> <p>Museo de la Memoria</p> <p>Parque Cultural de Valparaíso</p> <p>Impacto positivo de la arquitectura en la calidad de vida de las personas</p> <p>Valor agregado</p> <p>Relación con el espacio público</p>

2) Sistematización Entrevista a CillyJansen
Directora ArchitectuurLokaal, Amsterdam
Santiago, jueves 27 de octubre 2011, 9:30
Hotel D'Orly (Providencia)

Tópico	Idea	Conceptos clave
Patrimonio	"No se trata sólo de conservación de los edificios sino más bien de rehabilitarlos para darles nuevas funciones. Mientras caminaba por Santiago, vi muchos edificios de valor histórico y arquitectónico, y pensé 'se puede hacer mucho al respecto; hay mucho por hacer'. Y precisamente hoy las políticas en Holanda se están refiriendo al patrimonio cultural como un punto de partida para desarrollos emergentes."	Rehabilitación de edificios patrimoniales para emprendimiento cultural
Inicios de ArchitectuurLokaal	<p>"Así es como 1993 ArchitectuurLokaal entró a armar una red con todas estas iniciativas que no se conocían entre sí."</p> <p>"No había nada en internet, pero hice la coordinación durante 15 años; nos reunimos 6 veces al año. En el principio sólo había cuatro iniciativas, entonces yo dije '¿por qué no nos juntamos? ¿qué haces tú? ¿qué estás haciendo tú?', y luego, en ese momento, nuestro centro de arquitectura era sólo una máquina de fax, nada más. Y cuando tuvimos reuniones con los arquitectos o el público, enviamos faxes y algunas personas vinieron y hablamos y dijimos 'ahora vamos a hacer una excursión o una conferencia o un debate o lo que sea'. Entonces en estas reuniones surgían las preguntas, 'oh! ¿cómo hacen eso, ¿cómo se consigue el dinero? ¿cómo se hace esto? ¿cómo se hace aquello?' Y así empezamos, todo lo que hicimos fue una coordinación."</p> <p>"Entonces puedes hacer un sitio web, una agenda, por ejemplo, hacer un website con las cosas oficiales del Ministerio, las cosas informales para un centro de arquitectura... y luego hacer Archiprix o 'tenemos un Archiprix' puedes poner los ganadores de Archiprix en ella ... quiero decir ... que tienes, en un sentido técnico, muchas facilidades con internet. Puede llegar a la gente, y tal vez a un político; tú sabes que yo estoy trabajando en esto durante 20 años, lleva tiempo, pero, por otro lado, el quinto año que es muy agradable de hacer, y el octavo es muy agradable de hacer... cada año; porque cada año descubren lo que les pertenece, su cultura, y su país."</p> <p>"El Parlamento decidió que requeríamos una política de arquitectura y que esta debía ser desarrollada por el Ministerio de Cultura. Para esto el Ministro de Cultura se dirigió a la organización de los arquitectos, (...) y les dijo a las instituciones, "tienen que decirnos lo que debería ocurrir, para tener un apoyo amplio, pero ustedes no lo van a ejecutar. Queremos a una organización independiente para ejecutarlo. Así que hagan un borrador (de políticas). Se</p>	<p>Fundación 1993</p> <p>Coordinación de diferentes actores</p> <p>Internet</p> <p>Knowhow</p>

	hizo el borrador y luego me preguntaron ‘¿Podrías comenzar con esto?’. Y de hecho era un proyecto de sólo tres años, pero que hice durar.”	
Políticas públicas	<p>"El primer documento de políticas en arquitectura se enfocó en la calidad del objeto: el edificio. La segunda política apareció, cuando se dieron cuenta que un edificio no sólo pertenece al campo de la construcción, entonces se expandió a la planificación urbana. Y la tercera política pasa de la planificación urbana al paisaje."</p> <p>“Hoy las políticas arquitectónicas no existirán más, es decir, si existirán, pero el nombre que se usará es el de Building culture. Esto es interesante para ustedes. No deberían decir políticas en arquitectura, si quieren comprometer a la ciudadanía y las demás áreas, deben decir Building Culture, ya que se trata de cultura y edificios, y no pertenece a un dominio único de los arquitectos o específicamente a un solo ministerio..."</p>	<p>Calidad del objeto</p> <p>Planificación urbana</p> <p>Paisaje</p> <p>Building Culture</p>
Vivienda pública de calidad	"Pensar que la buena arquitectura es un lujo que no puede considerarse en la vivienda social... eso ya no es posible hoy. Es justo lo que estás hablando, vivienda social y arquitectos ¿por qué no? El presupuesto es el mismo, por el mismo precio podemos hacer buena vivienda social. Esas son las discusiones que deben hacer dentro de las políticas de arquitectura ¿por qué no?... y las personas ricas, siempre hay gente con dinero interesada en la cultura y arquitectura, ellos pueden ayudarlos financieramente."	<p>Buena Arquitectura</p> <p>Vivienda social</p> <p>Apoyo financiero de privados</p>
Relación con otras instituciones	“Sí, pero sólo podemos hacer eso porque somos independientes, ahora te explico cómo funciona. Tenemos un Ministerio de Cultura y otros ministerios, hay algunas instituciones, NAI (NetherlandsArchitectureInstitute), ArchitectureFoundation, algunos fondos, y otras cosas. Entre ellas está la fundación ArchitectuurLokaal. Las fundaciones no son comerciales, son entidades no gubernamentales, que son subsidiadas, aunque no totalmente. Nosotros financiamos cerca de 50 por ciento a través de subsidios, el resto tenemos que conseguirlo.”	<p>Ministerio de Cultura</p> <p>Otros ministerios</p> <p>NAI</p> <p>ArchitectureFoundation</p> <p>Fundación sin fines de lucro</p>
Ciudadanía (consumidores)	<p>"Tenemos un tipo de sociedad en la que todo el mundo tiene una opinión acerca de todo, por ejemplo, en Ámsterdam o en Rotterdam hubo gente, las personas como tú y yo, dijeron ‘queremos saber lo que está sucediendo en la ciudad... queremos hablar de ello...’ y desde ahí conformaron un Centro de Arquitectura."</p> <p>“Todos querían una atención permanente en la arquitectura, me refiero al entorno en el que vivimos, eso es todo.”</p> <p>“No, ustedes (los arquitectos) deben crear la demanda y tú estás creando la demanda porque muchos viven aquí pero pocos ponen atención a ello. Entonces hay que crear la demanda (...) Lo que quiero decir es que cuando te juntas con gente del mismo interés se genera un poder.”</p>	<p>Opinión de los ciudadanos</p> <p>Centros de Arquitectura</p> <p>Crear las demandas Poder</p> <p>Building Culture</p>

	<p>"Building culture se trata de una cultura de todos (...) y además este concepto, tiene una responsabilidad especial para los clientes, la cultura de los edificios no es sólo para los profesionales sino para todos."</p> <p>"Bueno, por eso es que debes mostrar... es decir, yo llegué a esta ciudad el domingo, estaba tranquilo y caminé por aquí, y me di cuenta que tienen una gran colección de arquitectura moderna, aunque un poco descuidada...entonces, por ejemplo, supongamos que quisieras hacer algo, en alguna parte de Santiago; una exposición de sus arquitectos modernos, y las personas podrían decir, '¡oye, yo vivo en ese edificio!'. Cuando haces algo así, las personas se sienten atraídas inmediatamente, porque se trata de su propio entorno. Y tienen una gran colección, pero nadie la ve, porque no le ponen atención."</p>	Atención en los entornos construidos
Educación	<p>"Entonces tenemos personas, ricas y pobres; tenemos las escuelas para enseñar, por ejemplo para hacer programas, y sabes por qué esto es beneficioso para el gobierno? Porque yo pienso en Francia y los conflictos de hace dos años atrás, cuando pones a las personas en algún lugar lejano en grandes áreas de vivienda con casi nada, como si fueran pollos en un edificio; cuando las personas se enojan, cada una necesita atención, entonces es por el beneficio de todos, y por el de los políticos, porque los políticos no quieren estos problemas."</p> <p>"Los centros de arquitectura holandeses están intentando hacer programas de educación; es un programa que hicieron en distintas ciudades, entonces ustedes hacen un programa y lo usan. Y ahora tienen en los centros de arquitectura, por ejemplo, un programa para niños que comienzan dibujando su propia casa, o cómo vas desde la casa al colegio."</p>	<p>Rol del Estado</p> <p>Programas para niños</p>
Turismo	<p>"Se pueden hacer excursiones especializadas de arquitectura. De hecho yo conozco un centro de arquitectura en Chicago. Ellos ganan dinero con actividades que realizan en con un barco que tienen en el río Chicago, y cuando voy a la ciudad puedo andar en este barco. Ellos organizan un tour arquitectónico y utilizan toda la infraestructura que les permite el barco. Quienes realizan el tour no son sólo arquitectos, de hecho, la mayoría de los turistas no saben que es un tour de arquitectura, solo dicen 'es un agradable tour' (...) Entonces pagan el dinero, y con eso pagan el barco, pagan a los guías y llaman la atención con esto, y entonces ¿qué pasa cuando este centro de arquitectura llama la atención? el alcalde se interesa cuando se hace un debate..."</p>	<p>Excursiones</p> <p>Tours arquitectónicos</p> <p>Consumo</p> <p>Llamado de atención</p>
Mediación	<p>"Hay algo más... quizás conozcas alguien involucrado en el vecindario o desde la iglesia o desde dónde sea. Pueden encontrar a estas personas, cuando piensas, cuando hablas sobre esto, es importante lo que pasa en los colegios, por ejemplo, podrían pedirle que el director de un colegio se</p>	<p>Vecindarios</p> <p>Involucrar diferentes actores del barrio</p>

	<p>integre en el debate, y ustedes podrían involucrarlo otorgándole una posición; basta con una vez y ahí veremos qué pasa, y quizás alguien dice ‘oye, que interesante’. Él podría decirte mucho, y tú, en tanto que arquitecto que construirá la escuela, podrías aprender mucho de la gente que utiliza la escuela. De hecho, con la gente se nos olvidó una palabra, y esa es <i>"usuarios"</i>.</p> <p>Entonces, ¿qué se puede hacer de una manera asertiva? Por ejemplo, cuando se quiere organizar un debate en la arquitectura se puede involucrar a personas que no son profesionales de la arquitectura, pero pueden decir mucho al respecto.</p> <p>Puedes generar un interés en ellos: ‘oh, nunca me habían consultado, y ahora lo hacen. Esto es interesante y diré lo que quiero decir’, quizás no en la primera sesión, pero una vez que sabe lo que quiere saber, y luego en una segunda ocasión dice ‘¡ajá! ahora puedo decir algo’."</p>	<p>Involucrar no arquitectos</p> <p>Debates</p> <p>Usuarios</p> <p>Participación ciudadana</p>
Panorama Cultural	"Toma tiempo, pero hoy en día en los periódicos hay una agenda para teatro, para danza, para música y actualmente en los periódicos nacionales también hay arquitectura: lo que hay en los centros de arquitectura."	Aparición en prensa
Centros de Arquitectura	<p>"Es decir, muchos arquitectos y centros en Holanda comenzaron sin el espacio, de hecho algunos tenían una máquina de fax y eso sería todo, pero ustedes tienen el computador y pueden hacer mucho, así que no necesitan el fax o lo que sea. Ellos organizaban, por ejemplo, había en algún lugar un edificio nuevo, y luego dos meses después en otro lugar, otro edificio era demolido y ellos organizaban una discusión al respecto. Así que no tenían una ubicación fija, incluso uno de ellos no tenía ni un edificio, ni un local, ni una sala, ni nada, ni oficina, porque esos eran sus principios, querían estar ellos mismos en todos los lugares de la ciudad."</p> <p>"Si un nuevo edificio se inauguraba y las personas del centro de arquitectura lo sabían -los arquitectos siempre saben lo que pasa en la ciudad- y le decían al propietario del edificio ‘podemos tener una conversación acerca del significado de su edificio en esta ciudad’; él decía "ok" y entonces nosotros pagábamos los tragos y poníamos el lugar. Luego los expositores interesados son parte del programa porque el dueño del edificio está de acuerdo, y las personas quieren ver el nuevo edificio y se transforman en los primeros en ver el edificio."</p> <p>"En el comienzo solo los profesionales estarán interesados. Pero ese es el inicio, es el inicio, tu sabes, y por supuesto al menos en Holanda cuando alguien pasa, mira y dice ‘oh, eso es de interés...’, pero siempre se inicia con los profesionales porque no hay nada en la educación entonces la gente no tiene mucha idea."</p>	<p>Internet</p> <p>Difusión de nuevos edificios</p> <p>Participación</p>

Buena Arquitectura	<p>"La calidad es el balance entre estética, funcionalidad y sustentabilidad. Cuando hablas de una buena arquitectura, estos conceptos están en equilibrio."</p> <p>"De hecho en Holanda las Políticas de Arquitectura también se están moviendo hacia el concepto de <i>Building Culture</i>. Es más interdisciplinario. Quizás para ti es evidente, pero no lo es para todas las personas que trabajan en un ministerio. En ese caso tienes que explicarlo."</p>	<p>Estética</p> <p>Funcionalidad</p> <p>Sustentabilidad</p> <p>Building Culture</p>
--------------------	--	---

3) Sistematización Entrevista a Sebastián Gray
Curador XVIII Bienal de Arquitectura “Ciudades para ciudadanos”
Fecha: viernes 17 de agosto 2012, 18:30
Oficina entrevistado (Providencia)

Tópico	Idea	Conceptos clave
Consumo cultural en arquitectura	<p>"Y en España, en Estados Unidos, donde hay una población más instruida. En los quioscos tú ves revistas de moda y al lado ves una de arquitectura, entre comillas. Arquitectura interior, decoración. El mismo hecho de la revista 'Vivienda y Decoración', que es la revista del fin de semana de un diario de circulación nacional, habla un poco de ese consumo de arquitectura."</p> <p>"Yo te diría que no en general que la gente no tiene elementos de juicio, simplemente observa un edificio. Es muy raro que te digan: 'qué feo el edificio', hay otros juicios previos. En cambio en arquitectura como un conjunto, como paisaje urbano, ahí sí las personas tiene opinión. Entienden a la arquitectura más como espacio, paisaje, pero no hacen juicio del estilo, del color de un edificio, de lo que hay en su fachada. En eso hay muy poca opinión. Eso es una impresión personal."</p> <p>"Habría que preguntarse si la sociedad chilena entiende la arquitectura, y ahí estamos hablando si nos gusta un edificio o si la gente tiene una opinión sobre un edificio."</p> <p>"Es necesario que tú expreses que entiendes la dicotomía entre el edificio y el objeto que tanto se glorifica en las fotografías, y lo que es la experiencia real a través del ciudadano."</p>	<p>Poblaciones más instruidas en el extranjero</p> <p>Consumo de arquitectura mediante revistas</p> <p>Carencia de elementos de juicio</p> <p>Arquitectura como paisaje urbano</p> <p>¿Qué se entiende por arquitectura?</p> <p>Objeto vs. Experiencia espacial</p>
Educación	<p>"Bueno, ahí empieza la discusión de qué se hace primero, si una arquitectura pública para que la gente entienda o hay que entregar más herramientas metodológicas, a través de la educación, que hagan que la gente empiece a valorar y que así se pueda hacer mejor arquitectura."</p> <p>"Si alguien se interesa por la arquitectura de Santiago poniente, y les haces leer Historia del siglo XIX, es un complemento súper importante, no es solamente salir a caminar."</p> <p>"La arquitectura podría incluirse en arte. En cambio, el urbanismo probablemente tiene más que ver con historia."</p>	<p>Educación a través de la arquitectura pública</p> <p>Herramientas metodológicas</p> <p>Valoración para una mejor arquitectura</p> <p>Contenidos históricos en la ciudad</p> <p>Relación interdisciplinaria</p>
Internacionalización	<p>"Sé que el Consejo de la Cultura, a través del Área de Arquitectura, está colaborando con ProChile e Imagen País, en la promoción de la arquitectura de autor o de la arquitectura chilena en el extranjero."</p>	<p>ProChile</p> <p>Imagen País</p>

	<p>“Yo estoy participando del Comité asesor que se realiza en el Ministerio de Relaciones Exteriores, nos estamos juntando para hablar de arquitectura chilena en el extranjero. Yo represento a la DIRAC en el Consejo de la Cultura.”</p> <p>“Existen una serie de espacios, en los que la arquitectura se hace presente, uno es el editorial, que sí se hace cargo de la buena arquitectura. En este aspecto la arquitectura chilena ha tenido oportunidades gigantescas en los últimos diez años y se ha hecho un “nombre”, gracias al mundo editorial extranjero.”</p>	<p>Promoción arquitectura de arquitectura chilena en el extranjero</p> <p>Ministerio de Relaciones Exteriores</p> <p>DIRAC</p> <p>Consejo de la Cultura</p> <p>Mundo editorial</p>
Difusión	<p>"Si hablamos de Europa o Estados Unidos, éstas tienen un impacto grande en el público. Los esfuerzos de las exposiciones van dirigidos a lugares de gran difusión."</p> <p>“Sí, la arquitectura es parte del itinerario cultural en otros países, es más natural, forma parte del panorama cultural. El mayor indicador es la cantidad de crítica que hay en los medios.”</p> <p>“La parte editorial funciona y está garantizada. Distinto es que el Gobierno de Chile o la empresa privada tomen la iniciativa de realizar exposiciones o cualquier otro medio de difusión con algún propósito, porque las revistas no tienen más propósito que vender , pero hacer una exposición o conferencia tiene un fin. El propósito de éstas puede ser comercial propiamente tal, como lo que hace ProChile o la fundación Imagen País. También busca establecer vínculo académico, en fin (...)es un fenómeno reciente de 5 años. Efectivamente en los diarios: La Tercera; El Mercurio; y en los diarios digitales. Hay columnas escritas por arquitectos, algo que antes no ocurría.”</p>	<p>Difusión</p> <p>Crítica</p> <p>Panorama cultural</p> <p>Editoriales</p> <p>Aparición en prensa</p>
Formación de audiencias	<p>"A través de apreciación, sí (se puede potenciar la arquitectura mediante formación de audiencias). Lo más efectivo, que creo que ya se hace, son “caminatas” . Recorridos o visitas guiadas de ciertos edificios. Por ejemplo, el Día del Patrimonio, se supone que tiene algún impacto en ese sentido. Siempre en terreno en el caso de la arquitectura en general, sea contemporánea o no.”</p>	<p>Apreciación</p> <p>Caminatas</p> <p>Visitas guiadas</p> <p>Día del Patrimonio</p>
Turismo	<p>“Cuando la gente va a Roma ¿van a ver una lista de 50 edificios o van a visitar la ciudad que tiene un prestigio y que evoca imágenes? Porque tiene edificios muy interesantes ¿O Nueva York, Buenos Aires? La arquitectura es un continuo.”</p>	<p>La arquitectura en su conjunto genera imagen ciudad.</p>
Rol del arquitecto	<p>"(...) mucha gente no sabe para qué sirve un arquitecto. Otros no saben distinguir entre un arquitecto y un constructor. Los arquitectos son creadores y organizadores de una empresa compleja que llevan del papel a la realidad una obra.”</p>	<p>Distinción confusa</p>
Participación ciudadana	<p>“La participación ciudadana no es solamente consulta. No son equivalentes. Ni mucho menos encuestas o referén-</p>	<p>No como consulta</p>

	<p>dums como se ha hecho últimamente en Santiago. Participación ciudadana es, incorporar a la ciudadanía, oportunamente y debidamente informada, para validar de antemano, intervenciones importantes, principalmente en la ciudad.”</p> <p>“Uno no puede consultarlo todo porque es absolutamente inoperante. De hecho, consultar tiene un costo, y este es que, en vez de demorar dos años, tardas cuatro años, porque hay que entrar en un proceso de transacción con un grupo de personas ajenas al proyecto. Y el tiempo, en obras de construcción es plata, y a veces es mucha.”</p> <p>“Lo primero que hay que hacer, es determinar cuándo es importante incorporar a la ciudadanía y cuando no. Lo segundo que hay que entender, es que la participación ciudadana valida los proyectos, por tanto es posible que éstos tengan éxito en el largo plazo y que sean mantenidos. Y lo tercero es que, normalmente las soluciones que pueden surgir de un proceso de participación ciudadana, son consensuadas y resuelven problemas que a veces ni siquiera se habían planteado. Es descubrir lo que realmente se quiere.”</p> <p>“El caso clásico para Chile es el fracaso del Transantiago, que se debió a varias cosas, una de ellas fue lo precipitado de la puesta en marcha, por el plazo de las concesiones y por otra cosa fundamental: que el nuevo diseño del sistema, que reemplazó a las micros amarillas, no se socializó. Se diseñó entre técnicos y se implementó. La gente se encontró de la noche a la mañana con algo que no le conocía y que en muchos casos no les convenía.”</p> <p>“Para consultar a la ciudadanía, los gobiernos deben estar dispuestos, a través de la ley a promover la participación. Eso significa tener los recursos necesarios para hacerlo; empoderar a la ciudadanía, organizándola, instruyéndola y facilitándole la instancia para que el proceso ocurra. También considera sentar a la mesa a inversionistas junto con los vecinos, la autoridad local (normalmente municipalidades). Y en estas mesas tripartitas transar. En Chile no tienen idea. Normalmente se transa.”</p> <p>“El caso de Nuevo Estoril, que es un nudo vial que fue diseñado por el Ministerio de Obras Públicas y Vivienda y Urbanismo. Era una cosa monstruosa en Tabancura y Kennedy. La gente que vive ahí es muy culta, por eso empezaron a escribir cartas al diario y decir: ‘nosotros nos negamos, porque va a liquidar nuestro barrio’. Y entre ellos diseñaron la alternativa y ganó.”</p> <p>“El Gobierno responsable que vela por el bien común, pone los medios a disposición para empoderar a la gente y lograr la obra, aunque se demore cuatro años.”</p>	<p>Ciudadanía informada Validación de decisiones urbanas</p> <p>Costos de consulta Procesos de transacción</p> <p>Éxito de proyectos y mayor mantención</p> <p>Transantiago</p> <p>Socialización de los proyectos</p> <p>Disposición del Gobierno</p> <p>Ley que promueva la participación</p> <p>Empoderar a la ciudadanía</p> <p>Diálogo inversionistas - vecinos – autoridad local</p> <p>Nuevo Estoril</p> <p>Cartas al diario</p> <p>Responsabilidad del Gobierno</p>
--	---	--

Colegio de Arquitectos	"El Colegio es una asociación gremial que vela por el bienestar de sus asociados. Si lees los estatutos, puedes extraer cosas bien fundamentales. También promueve la arquitectura en la medida de lo posible, la visión ética sobre sus asociados, aunque eso también se debilitó mucho en los años de dictadura."	Asociación gremial Promoción Visión ética Rol debilitado
Bienal de Arquitectura	"La bienal siempre tiene varios frentes. Uno es el gremio propiamente tal, los otros son los estudiantes universitarios, tercero es el público, luego la prensa. Lo que hace la bienal es aprovechar esta circunstancia de 'fiesta' si tu quieres, para mostrar la arquitectura. En esta bienal pensé que era importante hacerse cargo de discusiones que están más presentes en la prensa, que por lo tanto, demuestra un interés de la ciudadanía por ciertos temas."	Gremio Estudiantes Público general Prensa
Buena Arquitectura	"Para mí buena arquitectura es que sea económica, es decir, adecuada a los medios, sensata, que no sea descabellada de construir y que sea adecuada a los tiempos, que sea eficiente. Y para eso debe ser acorde al lugar donde está. Debe tener una relación con el entorno. Tiene que ver con el clima, los materiales del lugar y la mano de obra. Esto sin considerar lo estético."	Económica Adecuada a los tiempos Relación con el entorno Clima – Materiales – Mano de obra

4) Sistematización Entrevista a Leonardo Ordoñez
Gerente de “Santiago Creativo”
Santiago, viernes 19 de octubre 2012, 10:00
Centro de Emprendimiento Santiago Innova

Tópico	Idea	Conceptos clave
Santiago Creativo	<p>“Es un programa que fomenta la exportación de bienes y servicios creativos, producidos en la Región Metropolitana. Tiene un foco en esta región, por ser una experiencia piloto, para ver cuáles son las variables a trabajar, en materias de internacionalización, con foco en la economía, y por lo tanto en la exportación.”</p> <p>“Además de internacionalización es distribución. Porque hay que entender que la internacionalización es una “calle más larga”, según país de destino(...) o sea, estamos hablando de música, de editorial, audiovisual, de diseño, artesanía y artes escénicas.”</p>	<p>Exportación</p> <p>Internacionalización</p> <p>Distribución</p> <p>No considera arquitectura</p>
Formación de audiencias	<p>“Santiago Creativo es una parte de todo el gran sector cultural. Si lo queremos graficar, la esfera grande es el sector de la cultura y las artes, y dentro de éste hay distintos tópicos que se deben trabajar: patrimonio, formación de audiencias, desarrollo de industria, memoria, rescate, fomento de las artes, etc.”</p>	<p>Área particular</p>
Exportaciones	<p>“En libertad de acción, cada uno puede exportar donde quiera, tenemos estudios que nos confirman que , aunque sea un chileno está exportando a Mauritania. Ese caso puede ser un caso aislado, respecto a lo que quiere el sector de la artesanía. Entonces, preguntémosle al sector de la artesanía y organicémonos, para estar presentes en los principales mercados internacionales de la artesanía chilena, para poder estimular el aumento de clientes de la artesanía.”</p> <p>“A partir de eso se define una estrategia. Me temo que en el sector de la arquitectura no la hay, y eso se reconoce por el potencial de desarrollo de negocio y de industria, sin duda, pero eso, siempre y cuando haya mediano consenso, de que tengamos ejemplo de algunos emprendedores que les haya ido bien exportando sus bienes y servicios o desarrollando modelos aquí, para formar un pequeño mercado.”</p> <p>“Hay sectores muy precarios que no lo han querido desarrollar porque no se les ha ocurrido, o bien porque tienen el anhelo o falta un liderazgo que permita articular toda esa energía dispersa que hay, y que de alguna u otra manera uno necesita decir”</p> <p>“Si va un chileno a una bienal la verdad es que no sirve mucho, se diluye.”</p>	<p>Estrategia</p> <p>Estimular demanda</p> <p>Potencial de desarrollo de negocio y de industria</p> <p>Liderazgo</p> <p>Estrategia</p>

Emprendimiento en Arquitectura	<p>“Un emprendimiento exitoso de arquitectura es <i>ArchDaily</i> (Plataforma Arquitectura) que es una revista en Internet, que parte del <i>status quo</i> de la arquitectura nacional (...) Así crean este sitio de Internet, con apoyo de la Corfo, que de alguna u otra manera se vincula a una revista que se va a transformando en un referente, entonces todos los jóvenes quieren aparecer ahí para que sus proyectos sean vistos por otros, a nivel internacional. Así <i>ArchDaily</i> se convirtió en una de las revistas referentes a nivel internacional (...) Lo anterior, se reconoce como una innovación en el mundo de la arquitectura. Todo por conocer la problemática y la falta de estrategia. Además los chicos son chilenos y ahí operó el sentido común y se reconoce el emprendimiento en industria creativa y en materia de innovación de modelo de negocios.”</p>	<p>Corfo</p> <p>Referente internacional</p> <p>Innovación</p> <p>Conocer la problemática</p> <p>Generar la estrategia</p> <p>Sentido Común</p>
Multidisciplina	<p>“Hay un acostumbramiento a encasillar a que si esto es un producto de lo audiovisual, no tiene porqué tener injerencia en otro sector. Desde la misma institucionalidad no se estimula. Algo que uno en la calle ve a diario, que es la multidisciplina puesta en escena.”</p> <p>“Está demostrado que el producto creativo cobra mejor valor cuando existen distintas formas de intervenir en él, ya sea a través del video, de la arquitectura, del sonido, del diseño, de hacerte sentir una experiencia distinta, y cómo ésta se convierte finalmente en un valor importante para la persona que participa de esa experiencia.”</p> <p>“Si hubiera estrategia para esto, no tendríamos aberrantes edificios que se han instalando en barrios que son tradicionales y arquitectónicos, que por confundirlos con modernidad. Finalmente este país no tiene claro qué es modernidad arquitectónica...”</p>	<p>Encasillamientos</p> <p>Poco fomento desde institucionalidad</p> <p>Valor agregado</p> <p>Visión</p>
Políticas Públicas	<p>“El hecho de que nuestro país sea sísmico hace perder el norte respecto del patrimonio material. De hecho, no hay una estrategia para recuperar los inmuebles caídos, por lo tanto es más fácil poner un proyecto de inmobiliaria. Es necesario ponerse a pensar estratégicamente en política.”</p> <p>“Si este sector tuviera su estrategia, ellos estarían a pesar de la situación que comentamos, instalando los temas donde deben estar. Si es necesario llegar a la Presidencia de la República, a propósito de eso se llega, porque se negociaría, se convertiría el sector en algo potente o poderoso, en términos de hasta la influencia política que pudiera llegar a tener.”</p>	<p>Sismos</p> <p>Patrimonio</p> <p>Inmobiliarias</p> <p>Negociación</p> <p>Influencia política</p>
Competitividad	<p>“Sin duda, si eso es lo que nosotros estamos potenciando desde el mismo “Santiago Creativo”, aumentar la competitividad de la industria cultural chilena. Eso significa compararnos con otros y decir, los chilenos también hemos sido capaces de ofrecer esto otro.”</p>	<p>Comparación</p> <p>Referentes</p>

Participación ciudadana	<p>“Estamos aprendiendo a vivir en democracia, y por lo tanto la alternancia en los gobiernos es un tema relevante. Los gobiernos van a tener que recoger en sus programas esta demanda ciudadana. En la medida que exista demanda ciudadana, existe conexión con el rescate de la identidad nacional, y de una u otra manera los nuevos emprendimientos de la industria creativa en distintos sectores (audiovisual, libro, etc.), van a ir recogiendo esa demanda ciudadana, y esos pequeños grupos se van a ir transformando en los primeros mercados para esos emprendimientos, porque hay un sentir... son instancias de diálogo.”</p>	<p>Democracia</p> <p>Demandas ciudadanas</p> <p>Conexión con la identidad</p> <p>Emprendimientos</p> <p>Mercados</p>
Santiago como Ciudad Creativa	<p>“eso podría tener cierto impacto, dependiendo de cómo el Ministro realice su estrategia de desarrollo cultural para todo el país, para que comience a articularse con otros sectores importantes que tienen acervo en la región, como el turismo, la economía en general, el desarrollo de otras industrias que son importantes para la región y que no son para otras.”</p>	<p>Articulación con otros sectores</p>
Regiones	<p>“Para eso hubo que partir con algo fundamental en nuestro país, que era instalar infraestructura cultural. El tema es qué va a pasar en esos lugares donde se instale la infraestructura cultural, y luego de eso viene ver cómo se trabaja en los lugares donde esta infraestructura no está ¿Cuál es la red? Ahí el rol de los directores regionales va a ser cada vez más importante, y del mismo ministro de turno.”</p> <p>“Cómo logra plasmar en un programa y cómo se trabaja para el acceso y que se genere efectivamente esa calle que falta por pavimentar, para que sea más expedita la circulación de los bienes y servicios creativos. Pero ese es un tema que recién se está comenzando a instalar y que por lo menos, desde esta región, acá está el 80% del sector de la industria creativa, que eso es por la lógica país que tenemos que es por el poco desarrollo de otras ciudades, la falta de estrategia.”</p>	<p>Infraestructura cultural</p> <p>Red</p> <p>Accesos</p> <p>Centralización</p>
CNCA y Área de Arquitectura	<p>“Me alegro mucho de que el área se haya instalado, el tema es que no caiga en lo mismo que ya se ha realizado antes, porque eso ya tiene sus resultados en el país, que son buenos en algunos casos y malos en otros, pero son súper limitados. Si hoy tienen la oportunidad de establecer una unidad nueva, que sea con lo mejor de las otras experiencias, y no decir: instalé esto y que ahí quede. El que se tenga una entidad no dice nada a lo que se contribuye al sector.”</p> <p>“Fondos del 2013. Ahí te vas a dar cuenta adónde están llevando los fondos por no comprender el sector que están atendiendo. Se están enfocando al desarrollo de la industria y al de mercado, más que al desarrollo de los procesos culturales en sí mismos.”</p>	<p>Fondart 2013</p> <p>Foco a la Industria Creativa</p> <p>Procesos culturales</p> <p>Corfo</p> <p>Economía de la Industria</p> <p>Sercotec</p> <p>Fosis</p>

	<p>Este país tiene una institución que es Corfo, que lleva más de 75 años en el desarrollo de la industria. A Corfo le ha correspondido el desarrollo e la economía y de la industria. Es Corfo quien financia “Santiago Creativo”, como también financia la industria de lo audiovisual. Y financia con una lógica muy particular que es que se instale el concepto de emprendimiento.”</p> <p>“La política ha sido dictada por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, pero no vamos a pretender que esta institución con los pocos pesos que tiene fomenta la industria. Tendrá que tener una manifestación explícita, pero su principal área de trabajo está en el desarrollo de la cultura, y no del desarrollo de la industria. Porque en el desarrollo de la industria Cultural se puede poner al servicio Sercofec, el Fosis, municipios, los gobiernos regionales, en fin, hay una gama de instituciones que desarrollan el fomento industrial. Pero no se van a destinar fondos públicos para el desarrollo de la industria, porque si no hemos desarrollado bien lo de los fondos de acceso, cuando éstos pudieron estimular el acceso, cómo se puede hacer.”</p>	Fondos públicos para la industria
Consumo Cultural	<p>“Va a ir aumentando el consumo cultural en la medida en que existan más personas que quieran pagar por él, pero lo van a pagar porque creerán que es algo importantes para su vida, no un fin en si mismo. Yo no puedo parar un proyecto cultural pensando en cuánto me van a pagar los demás, ahí partimos mal.”</p> <p>“La idea es enfocarse en rentabilidades sociales y económicas, obviamente.”</p>	<p>Demanda</p> <p>Valor agregado del proyecto cultural</p> <p>Rentabilidad social</p> <p>Rentabilidad económica</p>

5) Sistematización Entrevista a Javier Ibacache
Director de la Escuela de Espectadores
Director de programación y audiencias del Centro Cultural Gabriela Mistral.
Entrevista disponible en: <https://vimeo.com/46639108>

Tópico	Idea	Conceptos clave
Formación de audiencias	<p>"Formación de Audiencias en Chile se le entiende como 'Estrategias que colaboran en el desarrollo de públicos fidelizados para las artes.'"</p> <p>"Surge como un diagnóstico respecto de las carencias en el campo del desarrollo artístico. Manifestaciones artísticas que podían tener gran dinamismo no encontraban una respuesta traducida en la cantidad de espectadores."</p>	<p>Fidelización de públicos</p> <p>Calidad de la expresión artística vs. Cantidad de espectadores</p>
Demandas de consumo cultural	<p>"En el campo de las industrias culturales o en el campo del consumo cultural podríamos referirnos a un problema de demanda. En rigor la formación de audiencias surge en Europa a partir de la baja asistencia a museos. En los años 70 se hicieron estudios respecto a cómo convocar a más visitantes. Cómo incentivamos la participación o vinculación de los públicos que no están interesados en participar en determinadas manifestaciones artísticas"</p> <p>"Formación de audiencia desde las demandas da pie a errores respecto al marketing, que son cosas distintas. Fidelización desde el marketing es diferentes a la vinculación del público con las manifestaciones artísticas."</p>	<p>Estrategia para aumentar consumo</p> <p>Marketing vs. Vínculo simbólico de la audiencia</p>
Herramientas de medición	<p>"En Chile contamos como fuentes validadas con dos referentes, uno es la ENCCP y el anuario del INE. Hay otras fuentes que permiten dimensionar el comportamiento de las posibles audiencias, sin embargo existe una carencia de estudios y herramientas. En este sentido los observatorios son un buen aporte."</p> <p>"Lo pertinente es usar herramientas cualitativas y cuantitativas para hacer especulaciones o afirmaciones de mayor consistencia."</p>	<p>ENCCP</p> <p>INE</p> <p>Observatorios</p> <p>Herramientas cualitativas y cuantitativas</p>
Prácticas de participación cultural	<p>"La experiencia nuestra se basa en Bourdieu, García Canclini, que nos llevan a pensar que el consumo cultural o las prácticas de participación cultural están determinadas por lo que es su tiempo se llamo "distinción" o las condicionantes de nivel socioeconómico o de formación"</p>	<p>Pierre Bourdieu</p> <p>Nestor García Canclini</p> <p>Condicionantes de nivel socioeconómico</p>
Escuela de Espectadores	<p>"A propósito de la Escuela de Espectadores (Teatro) incentivamos la participación de públicos variados. Luego hicimos un seguimiento en el tiempo de acuerdo a la asistencia a algunas obras de teatro particulares. Se concluyó que la participación esta mediada por la primera experiencia de ir al teatro y está muy marcado por el nivel socioeconómicos.</p>	<p>Escuela de Espectadores</p> <p>Consumo y niveles socioeconómicos</p>

	<p>En los niveles más altos era la familia el agente que permitía la participación en el teatro, mientras que en los bajos el agente es el profesor. Esto es decisivo para entender porque la gente no participa.”</p> <p>“En el punto de los contenidos ligados a la barrera simbólica para el acceso al teatro se trabajó comparando gente que asistía a la escuela de espectadores y gente que no para el estudio cuantitativo. El principal impacto del grupo que si asistía, el principal cambio, fue en su capacidad de lectura de las obras, cuáles eran los diferentes planos en los que podían leer una obra. Mas allá de la anécdota, como podían elaborar un discurso respecto al contenido.”</p>	<p>Barrera Simbólica</p> <p>Participación permite aumento de la comprensión de lectura de las obras</p>
Barrera simbólica	<p>“Junto a la barrera económica, la falta de tiempo, de información, existe también una barrera simbólica que es resultante de las capacidades que puedas tener para acercarte a una manifestación artística, el conocimiento de las claves de lectura de apreciación, a su comprensión.”</p>	<p>Limitante de conocimiento y apreciación</p>
Espectáculos gratuitos	<p>“Hay que ser muy cuidadosos cuando se afirma que un espectáculo gratuito y de gran envergadura está de por sí formando audiencias. La gratuidad no necesariamente forma audiencias. Lo que si se puede lograr con la gratuidad de un espectáculo es la actitud de un determinado tipo de espectáculo, lo que implica que quizás se podrá generar deseo de volver a querer repetir esa experiencia. En una dinámica de eventos puede generar conocimiento y valoración de esa manifestación artística. Y deseo que puede traducirse en repetición de la experiencia.”</p>	<p>Gratuidad no se relaciona con formación</p>
Industria Creativa	<p>“La Industria Creativa responde a un modelo y una visión que es resultado de economías de una escala distinta a la chilena, referido al campo cultural. En Chile la demanda no es comparable con otras naciones que definen el discurso de la industria creativa. Se corre el riesgo de instalar una conversación en un campo que no lo amerita. Las distintas fuentes al diagnóstico que llegan es a la desigualdad de acceso, no de como se fideliza la demanda. El discurso de las industrias creativas no está respondiendo a la desigualdad de accesos. Si el público va en un alto nivel a manifestaciones de danza pero no tiene una capacidad de diferenciación entre un acto religioso, y se mide esto como asistencias a danza, estamos entrampados.”</p> <p>“No estoy seguro si el énfasis se debiera dar en la creación de sectores culturales, en la creación de una industria cultural, porque corremos el riesgo de quedar entrampados en el único enfoque de la industria cultural que es la internacionalización de la oferta artística y desentendernos del dialogo con las audiencias mas cercanas. La formación de audiencia es tan importante que las estrategias de marketing que fomenten las disciplinas.”</p>	<p>Desigualdad de acceso vs. Fidelización</p> <p>Internacionalización vs. Acercamiento a las audiencias locales</p>

Panorama cultural	<p>“Las visiones que se construyen en Chile responden a dos ejes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mirada que observa campo cultural que puede evolucionar a industrias creativas con una mirada hacia el público como potencial demanda 2. Y otra mirada simbólica de la creación artística que tiene que ver con la desigualdad de acceso en ese campo y las estrategias que permiten generar accesos.” 	<p>Industria creativa</p> <p>Aumentar demanda del público</p> <p>Visión simbólica</p> <p>Generación de accesos</p> <p>Disminuir brechas</p>
Desigualdad de acceso	<p>“Necesariamente se debe pensar en los públicos de mañana lo que nos invita a trabajar con los niños y jóvenes, que se forman en un sistema educacional y con muchos estímulos tecnológicos que son esenciales para el mundo cultural. El grupo de la tercera edad también es significativo y un pendiente en Chile. Las políticas hoy son más bien existenciales y no consideran al adulto mayor como actor relevante en el campo de las artes. Si queremos fortalecer las audiencias para las artes debemos enfocarnos en niños, jóvenes, tercera edad y grupos vulnerables.”</p>	<p>Educación en niños y jóvenes.</p> <p>Tercera edad</p>